

УДК 7.05:004.9 + 7.012:17

DOI <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2025.37.49>

ІНТЕГРАЦІЯ ГРАФІЧНОГО Й МУЛЬТИМЕДІЙНОГО ДИЗАЙНУ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ: ЕСТЕТИЧНІ ТА АКСІОЛОГІЧНІ ПРИНЦИПИ ПРОЄКТУВАННЯ

Шаповал Анатолій Григорович¹, Астанін Михайло Олександрович²,
Батрак Вадим Станіславович³, Силенко Юлія Володимирівна⁴

¹ член Спілки дизайнерів України, почесне звання професора,
доцент кафедри мультимедійного дизайну,

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна,
e-mail: a.g.shapoval61@gmail.com, orcid: 0000-0002-0327-2103

² доктор філософії, доцент кафедри мультимедійного дизайну,

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна,
e-mail: mastanin12@gmail.com, orcid: 0000-0002-7561-1274

³ член Спілки дизайнерів України, доцент кафедри мультимедійного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна,
e-mail: batrak.vs@kntd.com.ua, orcid: 0000-0002-9963-4972

⁴ старша викладачка кафедри мультимедійного дизайну,
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна,
e-mail: sylenko.yv@kntd.edu.ua, orcid: 0000-0002-5535-176X

Анотація. Мета. Метою статті є проведення теоретичного аналізу процесу інтеграції графічного й мультимедійного дизайну в умовах цифрової епохи з акцентом на естетичні й аксіологічні принципи проєктування.

Методологія. Методи дослідження: аналіз наукової літератури для вивчення сучасних підходів до дизайну, естетики й аксіології в цифровому контексті; порівняльно-аналітичний метод для виявлення подібностей і відмінностей в естетичному та ціннісному підході в дизайні.

Результати. Аналіз сучасних тенденцій показав, що дизайн уже не є одновимірним. Він включає динаміку, сценарність, інтерактивність, а також урахування соціокультурного контексту, поведінкових патернів аудиторії та її ціннісних орієнтирів. У цьому контексті важливу роль відіграють технології UX/UI, які перетворюють естетичні рішення на частину функціонального досвіду, а візуальні елементи – на носії гуманістичних меседжів. Так, принципи емоційної резонансності, мінімалізму, візуальної узгодженості, динамічної взаємодії та контекстуальності формують підґрунтя нового цілісного дизайн-підходу. Виявлено, що естетичні елементи (кольорова палітра, типографіка, ритм, анімація) в умовах мультимедійного середовища отримують додатковий смисловий рівень. Водночас розкрито аксіологічний потенціал візуально-мультимедійного дизайну як засобу впливу на соціальну реальність. Сформульована концепція інтеграції естетичних і ціннісних принципів у мультимедійному дизайні, що дозволяє об'єднати функціональність, емоційність і значеннєвість у межах єдиного дизайн-продукту. У результаті дизайн у цифрову епоху трансформується в багатоаспектний інструмент соціальної взаємодії, де естетика й аксіологія постають не лише комплементарними, а взаємозалежними складниками сучасної візуальної комунікації.

Наукова новизна. Уперше здійснено концептуалізацію інтеграції графічного та мультимедійного дизайну крізь призму синтезу естетичних і аксіологічних засад у контексті цифрової культури. Запропоновано авторське бачення

функціональної взаємозалежності естетики, емоційності й значеннєвого навантаження у створенні цілісного мультимедійного продукту, що позиціонується як засіб соціокультурної взаємодії.

Практична значущість. Результати дослідження можуть бути використані у професійній підготовці фахівців у сфері дизайну, медіа, візуальних комунікацій і цифрових технологій, а також у розробленні гуманістично орієнтованих цифрових продуктів.

Ключові слова: дизайн, мультимедійний дизайн, графічний дизайн, мультимедійне проєктування, цифрове середовище, естетичні принципи, аксіологія, UX/UI дизайн, інтерактивність, дизайн-мислення, цінності.

ВСТУП

У контексті цифрової доби, що характеризується пануванням візуальної культури, взаємопроникнення графічного та мультимедійного дизайну постає не лише як наслідок технологічного прогресу, а як вияв естетико-ціннісних тенденцій, що віддзеркалюють ідеологічні та культурні орієнтири сучасності. Зміщення акцентів у сфері візуальної комунікації – від статичних форм до інтерактивних і динамічних середовищ – зумовлює необхідність переосмислення дизайнерських принципів, у яких поєднання зображення, анімації, звукового супроводу, відеоряду й інтерактивності підпорядковується не лише функціональним, а й естетичним і аксіологічним критеріям.

