

УДК 655.55:[655.3.066.11:7.012]:159.922.4(=161.2)

DOI <https://doi.org/10.32782/uad.2025.1.22>**Удріс-Бородавко Наталя Сергіївна,**

кандидат соціологічних наук, доцент,

завідувачка кафедри графічного дизайну

Київського національного університету культури і мистецтв

ORCID ID: 0000-0003-1831-5476

udris.nata@ukr.net

СИСТЕМНИЙ ПІДХІД ДО ВИВЧЕННЯ ЯВИЩА ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

Метою статті є вивчення графічного дизайну як впливового явища в сучасному інформаційно-комунікативному просторі з позиції системності, поточення його меж як системи та функцій. Методологія роботи згідно поставленої мети базується на застосуванні системного та проблемно-орієнтованого підходу до наукового вивчення графічного дизайну, зокрема системно-структурний і системно-функціональний аналіз. З'ясовано, що попри дискусії та постійну мобільність поняття, межі системи через види спроектованих об'єктів можна визначити як сукупність айдентики (фірмовий стиль як її складова), друкованих книг всіх тематичних, жанрових і функціональних підвидів, періодичних видань, плакатів всіх видів, рекламної продукції, упаковок, шрифтів, інтерфейсів електронних книг, макетів для СММ. Постійні оновлення видів проєктних робіт не дозволяють однозначно визначити межі системи графічного дизайну, але говорять про те, що вона є самоорганізаційною і динамічною в своєму історичному розвитку. Показано, що основною характеристикою впливовості системи графічного дизайну є знаковість і трансляція сенсів. В результаті застосування системно-функціонального висвітлено особливості прояву графічного дизайну у зовнішньому просторі соціальних комунікацій, а саме уточнено сутність інформативної та комунікативної функцій, акцентовано евристичну функцію як результат необхідних в проєктуванні дизайн-досліджень, сформульовано такі функції, як індикація науково-технічного прогресу в суспільстві, репрезентація поточної соціальної реальності, підвищення естетичного рівня представників цільової групи через надання зразкового для них візуального продукту, трансформація навколишнього простору інформації та взаємодій, а також зазначено, продукція графічного дизайну є засобом маніфестації користувачами власного ставлення до навколишніх процесів. Подальше переосмислення системно-структурних моделей графічного дизайну, розширення системно-функціональної та системно-комунікаційної аналітики графічного дизайну як соціокультурного явища створює платформу для формувань гіпотез, контекстуального і функціонального дослідження емпіричної проєктної бази та концептуалізації висновків.

Ключові слова: графічний дизайн, системний аналіз, система, функції графічного дизайну, дизайн, візуальні комунікації.

Udris-Borodavko Natalia. SYSTEMATIC APPROACH TO THE STUDY OF GRAPHIC DESIGN PHENOMENON

The purpose of the article is to study graphic design as an influential phenomenon in the modern information and communication space from the standpoint of systematicity, to clarify its scope as a system and functions. The methodology of the work in accordance with this goal is based on the application of a systematic and problem-oriented approach to the scientific study of graphic design, in particular, system-functional analysis. It has been found that despite the discussions and constant mobility of the concept, the scope of the system through the types of designed objects can be defined as a set of identity (corporate identity as its component), printed books of all thematic, genre, and functional subtypes, periodicals, posters of all kinds, promotional products, packaging, fonts, e-book interfaces, and layouts for the SMM. Constant updates to the types of design work do not allow us to unambiguously define the scope of the graphic design system, but suggest that it is self-organizing and dynamic in its historical development. It is shown that the main characteristic of the influence of the graphic design system is the signification and transmission of meanings. As a result of the application of the system-functional approach, the peculiarities of graphic design in the external space of social communications are highlighted, namely: 1) the essence of the informative and communicative functions is clarified; 2) the heuristic function is emphasized as a result of the design research necessary in design; 3) such functions as indicating scientific and technological progress in society, representing the current social reality, and improving the aesthetic level of representatives of the

target group by providing an exemplary visual product for them, function as the transformation of the surrounding space of information and interactions are formulated. Also notes that graphic design products are a means for users to manifest their own attitude to the surrounding processes. Further rethinking of the systemic and structural models of graphic design, expansion of the systemic-functional and systemic-communication analytics of graphic design as a socio-cultural phenomenon creates a platform for hypothesis formation, contextual and functional research of the empirical project base, and conceptualization of the findings.

Key words: *graphic design, system analysis, system, graphic design functions, design, visual communications.*

Вступ. У наукових дослідження гуманітарного та економічного спрямування останніх років досить поширеним є термін «екосистема», що є синонімічним до поняття соціокультурна система. Його майже одноставно використовують як науковці, так і експерти різних галузей у прикладній аналітиці, в тому числі і в секторі графічного дизайну. В світлі актуальних змін гуманітарної сфери постає доцільним вивчення графічного дизайну та упорядкування вже наявних знань з використанням методу системного аналізу.