АНАЛІЗ ПОПЕРЕДНІХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Аналіз останніх публікацій і досліджень показує, що сучасні дослідження в галузі графічного та мультимедійного дизайну свідчать про стрімке ускладнення підходів до візуальної комунікації, де все більшу роль відіграють не лише технічні інструменти, а й гуманітарно-естетичні засади. Зокрема, роботи М.О. Астаніна й О.О. Слітюк (2025 р.) [1, с. 103–109] аналізують явище композиційного синтаксису в контексті експериментальних практик модернізму, що засвідчує актуальність формотворчих ідей у сучасному дизайні як діалогу між традицією та інновацією. Вивчення віртуального простору як чинника формування сучасної візуальної мови розкривається в дослідженні М.К. Виноградової (2022 р.) [3, с. 223–224], де підкреслюється значення візуального середовища як автономного смислового носія. Це корелює з висновками І.П. Дроздової та О.А. Загоруйко (2020 р.) [6, с. 465–473], які акцентують на функціональності мультимедійних технологій у мистецтві як чиннику художнього впливу. Глибше занурення в мультимедійні підходи пропонують М.І. Кирієнко й О.М. Пасько (2024 р.) [8, с. 331–342], які окреслюють як теоретичні, так і практичні

основи застосування мультимедійних технологій у дизайні. Комплексний підхід демонструють також Н.Є. Колесник, Т.В. Шостачук і А.П. Максимчук (2024 р.) [9, с. 641–652], які аналізують вплив мультимедійності на логіку побудови візуального образу, а також його взаємодію з емоційним сприйняттям аудиторії.

Дослідження О.С. Крутової (2024 р.) [10, с. 59–65] є особливо значущим у контексті вивчення доповненої реальності як інструменту перебудови графічного дизайну, що розкриває потенціал інтерактивності й іммерсивності як нових категорій візуального мислення. К.Л. Пашкевич, М.С. Воробчук, А.Ю. Шинкар (2023 р.) [14, с. 94–104] також підкреслюють ефективність іммерсивних технологій у розробленні інноваційних дизайн-продуктів. Особливу цінність мають праці О.М. Пасько, Н.А. Бондаренко та М.І. Кирієнка (2024 р.) [13, с. 250–272], які теоретично обґрунтовують доцільність використання мультимедійного проєктування у професійній діяльності дизайнера. У цьому ж ключі робота А.Г. Шаповал, Ю.В. Силенко та М.С. Іваної (2025 р.) [15, с. 118–123] систематизує методологічні основи проєктування мультимедійних об'єктів, розкриває взаємозв'язок між концептуальними, естетичними й функціональними елементами дизайну. Серед публікацій, що висвітлюють педагогічний аспект, варто відзначити дослідження Т.В. Штайнер, А.В. Лісогор і Ю.В. Силенко (2025 р.) [16, с. 163–167], де розглядається формування креативного мислення і візуальної грамотності засобами мультимедійних технологій у підготовці дизайнерів, що підтверджує ціннісний потенціал дизайн-освіти.

Іноземні автори також приділяють значну увагу цій проблематиці. Зокрема, М. Бадіца, Н. Колесник, М. Полховська у своєму дослідженні (2020 р.) [17, с. 117–138] фокусуються на двомовній моделі підготовки дизайнерів через мистецький дизайн, що ілюструє цінність мультикультурного підходу. А. Еджаз зі співавторами (2019 р.) [19, с. 209–216] проаналізовано принципи графічного

інтерфейсу користувача під час створення AR-застосунків, розширюючи теоретичну базу UX/UI дизайну. Р. Михайлова зі співавторами (2023 р.) [20, с. 394–407] досліджують роль VR і AR у веб- та блог-дизайні, що посилює акцент на інтеграцію цифрових середовищ із візуальним наративом.

Отже, аналіз сучасних публікацій свідчить про еволюцію дизайну як сфери, що інтегрує технологічні інновації, естетичні засади й аксіологічні орієнтири.

МЕТА

Мета статті – проведення теоретичного аналізу процесу інтеграції графічного й мультимедійного дизайну в умовах цифрової епохи з акцентом на естетичні й аксіологічні принципи проектування. *Цілями дослідження* є: 1) проаналізувати основні тенденції інтеграції графічного та мультимедійного дизайну в сучасному цифровому середовищі; 2) виокремити естетичні принципи, що лежать в основі сучасного дизайну інтерактивних і мультимедійних продуктів; 3) окреслити аксіологічний потенціал візуально-мультимедійного дизайну як носія культурних і етичних смислів; 4) сформулювати концепцію взаємодії (інтеграції) естетичних і ціннісних орієнтирів у процесі дизайну цифрового середовища. *Методи дослідження*: аналіз наукової літератури для вивчення сучасних підходів до дизайну, естетики й аксіології в цифровому контексті; порівняльно-аналітичний метод для виявлення подібностей і відмінностей в естетичному та ціннісному підході в дизайні.

РЕЗУЛЬТАТИ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Роль візуальної інформації в сучасній цифровій епосі значно зростає, що сприяє інтеграції графічного та мультимедійного дизайну. Це стає не лише технологічним розвитком, а й культурним явищем. Спостерігається чітка тенденція до об'єднання графічних і мультимедійних елементів, що демонструє поширення реалізації комплексних візуальних систем, які поєднують функціональність, інструменти й естетику обох напрямів.

Раніше до графічного дизайну належали: статичні зображення, друкована продукція та нерухомі композиції, натомість мультимедійний дизайн охоплював динамічні продукти з використанням відео, звуку й анімації (М.К. Виноградова [3, с. 223–224]). Конвергенція цих дисциплін є однією із ключових тенденцій і демонструє сучасні дизайн-проекти, які можуть змінюватися в реальному часі, реагувати на взаємодію користувача завдяки інтерактивності та

набувати нових значень і функцій. Той самий плакат зараз може мати друковану та цифрову версію з анімованими елементами й інтерактивними кнопками, що демонструє синтез напрямів дизайну та розширення функціонального потенціалу продукту (І.П. Дроздова, О.А. Загоруйко [6, с. 465–473]).

У зв'язку із цим дедалі більшої актуальності набуває переорієнтація дизайну на користувачський досвід. Поява технологій UX/UI значно впливає не лише на графічний і мультимедійний дизайн, а й на їх синтез. Візуальний образ тепер вбудований у сценарії використання, у логіку навігації, у психологічне сприйняття та емоційні реакції користувача. Оскільки в нинішніх проєктах колір, типографіка, сітка, графічні елементи поєднуються з рухом, звуком і мультимодальною взаємодією, то в результаті виникає єдиний простір взаємодії.

Інтерактивність, яка згадувалась раніше, становить важливий складник сучасного дизайну. Традиційні графічні об'єкти мали на меті естетичне сприйняття та зацікавлення, сучасні продукти орієнтуються на залучення та взаємодію (М.І. Кирієнко, О.М. Пасько [8, с. 331–342]). Дизайнери все частіше створюють проєкти з позиції завершеного образу, який ураховує сценарії поведінки, контекст, реагує на дії користувача (Н.Є. Колесник та інші [9, с. 641–652]). Віртуальна й доповнена реальність, 3D-графіка, генеративний дизайн, використання штучного інтелекту є новітніми технологіями, які з розвитком і впровадженням суттєво трансформували візуальну семантику сучасного дизайну (О.С. Крутова [10, с. 59–65]). Це впливає на суть візуальної комунікації, адже дизайн набуває рис «живої системи», цифрового помічника. Графічні об'єкти стають частиною користувацького шляху та змінюються від вибору користувача, даних і навколишнього середовища (К.Л. Пашкевич та інші [14, с. 96–104]). Цей процес відкриває перспективи для візуального простору та створення так званої живої естетики, де відображається інтеграція графічного та мультимедійного дизайну. Чіткі підходи, як-от дизайн-мислення, що передбачає аналіз потреб аудиторії, прототипування, тестування, адаптацію рішень до контексту, демонструють, що інтеграція графічного й мультимедійного дизайну відбувається упорядковано (В.В. Іванова [7, с. 93–97]).

У результаті проведеного аналізу сучасних тенденцій інтеграції графічного та мультимедійного дизайну можна зробити висновок про формування міждисциплінарного, гнучкого, аксіологічно навантаженого типу

мислення дизайну [11, с. 223]. Як результат, нове цілісне аудіовізуальне середовище вагомо впливає на інтерфейс користувача, його ціннісні орієнтири, емоційний стан і культурну ідентичність завдяки продуманому поєднанню технічних можливостей і гуманітарних змістів. Оскільки в сучасних напрямках дизайну естетика перестає бути лише фактором візуального задоволення, пріоритетним завданням є виокремлення естетичних принципів, що лежать в основі сучасного дизайну інтерактивних і мультимедійних продуктів. У цифровому середовищі формуються атмосфера, сенс і настрої, що свідчить про набуття функціональних і семіотичних ознак (М. Бадіца й інші [17, с. 117–138]). У цьому контексті естетичні принципи стають невід'ємним компонентом комунікаційної стратегії дизайну, відходячи від обмеженості декоративною чи стилістичною функцією.

Принцип візуальної узгодженості є одним з фундаментальних принципів сучасного інтегрованого дизайну, що поєднує графічні та мультимедійні компоненти в єдину комунікаційну систему [12, с. 25–28]. Продукти цього напрямку вирізняються структурною складністю та багаторівневістю, оскільки складаються з різних елементів, що взаємодіють: кольору, форми, типографіки, руху, звуку, анімації. У зв'язку із цим важливо досягати цілісності візуального стилю, семіотичного навантаження, функціональності для створення лаконічного корисного дизайну.