Матеріали і методи. Дослідження графічного дизайну з позиції системної аналітики ґрунтується на попередньому вивченні цієї методології. Системний підхід в науці та практичній площині життєдіяльності сучасної людини є одним з визначальних методів. І. Спільник та О. Ярошук акцентують увагу на його міждисциплінарності [1, с. 183]. І. Гречина в результаті глибокого аналізу формування системного підходу з періоду часів Стародавньої Греції виділила п'ять еволюційних періодів динаміки ідей системності [2]. А. Немченко виокремлює три етапи розвитку системного підходу як спеціального засобу наукового дослідження, зосереджуючи увагу на періоді з кінця XVIII ст. [3]. В період глобалізації ідей та методів (кінець XX – початок XXI ст.) український вчений М. Белопольський став автором концепції нової науки «енвіроніка», яка розкриває ідею «розумного розвитку вдосконалення суспільних систем і природи» [4, с. 187]. Такі супутні поняття, як «система», «елемент системи», «компонент системи», «функціональна частина системи» реферативно розглядають в своїх статтях А. Немченко [3]; «системний аналіз», «предметно-орієнтований аналітик», «системний (системно-орієнтований) аналітик» – І. Спільник та О. Ярошук [1].

О. Чепік-Трегубенко та М. Єнін формують такі риси соціальної системи: її елементами є соціальні утворення (соціальні спільноти, соціальні групи, соціальні інститути, соціальні організації) та зв'язки між ними; вона є відносно автономним об'єктом, самоорганізованою, саморегульованою, цілісною структурою; побудована на внутрішніх зв'язках; виконує численні функції, спрямована на досягнення певного результату (політичного, економічного, соціального чи духовного); пов'язана з іншими об'єктами та системами зовнішніми зв'язками, тобто є частиною найбільшої метасистеми – суспільства [5]. У І. Рижової знаходимо системну парадигму трактування дизайну як надіндивідуальної, багатовимірної системи, «що охоплює широкі пласти дизайнерської діяльності, пов'язаної з об'єктивними передумовами та суб'єктивними чинниками розвитку дизайну, взаємодією між суб'єктом і об'єктом, засобами й цілями раціональної та ірраціональної дії, свідомим і несвідомим у дизайнерській діяльності» [6, с. 8].

Г. Лановська в своїй статті надає упорядковані тлумачення поняття «інноваційна екосистема» [7, с. 258], на підставі чого пропонує наступне формулювання цього терміна: «синергія держави, підприємницького та дослідницького середовища з використанням організаційних, нормативних, навчально-методичних та фінансових ресурсів і запровадження механізму передачі знань з метою трансформації в інноваційні продукти» [7, с. 259]. Ґрунтовне вивчення поняття «екосистема» проведено групою вчених Т. Цудзімото, Ю. Кадзікава, Ю. Томіта та Й. Мацумото [8]. На основі аналізу 90 попередніх робіт та визначення чотирьох основних підходів у теоретизуванні екосистем, автори формують інтегровану модель та концепцію узгодженої екосистеми, визначивши її мету

наступним чином: «Щоб забезпечити систему продуктів/послуг, історично самоорганізована або спроектована менеджерами багаторівнева соціальна мережа складається з акторів, які мають різні атрибути, принципи прийняття рішень та переконання» [8, с. 52].

Отже, основним методом роботи над статтею є системний аналіз. Його застосування обумовлює вивчення графічного дизайну з позиції трактування його як системи, що, по-перше, має свою внутрішню структуру, ефективність якої залежить від налагоджених зв'язків між складовими системами та їхньою ефективною стратегією досягнення власних цілей; по-друге, є складовою надсистеми (суспільство), тобто має зовнішній простір та контакти з іншими системами.

Джерельною базою стали публікації експертів і практиків графічного дизайну, нормативні документи.

Результати. Згідно із методологією системного аналізу [9] графічний дизайн як система підлягає таким аналітичним напрямкам: системно-компонентний (вивчає склад системи та виокремлює компоненти, взаємодія котрих зумовлює наявність у системи характеристик); системно-структурний (досліджує внутрішні зв'язки та взаємодію елементів системи); системно-інтегративний (описує властивості системи в цілому, котрі не притаманні її окремим компонентам); системно-функціональний (виявляє інформаційно-функціональні залежності на різних рівнях: між компонентами системи, між компонентами і системою в цілому, між системою в цілому та іншою системою, до складу якої вона входить); системно-комунікаційний (вивчає взаємодію системи з навколишнім середовищем). За думкою Т. Цудзімото, Ю. Кадзікава, Ю. Томіта та Й. Мацумото, узгодженій екосистемі притаманні такі компоненти, як межа екосистеми (може бути встановлена сприйняттям споживачами системи продукту/послугу); суб'єкти, що знаходяться в межах екосистеми; атрибути акторів (діячів) екосистеми, що передусім проявляється у відмінних принципах прийняття рішень та поведінки; поведінкові ланцюжки (відносини) між всіма діячами (видимі та/або

невидимі потоки ресурсів, контрактів, довіри та спільного бачення) [8]. В цій статті ми проаналізуємо межі системи, тобто поточним, що є графічним дизайном, та проведемо системно-функціональний аналіз.