Ще одним важливим принципом є **гармонія між статикою і динамікою**, що зумовлена необхідністю балансу між графічними, тобто стабільними, елементами, як-от типографіка, логотип, сітка, ілюстрація, та рухливими компонентами: відео, анімацією, інтерактивними модулями [2, с. 142–162]. Гармонійний перехід і ґрунтовне поєднання цих двох типів виразності є показником успішного дизайну, що не демонструє візуальне перенасичення чи надмірну статичну одноманітність.

Однією з основних засад формування візуального досвіду є **принцип емоційної резонансності**. Викликання глибокого емоційного відгуку, який активує в користувача асоціативні реакції та особисті спогади, є одним із пріоритетних завдань сучасного дизайну. Використання релевантних кольорових палітр, стилістичних зображень, рухів, звукових ефектів, що відповідають контексту, цілям продукту й очікуванням аудиторії, сприяє ефективному емоційному впливу.

Один із визначальних принципів – **мінімалізм і функціональна**

чистота [5, с. 101–120; 18]. Помилково вважати, що візуальне спрощення є униканням чи відмовою від складності, насправді це свідомо, зрозуміла, прозора та зручна демонстрація елементів. Мінімалізм тісно пов'язаний із функціональністю, оскільки в межах дизайн-проєкту він покликаний передавати максимальну кількість змісту за допомогою мінімального набору виразних засобів. Засобами реалізації мінімалізму виступають: продуманий простір між елементами, лаконічні лінії та графічна мова, обмежена кольорова гама, чітка ієрархія елементів.

Невід'ємним складником сучасного естетичного фактору є **адаптивність і контекстуальність естетики** [4, с. 13–18]. У сучасному середовищі користувач має широкий спектр можливостей для взаємодії із цифровим простором, тому актуальним є питання гнучкості дизайн-контенту. Продукт має бути продуманим і адаптованим під різні платформи, розмір екранів, типи ґаджетів і способи взаємодії. Окрім того, варіативність аудіовізуальної інформації має враховувати соціокультурний контекст, мовні особливості та стиль життя аудиторії.

Також варто зазначити **принцип наративності** як естетичного підходу. Дедалі частіше візуальні, графічні, текстові та мультимедійні елементи дизайн-проєкту структуруються у формі послідовної, змістовної розповіді. Наративний дизайн реалізується через естетично структуровані темпоритмічні побудови, образно-метафоричні рішення, повторювані мотиви та сценарну логіку подання контенту.

Вищезазначені принципи можуть поєднуватись і комбінуватись у межах окремо визначених дизайн-проєктів чи візуальних систем. Синтезуючи, вони формують дизайн-середовище як носій інформаційних, культурних, естетичних і ціннісних значень. У цифрову добу дизайнерська естетика виконує роль способу мислення, мови впливу й інструменту емоційного й етичного структурування, не обмежуючись стилем і модою. У цьому полягає суть розвитку естетики графічного й мультимедійного дизайну.

Не менш важливим і пріоритетним завданням є окреслення аксіологічного потенціалу графічно-мультимедійного дизайну як носія культурних і етичних смислів. У цьому питанні ключову роль відіграє розуміння естетичних принципів у сучасному дизайні, що допомагає окреслити потенціал візуального й аудіовізуального середовища. У сучасності мультимедійні форми, як-от зображення, відео, анімація, стають провідними

комунікативними інструментами та виконують функцію трансляції суспільно значущих значень. Саме тому візуально-мультимедійний дизайн постає як **аксіологічна структура**, здатна формувати в користувача уявлення про продукт, бренд, компанію та навіть започатковувати окремі тенденції.

У контексті естетичних принципів і аксіологічної структури дизайн починає виконувати функцію культурного медіатора. Він залучає у свій первинний смисл і завдання елементи історичної пам'яті, сучасного соціального досвіду та національних особливостей. За допомогою мультимедійних засобів дизайн забезпечує не лише продаж і промоцію товару, а й транслює значно глобальніші речі, як-от толерантність, відповідальність, екологічна свідомість, рівність, свободи й інші. Водночас він часто залишається в межах комерціалізації, що підкреслює як розширення використання графічно-мультимедійного дизайну, так і значне зростання його суспільної ролі.

Проте така увага до дизайну приводить до підвищення рівня відповідальності. З огляду на глобалізацію інформаційного простору дизайнерський продукт привертає особливу увагу, охоплює широкі аудиторії. Це формує новий етичний вимір дизайну, який є не менш значущим, ніж естетичний. У новому становищі дизайнери чи цілі команди фахівців несуть відповідальність як за естетику та привабливість, так і за етичний зміст продукту. До того ж дизайн стає частиною соціального проектування, маючи змогу демонструвати різні позиції стосовно тіла, віку, статі, національності, мови й ідентичності. Оскільки ці теми є елементами публічного обговорення, їх художня візуалізація здатна як зміцнити, так і трансформувати наявні стереотипи. Важливим стає ціннісне навантаження в багатосаровій і етичній репрезентації різних соціальних груп і ретельний вибір графічних і мультимедійних засобів вираження.

Локалізація культури є ще одним важливим аспектом аксіологічного принципу. Сучасні дизайн-проекти часто використовують традиційну символіку, фольклорні мотиви окремого регіону. Завдяки проведенню аналізу потенційної аудиторії та додаванню відповідних культурних елементів, які втілюють ідентичність, створюється сучасний емоційно близький продукт. Такий соціально свідомий дизайн відновлює, зберігає та поширює в цифровому просторі культурні елементи, виконує функцію культурної трансляції.

Отже, графічно-мультимедійний дизайн набуває аксіологічної глибини. Це є важливим

не лише в межах розвитку стилів і графічних технік, а й у розумінні світу, поширенні персидових свідомих практик і культурному збагаченні суспільства.

Підсумовуючи здійснений теоретичний аналіз, постає потреба в розробленні цілісної концепції, що інтегрує естетичний і ціннісний аспекти графічного й мультимедійного дизайну. Така інтеграція є не лише логічно обґрунтованою, а й функціонально важливою в умовах цифрових перетворень, коли кожний складник дизайну – від кольорової гами до структури інтерфейсу – виконує роль не лише візуального елементу, а й інструменту комунікації смислів і цінностей. Осмислення взаємодії естетичних форм і аксіологічних орієнтирів у дизайні ґрунтується на сприйнятті його як складної багаторівневої системи, де візуальне наповнення тісно пов'язане з ідеологічним змістом.

У межах такої концепції естетика постає як структуроутворювальний компонент, що визначає композицію, ритм і стилістику, тоді як аксіологія надає дизайну смислового наповнення – етичного, культурного, соціального. Їх гармонійне поєднання реалізується через інструменти емпатичного проектування, дизайн, орієнтований на цінності користувача (value-oriented design), а також через інтеркультурний та інклюзивний підхід, що враховує різноманіття цільової аудиторії.

Так, наприклад, естетично продуманий інтерфейс освітнього мобільного застосунку може водночас виконувати роль носія гуманістичних цінностей – забезпечувати рівний доступ до знань, підтримувати внутрішню мотивацію користувачів, популяризувати екологічну свідомість. У такому разі гармонійна кольорова палітра, плавні переходи, читабельна типографіка виступають не просто художніми або технічними рішеннями, а візуальними засобами етичної комунікації. Подібним чином у контексті мультимедійних соціальних проєктів кожен візуальний елемент – погляд персонажа, ритм відеомонтажу чи просторове розміщення в кадрі – передає смисли, пов'язані із правами людини, питаннями ідентичності, толерантності або мовної політики.

У такому підході естетичне й ціннісне не конфліктують, а утворюють синергію, що підсилює ефективність дизайнерських рішень. Це відкриває можливість осмислювати дизайн як форму культурного посередництва, де візуальні рішення набувають функції етичного висловлювання, а цифрові середовища перетворюються на простір ціннісного діалогу.

Отже, запропонована концепція поєднання естетичних і аксіологічних засад

у дизайні мультимедійного середовища відповідає актуальним викликам часу: вона орієнтована на створення не лише привабливих і зручних цифрових продуктів, а й таких, що сприяють становленню гуманного, змістовного й культурно значущого інформаційного простору. Розглянемо взаємозв'язок естетичних і аксіологічних принципів у мультимедійному дизайні за критеріями – естетичного компоненту, аксіологічного наповнення (ціннісного змісту) та прикладом реалізації в мультимедійному дизайні (табл. 1).

Аналіз взаємозв'язку естетичних і аксіологічних принципів у мультимедійному дизайні свідчить про їхню глибоку інтеграцію та взаємодоповнюваність. Естетичні компоненти – колір, форма, ритм, композиція – не лише формують візуальну привабливість, а й слугують носіями цінностей, як-от інклюзивність, екологічна відповідальність, соціальна рівність або культурна автентичність. Кожен елемент дизайну виконує подвійну функцію: забезпечує емоційно-естетичне сприйняття і водночас транслює ціннісні смисли, спрямовані на формування світогляду користувача.

Отже, мультимедійний дизайн у цифрову епоху не можна розглядати суто з позиції візуальної виразності чи функціональності – він постає як культурний текст, у якому візуальна

мова стає засобом ціннісної комунікації. Це вимагає від дизайнерів цілісного бачення проєктної діяльності, де естетика й аксіологія взаємно підсилюють одна одну, створюючи значущий і гуманістично орієнтований цифровий простір.