Межу системи графічного дизайну можна визначити кількома критеріями, але при цьому необхідно базуватися на визначенні графічного дизайну як такого. Зокрема, можна розглядати 1) межі, які оприявлені спроектованими об'єктами (матеріальний, перцептивно відчутний рівень) та 2) межі впливу графічного дизайну як системи на навколишній простір (нематеріальний, перцептивно невідчутний рівень).

У зв'язку з постійним розвитком сучасних інформаційних технологій на практиці відбуваються тимчасові розмиття цих меж. Втім, попри те, що питання видового розмаїття підлягає постійному оновленню і дискусіям, більш чітко визначеним і таким, що містить багато позицій збігу, є наступні коцепції. На думку С. Прищенко, основним засобом графічного дизайну є «графічне зображення, малюнок: це рекламна і промислова графіка, книжкова та газетно-журнальна графіка, плакат, системи візуальних комунікацій, упаковка, етикетки, щитова реклама, каталоги, буклети, запрошення, поштові листівки, календарі, сувенірна продукція тощо» [10, с. 85]. Також науковиця наводить позицію В. Шості, який «завданням графічного дизайну вбачає проектування таких різновидів графіки, як плакат, знак, упаковка, оформлення періодичних видань, дизайн книги та інші форми рекламної графіки» [10, с. 85].

Е. Стівенс у публікації для AND Academy відносить до графічного дизайну таку структуру продукції: брендинг та візуальна айдентика; графічний дизайн для маркетингу та реклами (шаблони електронної розсилки, ілюстрації та/або анімації для реклами в соціальних мережах, друкована реклама та реклама в пресі, зображення та інфографіка для статей блогу, плакати та зовнішня реклама); цифровий графічний дизайн (логотипи, значки і зображення для веб-сайтів, програм та іншого цифрового вмісту, типографія та колірні схеми для веб-сайтів і програм,

рекламні веб-банери, графіка для відеоігор); дизайн упаковки; редакційно-видавнича справа (друковані та цифрові книги, журнали і брошури); екологічний (емпіричний) графічний дизайн, тобто візуальні засоби для покращення досвіду людини у фізичному просторі (вітрини та вивіски, навігаційні системи музейних виставок, громадського транспорту, публічних просторів, супермаркетів, оформлення приміщень для заходів, конференцій та офісів) [11].

В аналітичному матеріалі «Компетенції графічного дизайнера», розробленої в рамках п'ятирічної програми від Британської Ради «Creative Spark», зазначено, що графічні дизайнери – «це візуальні комунікатори, які створюють візуальні концепції, передають ідеї фізичними та віртуальними формами за допомогою слів, зображень і графіки». Медіа-засоби, за допомогою яких це здійснюється, містять «шрифти, форми, кольори, зображення, дизайн друку, фотографії, анімацію, логотипи та рекламні щити», «загальний макет і дизайн оформлення журналів, газет, корпоративних звітів та інших публікацій, рекламні дисплеї, упаковки та маркетингові брошури для продуктів і послуг», «характерні логотипи для продуктів і підприємств, знаки та системи вивісок» [12, с. 4].

До недавнього часу до складу графічного дизайну впевнено відносили інтерфейси сайтів та мобільних застосунків, хоча переорієнтація веб-дизайну на розробку за допомогою інтерфейсів поведінкової стратегії користувача та позиціонування цього під самостійною назвою створює тенденції виокремлення UI / UX дизайну в окрему галузь, що не входить

до графічного дизайну. Невизначеність створює ту саму розмитість меж системи. Аналогічною є ситуація з гейм-індустрією та моушн-дизайном. У цьому випадку ми вважаємо доцільним виокремлювати анімацію зі складними сюжетними сценаріями і пропрацюванням локацій, персонажів в окремий вид, а додавання динаміки до статичних проєктів графічних дизайнерів (анімація фірмового знайку, рекламного банеру, бізнес-презентацій, макетів для СММ та інше), чим по суті, і є моушн дизайн, варто залишити в межах графічного дизайну.

Треба розуміти, що якщо навіть на папері буде чітко розведені види продукції, реальність диктує постійні оновлення. Адже більшість сучасних графічних дизайнерів знається на анімуванні, веб-дизайні, розробці персонажів та локацій для комп'ютерних ігор, а також на ілюструванні, принаймні частково. Ці аспекти не дозволяють однозначно визначити межі системи графічного дизайну, але говорять про те, що вона є *самоорганізаційною і динамічною в своєму історичному розвитку*.