ВИСНОВКИ

У результаті проведення теоретичного аналізу встановлено, що інтеграція графічного та мультимедійного дизайну в умовах цифрової епохи є не лише технологічним явищем, а й складним культурним процесом. Сучасний дизайн виходить за межі естетичного оформлення і перетворюється на інструмент етичної комунікації та формування гуманістичного цифрового середовища. Дослідження засвідчило, що естетичні компоненти (колір, ритм, композиція, анімація) у поєднанні з аксіологічними орієнтирами (інклюзивність, екологічність, толерантність) забезпечують нову якість дизайнерських рішень. Вони формують емоційний досвід користувача, впливають на його цінності, культуру й ідентичність. Сформульована концепція інтеграції естетичних і аксіологічних принципів базується на таких підходах, як емпатичне проєктування, дизайн, орієнтований на цінності, інклюзивність і культурна

Таблиця 1

Взаємозв'язок естетичних і аксіологічних принципів у мультимедійному дизайні

Естетичний компонент Колірна палітра	• Аксіологічне наповнення: емоційна регуляція, культурні асоціації, ідентичність. • Приклад реалізації в мультимедійному дизайні: використання теплих кольорів для проєктів.
Естетичний компонент Типографіка	• Аксіологічне наповнення: доступність, повага до користувача, інклюзивність. • Приклад реалізації в мультимедійному дизайні: шрифти без засічок для читабельності на інклюзивних освітніх платформах.
Естетичний компонент Композиція і ритм	• Аксіологічне наповнення: баланс, гармонія, прозорість у взаємодії. • Приклад реалізації в мультимедійному дизайні: симетричне розміщення блоків у соціальних мобільних застосунках.
Естетичний компонент Візуальна метафора (образність)	• Аксіологічне наповнення: символічне мислення, моральна позиція, соціальні наративи. • Приклад реалізації в мультимедійному дизайні: іконка дерева як символ сталого розвитку.
Естетичний компонент Інтерактивність, динаміка елементів	• Аксіологічне наповнення: довіра, відкритість, залучення. • Приклад реалізації в мультимедійному дизайні: анімація з м'якими переходами в сервісах ментального здоров'я.
Естетичний компонент Мультимедійне наповнення (звук, відео, рух)	• Аксіологічне наповнення: гуманізація контенту, емоційне співпереживання, культурна глибина. • Приклад реалізації в мультимедійному дизайні: відеоролики зі справжніми історіями для громадських ініціатив.
Естетичний компонент Інтерфейс і юзабіліті	• Аксіологічне наповнення: етична турбота, недискримінація, рівність доступу. • Приклад реалізації в мультимедійному дизайні: UX-дизайн із функцією «нічного режиму» або режиму для осіб зі слабким зором.

адаптивність. У цьому контексті дизайн постає як культурний текст і стратегія створення смислового середовища, а не просто оформлення. *Перспективами подальших досліджень* є дослідження впливу візуально-мультимедійного дизайну на формування соціально відповідальної поведінки користувачів.