Якщо повернутися до можливості визначати межі системи в нематеріальній та перцептивно невідчутній площині, то логічною вважаємо ідею, що *межа системи графічного дизайну окреслюється впливом, що здійснений за допомогою різновидів зазначеної вище продукції*. На цьому етапі та у переході до структурно-функціонального аналізу зазначимо, що в аналітичних матеріалах останніх років про дизайн вельми поширеними є посилення на схему чотирьох порядків Р. Бьюкенена [13], [15] (рис. 1). За словами дослідника, перший

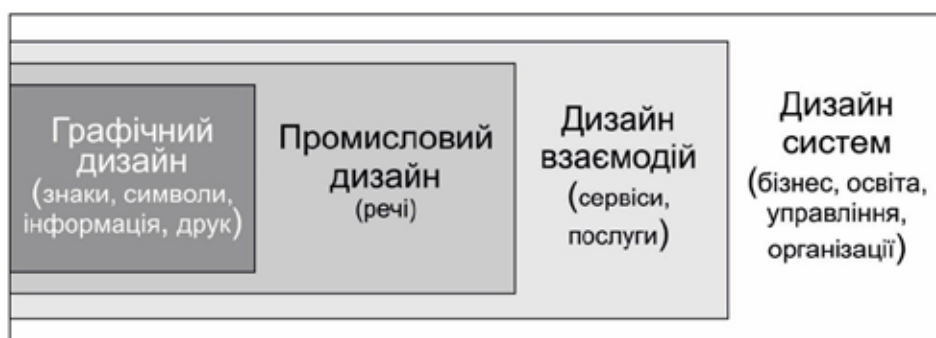


Рис. 1. Інтерпретація схеми Р. Бьюкенена

порядок (рівень) дизайну – це спілкування з символами та зображеннями; другий – це дизайн артефактів (в інженерії, архітектурі та масовому виробництві); третій рівень – дизайн діяльності і процесів (дизайн взаємодії); четвертий рівень – проектування середовищ і систем, усередині яких функціонують три попередні рівні [14]. В своєму інтерпретованому варіанті схеми Р. Бьюкенена С. Керні акцентує увагу на динаміці сфер від відчутного та видимого до абстрактного та видимого [15]. С. Керні звертає увагу, що в той час, як обізнаність про третій і четвертий порядки швидко зростає, принаймні серед дизайнерів та менеджерів, у багатьох аудиторій сприйняття дизайну прив'язане переважно до перших двох порядків.

Отже, *знаковість і трансляція сенсів*, є основною характеристикою графічного дизайну. За автентичною схемою Р. Бьюкенена та інших її варіацій, графічний дизайн є першою складовою, яка входить до складу трьох наступних, точніше *складає їхнє базове ядро*. Проектування, в якому домінантним матеріалом є знакові системи (графічний дизайн), складає базис проектування об'єктів, взаємодій та соціальних систем. До прикладу, в ефективності спроектованого середовища (інтер'єр, ландшафт) значну роль відіграє продукція графічного дизайну (системи навігації, рекламно-інформаційна продукція, графічно-ілюстративний декор). Вона може підсилити функціональність середовища, а, отже, взаємодій між людьми, для яких проектується інтер'єрний чи ландшафтний простір.

В рамках системно-інтегративного аналізу графічного дизайну, який полягає у визначенні властивостей системи в цілому, не притаманних її окремим компонентам, вважаємо доречним розглянути найвагоміші функції графічного дизайну у сучасному суспільстві. Функції визначаються «місцем дизайнерської діяльності у системі інших соціокультурних феноменів сучасного суспільства» [6, с. 13]. Досить комплексно визначення функцій дизайну як широкого поняття представлено у І. Рижової, хоча й зі специфікою соціальної філософії. Вона виділяє відтворювально-інформаційну, евристичну,

координуючу, інтегруючу, онтологічну, феноменологічну, психоаналітичну функції [6, с. 13].

Сутність *інформативної функції* полягає у відповідному розкритті ідеї, відображенні структурних елементів, зв'язків, взаємодій тієї проблематики, заради вирішення якої створювався проєкт, а також трансляції інформації, яка може змінити проблемну ситуацію. У О. Гладун аспект інформування висвітлено тим, що мова графічного дизайну є сукупністю й системою думок, висловлювань, ідей, духовних установок, що здійснюють як інформування, так і формування певного світогляду [16, с. 42–46].

Комунікативний аспект функціонування системи графічного дизайну наприкінці ХХ ст. і посьогодні став вельми вагомим та провідним. Н. Складенко вказує, що «пересмислення комунікативних функцій графічного дизайну відбувається із появою низки фундаментальних праць J. Frascara» [17, с. 54], який був президентом ICOGRADA 1985–1987 рр.

Узагальнено, *комунікативна функція* полягає в тому, що продукція графічного дизайну сприяє соціальній комунікації між різними соціальними групами і спільнотами (урядом і громадянами, бізнесом і споживачами, лідерами думок та громадськістю), оскільки його художньо-образна мова передбачає реакцію адресата у вигляді дії або висловлювань, а отже – взаємозворотній зв'язок з комунікатором. Такий ракурс аналітики графічного дизайну пов'язаний з розвитком теорії соціальної комунікації, що стало вельми популярною темою гуманітаристики у другій половині ХХ ст.

Головну мету, яка лежить в основі будь-якої соціальної комунікації, визначаються як зменшення рівня внутрішньої невизначеності [18, с. 10–24]. Високий рівень невизначеності може загрожувати припиненню комунікативного процесу. Окрім цього, невизначеність може викликати тривожність, що свідчить про комунікативну некомпетентність однієї із сторін, а некомпетентний комунікатор не здатен продовжувати комунікацію. Кожен рівень комунікативного процесу передбачає

зниження невизначеності вербальними та невербальними методами. З роботи Г. Брага започатковано структуру рівнів комунікації: рівень міжособистісного спілкування (базовий), коли повідомлення є усним та/або жестовим, і, насамперед, безпосереднім (бесіда, інтерв'ю тощо); рівень організованої культурної комунікації, де з'являються технології та нові канали комунікації (лист, живопис тощо. буд.) і у якому автор може бути «відсутнім; рівень масової комунікації (джерела поширення повідомлень) [19]. Після концептуалізації соціальної комунікації чітко проявилася роль продукції графічного дизайну у процесах 2го і 3го рівнів, тобто його комунікативна функція, завдяки якій рівень невизначеності в обох сторонах зменшується.

Серед потреб аудиторії адресатів, до яких звертається комунікатор (ініціатор передачі інформації), можна визначити такі, як потреба пізнання, потреба отримувати емоції, потреба в довірі та стабільності, потреба соціальної інтеграції, яка виражається через обговорення інформації із рідними та друзями та потреба в знятті напруги та переключенні уваги. Продукція графічного дизайну є інструментарієм-посередником в цих комунікативних процесах та має характеризуватися властивостями, здатними забезпечити комунікативні потреби адресатів.

Останніми роками проявився ще один аспект комунікативної функціональності графічного дизайну – *маніфестація користувачем власного ставлення до навколишніх процесів за допомогою продукції графічного дизайну*. Пов'язано це з тим, що останніми роками продукція графічного дизайну у вигляді заготовок емблем для соціальних мереж («аватари»), візуалізації афоризмів та влучних фраз, стікерпаків, композицій для принтів на одяг та інші виши індивідуального користування став доступним для широкого використання. Дизайнери створюють численну кількість продукції і поширюють її безкоштовно з метою власної популяризації, а адресати мають можливість використати ці розробки для власного іміджу в одязі / аксесуарах або на сторінках соціальних мереж. Зазвичай своїм зовнішнім

виглядом і костюмом, зокрема, та сторінкою людина проявляє свою індивідуальність та використовує інструментарій візуальної продукції для передачі в навколишній комунікативний простір своїх думок, прагнень, ставлення до актуальних тем. Позначення своєї особистості для інших можна трактувати як своєрідну маніфестацію власних поглядів, які можуть бути спрямованими на підтримку або деструктуризацію, та, навіть, знищення певних суспільних процесів. Наприклад, серед безліч пропозицій принтованих футболок або аватарів у соцмережах, споживач може віднайти таку формулу, що візуалізує його внутрішні переживання, думки, життєві висновки, дотримання певного способу життя та життєвих орієнтирів. Таким чином, графічний дизайн є посередником у соціальній комунікації у вигляді позиціонування людиною своєї соціальної ролі, статусу, громадської позиції.

Важливою вважаємо й таку функцію системи графічного дизайну, як *евристична*. Вона пов'язана зі зростанням ролі дослідницької складової під час розробки проєкта [20], а отже – примноженням емпіричних даних і експертних висновків, які складають базис для наукових теоретизувань та узагальнень.

Є. Гула зазначає, що висока і зростаюча актуальність графічного дизайну передбачає залучення в його інструментарій найбільш модерних технічних засобів [21, с. 29]. Справді, саме в його галузі вперше почали застосовувати програми комп'ютерної графіки і цифрові технології фотозйомки, макетування, тиражування. Сьогодні ця тенденція продовжується застосуванням штучного інтелекту, оскільки ця технологія надає можливість оптимізувати багато процесів проєктного процесу, а також розробляти частково контент для наповнення концептуальних схем і макетів [22]. Це говорить про те, що система графічного дизайну є свого роду *індикатором науково-технічного прогресу в суспільстві*. При цьому важливо, що у порівнянні з іншими видами дизайну графічний є найменш вибагливим до технологічного оснащення – він потребує лише потужного ноутбука та підключення до мережі, який є доволі мобільним у транспортуванні.