ЛІТЕРАТУРА

- [1] Астанін М.О., Слітюк О.О. Відображення засобів композиційного синтаксису в експериментах модернізму. *Теорія та практика дизайну. Культура і мистецтво*. Київ : KAI, 2025. Вип. 1 (35). С. 103–109. DOI: 10.32782/2415-8151.2025.35.11.
- [2] Бровченко А.І., Тименко В.П. Інформаційні технології візуалізації в дизайні. *Digital transformations in culture : scientific monograph*. Riga, Latvia : Baltija Publishing, 2023. Р. 142–162. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25088> (дата звернення: 30.06.2025).
- [3] Виноградова М.К. Роль віртуального простору в дизайні візуальної комунікації. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : збірник матеріалів IV Міжнародної науково-практичної конференції*, м. Київ, 27 квітня 2022 р. : у 2 т. Київ : КНУТД, 2022. Т. 1. С. 223–224. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/21009> (дата звернення: 24.06.2025).
- [4] Ворона Н.М., Слівінська А.Ф. Тенденції сучасного графічного дизайну. *Молодий вчений*. 2024. Вип. 6 (130). С. 13–18. DOI: 10.32839/2304-5809/2024-6-130-1.
- [5] Герасименко О.Д., Чупріна Н.В., Давиденко І.В., Чуботіна І.М., Хоменко В.К., Кудревський М.А. Алсайклінг та мінімалізм як модні тренди помірного споживання продуктів моди. *Art and Design*. 2023. № 3. Р. 101–120. DOI: 10.30857/2617-0272.2023.3.9.
- [6] Дроздова І.П., Загоруйко О.А. Застосування мультимедійних технологій у мистецтві. *Scientific Achievements of Modern Society : abstracts of V International Scientific and Practical Conference*, Liverpool, United Kingdom, 8–10 January 2020. Liverpool : Cognum Publishing House, 2020. Р. 465–473. URL: http://ir.librarynmu.com/bitstream/123456789/1995/1/scientific-achievements-of-modern-society_8-10.jan_20.pdf#page=465 (дата звернення: 24.06.2025).
- [7] Іванова В.В. Роль дизайн-мислення в освіті. *Інтелект XXI*. 2019. Вип. 4. С. 93–97. URL: http://intellect21.nuft.org.ua/journal/2019/2019_4/18.pdf (дата звернення: 30.06.2025).
- [8] Кирієнко М.І., Пасько О.М. Теоретичні основи та практичні рішення мультимедійних технологій у дизайні. *Наука і техніка сьогодні*. 2024. № 9 (37). С. 331–342. DOI: 10.52058/2786-6025-2024-9(37)-331-342 (дата звернення: 24.06.2025).
- [9] Колесник Н.Є., Шостачук Т.В., Максимчук А.П. Мультимедійні технології в дизайні: теорія та практика. *Наука і техніка сьогодні*. 2024. Вип. 8 (36). С. 641–652. DOI: 10.52058/2786-6025-2024-8(36).
- [10] Крутова О.С. Аналітичний огляд впливу доповненої реальності на структуру графічного дизайну в українських та закордонних проєктах. *ХУДПРОМ: Український журнал з мистецтва і дизайну*. 2024. Вип. 26 (2). С. 59–65. DOI: 10.61993/2786-7285.2024.02.03.
- [11] Литвинюк Л.К. Глобалізаційні тенденції як домінуючий напрям у проектуванні логотипів закладів мистецтва. *Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені В. Гнатюка*. Серія «Мистецтвознавство». 2012. № 3. С. 223–227. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPUm_2012_3_40 (дата звернення: 30.06.2025).
- [12] Литвинюк Л.К. До питання про дефініції у графічному дизайні: зміст поняття «візуальний стиль». *Вісник Харківської державної академії дизайну і мистецтв*. 2012. № 8. С. 25–28. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2012_8_9 (дата звернення: 30.06.2025).
- [13] Пасько О.М., Бондаренко Н.А., Кирієнко М.І. Теоретичні основи використання мультимедійного проектування у професійній діяльності фахівця з дизайну. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Дрогобич, 2024. № 74. Т. 2. С. 250–272.
- [14] Пашкевич К.Л., Воробчук М.С., Шинкар А.Ю. Імерсивні технології як інноваційний інструмент для проектування в дизайні. *Art and Design*. 2023. № 2 (22). С. 96–104. DOI: 10.30857/2617-0272.2023.2.9.
- [15] Шаповал А.Г., Силенко Ю.В., Іванова М.С. Теоретико-методологічні засади проектування об'єктів мультимедійного дизайну. *Актуальні питання гуманітарних наук : міжвузівський збірник наукових праць молодих учених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. 2025. Вип. № 83. Т. 3. С. 118–123. DOI: 10.24919/2308-4863/83-3-17.
- [16] Штайнер Т.В., Лісогор А.В., Силенко Ю.В. Професійно-практична підготовка дизайнерів: формування креативного мислення та візуальної грамотності засобами мультимедійних технологій. *Молодь і ринок*. 2025. Вип. 1/233. С. 163–167. DOI: 10.24919/2308-4634.2025.322714.
- [17] Baditsa M., Kolesnyk N., Polkhovska M. Bilingual model of future specialists' training by means of artistic design. *Educational Dimension*. 2020. Vol. 55. P. 117–138. DOI: 10.31812/educdim.v55i0.3945.
- [18] Dimant E. Minimalism and Fashion. London : Harper Collins, 2023. 224 p. URL: <https://pdf.wecabrio.com/minimalism-and-fashion.pdf> (дата звернення: 30.06.2025).
- [19] Ejaz A., Ali S., Ejaz M., Sid-diqui F. Graphic user interface design principles for designing augmented reality applications. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications (IJACSA)*. 2019. Vol. 10. Issue 2. P. 209–216. DOI: 10.14569/IJACSA.2019.0100228.
- [20] Mykhailova R., Abramova O., Kravchenko N., Petrova I., Nebesnyk I., Sofilkanych M. Modern Web Design and Blog Design: Virtual Reality and Augmented Reality. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*. 2023. Vol. 14. Issue 3. P. 394–407. DOI: 10.18662/brain/14.3/481.