І. Ригова вважає, що «зміст дизайнерських практик зводиться до того, що вони формують стійкі художні і формогенеративні канони, уявлення про прекрасне, добро, відношення до природи і суспільства, сущого і належного» [6, с. 12]. Не можна повністю погодитися, що сутність дизайну полягає лише в тому, але проекти, створені професійними дизайнерами, креативно та за всіма етапами проектування, справді є зразковим матеріалом, який, з одного боку, **репрезентує поточну соціальну реальність** (як реагування на запити цільової групи), з іншого – **надає цільовій групі найкращий візуальний продукт, який вона здатна сприйняти в силу поширеної серед її членів картини світу**. Перегляд продукції графічного дизайну дає уявлення про історичний перебіг подій в конкретному суспільстві, адже проекти наповнені актуальними на момент створення зображеннями просторових об'єктів, візуальними ознаками певних подій, модними образами персонажів, сюжетикою популярних видів діяльності та іншими маркерами періоду, в який створювався проєкт. Проекти з власним концептуальним наповненням автора-дизайнера також надає зразковий, хоча й нерідко дискусивний матеріал для наслідування, обговорень, визначення векторів розвитку графічного дизайну взагалі.

Характерним вектором розуміння функціональності системи дизайну є те, що вона априорі спрямована на трансформацію навколишнього простору, на його оновлення за рахунок використання розробленого проєкту. «Дослідника цікавить реальність, тоді як дизайнера цікавить те, якою реальність може стати» [23, с. 31]. Тобто функція системи графічного дизайну полягає й у **трансформації навколишнього простору інформації та взаємодій**, або внаслідок вирішення наявної проблеми, або внаслідок створення альтернативи наявному стану речей для змін заради змін. Найчастіше це відбувається за допомогою варіативного експериментування, нерідко завершений проєкт сам по собі є **експериментом**, наслідки якого для зовнішнього простору досліджуються та аналізуються як складова проектування. Для експериментів дизайнер використовує ескізи, прототипи та

сценарії. Також важливу роль в цьому відіграють інноваційні технології, які допомагають і у варіативності пропозицій, і у варіативності прогнозів, і у швидкості проектування.

Висновки. В результаті огляду публікацій науковців, синтезу спостережень за розвитком графічного дизайну як системи та його аналітики, визначено, що межі системи через види спроектованих об'єктів можна окреслити як сукупність айдентики (фірмовий стиль як її складова), друкованих книг всіх тематичних, жанрових і функціональних підвидів, періодичних видань, плакатів всіх видів, рекламної продукції, упаковок, шрифтів, інтерфейсів електронних книг, макетів для СММ. При цьому постійні оновлення видів проєктних робіт не дозволяють однозначно зафіксувати ці межі системи графічного дизайну, але говорять про її самоорганізаційність і динамічною в своєму історичному розвитку. Основною характеристикою графічного дизайну є знаковість і трансляція сенсів.

В результаті застосування системно-функціонального аналізу висвітлено особливості прояву графічного дизайну у зовнішньому просторі соціальних комунікацій, а саме уточнено сутність інформативної та комунікативної функцій, акцентовано евристичну функцію як результат необхідних в проектуванні дизайн-досліджень, сформульовано такі функції, як індикація науково-технічного прогресу в суспільстві, репрезентація поточної соціальної реальності, підвищення естетичного рівня представників цільової групи через надання зразкового для них візуального продукту, трансформація навколишнього простору інформації та взаємодій. Крім цього, проявлено ще один аспект комунікативної функціональності графічного дизайну – маніфестація користувачем власного ставлення до навколишніх процесів за допомогою його продукції.

В контексті нових концептуальних трактувань системних процесів в гуманітарних науках вважаємо перспективними напрямками переосмислення системно-структурних моделей графічного дизайну, розширення системно-функціональної та системно-комунікаційної аналітики графічного дизайну як соціокультурного явища.

Література:

1. Спільник І., Ярошук О. Принципи системності в аналітичних дослідженнях. *Економічний аналіз* : зб. наук. праць / Тернопільський національний економічний університет. Тернопіль. 2018. Том 28. № 2. С. 182–190. ISSN 1993-0259.
2. Гречина І. Системний підхід як методологічна основа дослідження потенціалу економічних систем. *Економічний аналіз*. 2010. Вип. 7. С. 15–18. https://econa.at.ua/Vypusk_7/grechyna.pdf
3. Немченко А. Методологія системного підходу в управлінні організацією. *Наукові записки*. 2010. Вип. 10, част. I. С. 275–279. URL: <https://dspace.kntu.kr.ua/server/api/core/bitstreams/882a0431-00db-4264-a35d-c5a81aa9f954/content>
4. Климчук С. Наука "енвіроніка" – домінантний вектор стратегії розвитку підприємств альтернативної енергетики. *Бізнес Інформ*. 2013. № 9. С. 185–190. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/binf_2013_9_31
5. Чепік-Трегубенко О., Єнін М., Наливайко Л. Соціальна система. Велика українська енциклопедія. 2020. URL: https://vue.gov.ua/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0 (дата звернення: 9.03.2025).
6. Рижова І. Дизайн як фактор гармонізації відносин суспільства і особистості: методологічні засади : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня докт. філософських наук : 09.00.03. 2008. 34 с.
7. Лановська Г. Інноваційна екосистема: сутність та принцип. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 11. С. 257–262.
8. Tsujimoto M., Kajikawa Y., Tomita J., Matsumoto Y. A review of the ecosystem concept – Towards coherent ecosystem design. *Technological Forecasting and Social Change*. 2018. Vol. 136, November. P. 49–58. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S004016251730879X> (дата звернення: 9.03.2025).
9. Туленков М., Бех В. Аналіз системний. Велика українська енциклопедія. 2020. URL: https://vue.gov.ua/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D0%B9 (дата звернення: 9.03.2025).
10. Прищенко С. Еволюція рекламної графіки як складової художньо-проектної культури : дисерт. на здобуття наук. ступеня докт. мистецтвознавства : 26.00.01. 2019. 554 с.
11. Stevens E. What Is Graphic Design? Everything You Need To Know. 2023. URL: <https://www.andacademy.com/resources/blog/graphic-design/what-is-graphic-design/> (дата звернення: 9.03.2025).
12. Кривецька Л. Компетенції графічного дизайнера. Аналітичний матеріал. Львів: PPV.NET.UA, 2019. URL: https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Graphic_Designer_Compencies_UK_Model_PPVK_N_2019_UA.pdf (дата звернення: 9.03.2025).
13. Fonseca Braga M. The Fifth Order of Design: The Value of Design in Times of Transition. *Cubic Journal*. 2023. 6(6), 98–115. <https://doi.org/10.31182/cubic.2023.6.63>
14. Buchanan R. Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*. 1992(2), 7–35. <https://doi.org/10.2307/1511637>
15. Kearney S. Defining Design: Is a universal definition possible? 2018. URL: <https://www.nomat.com.au/nomat-blog/defining-design> (дата звернення: 9.03.2025).
16. Гладун О. Глобалізаційний і національний вектори розвитку графічного дизайну України. *Українське мистецтвознавство: матеріали, дослідження, рецензії* : зб. наук. пр. Київ: ІМФЕ ім. М.Т. Рильського НАН України. 2007. Вип. 7. С. 45–49.
17. Складенко Н. Дизайн системи візуальних комунікацій: теоретичні основи та проектні концепції сталого розвитку : дисерт. на здоб. наукового ступеня докт. мистецтвознавства : 17.00.07. 2023. 605 с.
18. Heath R.L., Bryant J. Human Communication Theory and Research: Concepts, Contexts, and Challenges (2nd ed.). *Routledge*. 2000. <https://doi.org/10.4324/9781410605481> (дата звернення: 9.03.2025).
19. Braga G. Toward a General Theory of Communication. *Political Research, Organization and Design*. 1960. Т. 3. №. 9. С. 12–14. URL: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/toward-general-theory-communication/docview/195064009/se-2> (дата звернення: 9.03.2025).
20. Леонард Н., Емброуз Г. Основи. Графічний дизайн 02: Дизайнерське дослідження. Київ : ArtHuss. 2019. 192 с.
21. Гула Є. Сучасний графічний дизайн: специфіка інтегральної природи творчості. *Art and design*. 2020. №3. Р. 25–33.
22. Геренко С. Штучний інтелект у графічному дизайні: кейс генеративних нейромереж. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*. 2024. № 7(1). С. 78–91.
23. Dalsgaard P. Pragmatism and design thinking. *International Journal of Design*. 2014. 8(1). P. 143–155. URL: <https://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/view/1087/606> (дата звернення: 9.03.2025).

References:

1. Spilnyk, I., & Yaroshchuk, O. (2018). Pryntsypy systemnosti v analitychnykh doslidzhenniakh [Principles of consistency in analytical research]. *Ekonomichniy analiz – Economic analysis* : Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (pp. 182–190). Ternopil [in Ukrainian].
2. Hrechyna, I. (2010). Systemnyi pidkhid yak metodolohichna osnova doslidzhennia potentsialu ekonomichnykh system [Systemic approach as a methodological basis for studying the potential of economic systems]. *Economic analysis – Economic analysis*, 7, 15–18 [in Ukrainian].
3. Nemchenko, A. (2010). Metodolohiia systemnoho pidkhotu v upravlinni orhanizatsiiei [Methodology of the systematic approach in organization management]. *Naukovi zapysky – Scientific notes*, 10(1), 275–279 [in Ukrainian].
4. Klymchuk, S. (2013). Nauka "environika" – dominantnyi vektor stratehii rozvytku pidpriemstv alternatyvnoi enerhetyky [Environics science is the dominant vector of the development strategy of alternative energy enterprises]. *Biznes Inform – Business Inform*, 9, 185–190 [in Ukrainian].
5. Chepik-Trehubenko, O., & Yenin, M., Nalyvaiko, L. (2020). Sotsialna systema [Social system]. *Velyka ukrainska entsyklopediia – The Great Ukrainian Encyclopedia*. Retrieved from https://vue.gov.ua/%D0%A1%D0%BE%D1%86%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%B0
6. Ryzhova, I. (2008). Dyzaïn yak faktor harmonizatsii vidnosyn suspilstva i osobystosti: metodolohichni zasady [Design as a factor of harmonization of relations between society and the individual: methodological principles]. *Extended abstract of doctor's thesis*. [in Ukrainian].
7. Lanovska, H. (2017). Innovatsiina ekosystema: sutnist ta pryntsyp. [Innovation ecosystem: essence and principle]. *Ekonomika i suspilstvo -Economy and society*, 11. 257–262 [in Ukrainian].
8. Tsujimoto, M., & Kajikawa, Y., Tomita, J., Matsumoto, Y. (2018). A review of the ecosystem concept – Towards coherent ecosystem design. *Technological Forecasting and Social Change*. 136, November. 49–58 [in English].
9. Tulenkov, M., & Bekh, V. (2020). Analiz systemnyi [System analysis]. *Velyka ukrainska entsyklopediia – The Great Ukrainian Encyclopedia*. Retrieved from https://vue.gov.ua/%D0%90%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%96%D0%B7_%D1%81%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B5%D0%BC%D0%BD%D0%B8%D0%B9 [in Ukrainian].
10. Pryshchenko, S. (2019). Evoliutsiia reklamnoi hrafi ky yak skladovoi khudozhno-proiektnoi kultury [Evolution of Advertising Graphics as a Component of Artistic and Project Culture]. *Extended abstract of Doctor's thesis*. [in Ukrainian].
11. Stevens, E. (2023). What Is Graphic Design? Everything You Need To Know. Retrieved from <https://www.andacademy.com/resources/blog/graphic-design/what-is-graphic-design/>
12. Kryvetska, L. (2019). Kompetentsii hrafi chnoho dyzainera. Analitychnyi material [Competencies of a graphic designer. Analytical material]. Lviv: Retrieved from https://ppv.net.ua/uploads/work_attachments/Graphic_Designer_Competencies_UK_Model_PPVKN_2019_UA.pdf
13. Fonseca Braga, M. (2023). The Fifth Order of Design: The Value of Design in Times of Transition. *Cubic Journal*, 6(6), 98–115. <https://doi.org/10.31182/cubic.2023.6.63>
14. Buchanan, R. (1992). Wicked Problems in Design Thinking. *Design Issues*, 8(2), 7–35. <https://doi.org/10.2307/1511637>
15. Kearney, S. (2018). Defining Design: Is a universal definition possible? URL: <https://www.nomat.com.au/nomat-blog/defining-design>
16. Hladun, O. (2007). Hlobalizatsiinyi i natsionalnyi vektory rozvytku hrafi chnoho dyzainu Ukrainy [Globalization and National Vectors of Graphic Design Development in Ukraine]. *Ukrainske mystetstvoznavstvo: materialy, doslidzhennia, retsenzii – Ukrainian art history: materials, research, reviews* : Proceedings of the International Scientific and Practical Conference (pp. 45–49). Kyiv [in Ukrainian].
17. Skliarenko, N. (2023). Dyzaïn systemy vizualnykh komunikatsii: teoretychni osnovy ta proiektni kontseptsii staloho rozvytku [Design of visual communication system: theoretical foundations and design concepts of sustainable development] *Extended abstract of Doctor's thesis*. [in Ukrainian].
18. Heath, R.L., & Bryant J. (2000). Human Communication Theory and Research: Concepts, Contexts, and Challenges (2nd ed.). *Routledge*. <https://doi.org/10.4324/9781410605481> (дата звернення: 9.03.2025).
19. Braga, G. (1960). Toward a General Theory of Communication. *Political Research, Organization and Design*, T. 3, 9. 12–14. Retrieved from <https://www.proquest.com/scholarly-journals/toward-general-theory-communication/docview/195064009/se-2>
20. Leonard, N., & Embrouz, H. (2019). Osnovy. Hrafi chnyi dyzaïn 02: Dyzaïnerske doslidzhennia [Fundamentals. Graphic design 02: Design research]. Kyiv : ArtHuss [in Ukrainian].

21. Hula, Ye. (2020). Suchasnyi hrafichnyi dyzain: spetsyfika intehralnoi pryrody tvorchosti [Contemporary graphic design: the specificity of the integral nature of creativity]. *Art and Design – Art and Design*, 3, 25–33 [in Ukrainian].
22. Herenko, S. (2024). Shtuchnyi intelekt u hrafichnomu dyzaini: keis heneratyvnykh neiromerezh [Artificial intelligence in graphic design: the case of generative neural networks]. *Demiurh: idei, tekhnologii, perspektivy dyzainu – Demiurge: ideas, technologies, design perspectives*, 7(1). 78–91.
23. Dalsgaard, P. (2014). Pragmatism and design thinking. *International Journal of Design*, 8(1). 143–155. Retrieved from <https://www.ijdesign.org/index.php/IJDesign/article/view/1087/606>