REFERENCES

- [1] Astanin, M.O., & Slitiuk, O.O. (2025). Vidobrazhennia zasobiv kompozytsiinoho syntaksysu v eksperymentakh modernizmu [Representation of compositional syntax tools in modernist experiments]. *Teoriia ta praktyka dyzainu. Kultura i mystetstvo*, 1 (35), 103–109. <https://doi.org/10.32782/2415-8151.2025.35.11> [in Ukrainian].
- [2] Brovchenko, A.I., & Tymenko, V.P. (2023). Informatsiini tekhnologii vizualizatsii u dyzaini [Information technologies of visualization in design]. In *Digital transformations in culture: Scientific monograph* (pp. 142–162). Riga, Latvia: Baltija Publishing. Retrieved from: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/25088> [in Ukrainian].
- [3] Vynohradova, M. (2022). Rol virtualnogo prostoru u dyzaini vizualnoi komunikatsii [The role of virtual space in visual communication design]. In *Zbirnyk materialiv IV Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii "Aktualni problemy suchasnoho dyzainu"*, Kyiv, 27 kvitnia 2022 r. (Vol. 1, pp. 223–224). KNUtd. Retrieved from: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/21009> [in Ukrainian].
- [4] Vorona, N., & Slivinska, A. (2024). Tendentsii suchasnoho hrafichnoho dyzainu [Trends in contemporary graphic design]. *Molodyi vchenyi*, 130 (6), 13–18. <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2024-6-130-1> [in Ukrainian].
- [5] Herasymenko, O.D., Chupryna, N.V., Davydenko, I.V., Chubotina, I.M., Khomenko, V.K., & Kudrevskiy, M.A. (2023). Apsaiklinh ta minimalizm yak modni trendy pomirnoho spozhyvannia produktiv mody [Upcycling and minimalism as fashion trends of sustainable consumption of fashion products]. *Art and Design*, (3), 101–120. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.3.9> [in Ukrainian].
- [6] Drozdova, I., & Zahoruyko, O. (2020). Zastosuvannia multymediinykh tekhnologii u mystetstvi [Application of multimedia technologies in art]. In *Scientific Achievements of Modern Society: Abstracts of V International Scientific and Practical Conference* (pp. 465–473). Cognum Publishing House. Retrieved from: http://ir.librarynmu.com/bitstream/123456789/1995/1/scientific-achievements-of-modern-society_8-10.jan_.20.pdf#page=465 [in Ukrainian].
- [7] Ivanova, V.V. (2019). Rol dyzain-myslennia v osviti [The role of design thinking in education]. *Intelekt XXI*, (4), 93–97. Retrieved from: http://intellect21.nuft.org.ua/journal/2019/2019_4/18.pdf [in Ukrainian].
- [8] Kyriienko, M., & Pasko, O. (2024). Teoretychni osnovy ta praktychni rishennia multymediinykh tekhnologii v dyzaini [Theoretical foundations and practical solutions of multimedia technologies in design]. *Nauka i tekhnika sohodni*, 9 (37), 331–342. [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2024-9\(37\)-331-342](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2024-9(37)-331-342) [in Ukrainian].
- [9] Kolesnyk, N.Ye., Shostachuk, T.V., & Maksymchuk, A.P. (2024). Multymediini tekhnologii v dyzaini: teoriia ta praktyka [Multimedia technologies in design: Theory and practice]. *Nauka i tekhnika sohodni*, 8 (36), 641–652. [https://doi.org/10.52058/2786-6025-2024-8\(36\)](https://doi.org/10.52058/2786-6025-2024-8(36)) [in Ukrainian].
- [10] Krutova, O. (2024). Analitichnyi ohliad vplyvu dopovnenoї realnosti na strukturu hrafichnoho dyzainu v ukrainskykh ta zakordonnykh proiektakh [Analytical review of the impact of augmented reality on graphic design structure in Ukrainian and international projects]. *KhUDPROM: Ukrainskyi zhurnal z mystetstva i dyzainu*, 26 (2), 59–65. <https://doi.org/10.61993/2786-7285.2024.02.03> [in Ukrainian].
- [11] Lytvyniuk, L.K. (2012). Hlobalizatsiini tendentsii yak dominuiuchy napriam u proektuvanni lohotypiv zakladiv mystetstva [Globalization trends as a dominant direction in designing logos of art institutions]. *Naukovi zapysky Ternopilskoho natsionalnogo pedahohichnoho universytetu imeni V. Hnatiuka. Serii: Mystetstvoznavstvo*, (3), 223–227. Retrieved from: http://nbuv.gov.ua/UJRN/NZTNPUm_2012_3_40 [in Ukrainian].
- [12] Lytvyniuk, L.K. (2012). Do pytannia pro definitsii u hrafichnomu dyzaini: zmist poniattia "vizualnyi styl" [On the issue of definitions in graphic design: The meaning of the concept "visual style"]. *Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii dyzainu i mystetstv*, (8), 25–28. http://nbuv.gov.ua/UJRN/had_2012_8_9 [in Ukrainian].
- [13] Pasko, O.M., Bondarenko, N.A., & Kyriienko, M.I. (2024). Teoretychni osnovy vykorystannia multymediinoho proektuvannia v profesiinii diialnosti fakhivtsia z dyzainu [Theoretical foundations of multimedia design application in professional activities of a designer]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 74 (2), 250–272 [in Ukrainian].
- [14] Pashkevych, K., Vorobchuk, M., & Shynkar, A. (2023). Imersyvi tekhnologii yak innovatsiinyi instrument dlia proektuvannia v dyzaini [Immersive technologies as an innovative tool for design]. *Art and Design*, 2 (22), 96–104. <https://doi.org/10.30857/2617-0272.2023.2.9> [in Ukrainian].
- [15] Shapoval, A.H., Sylenko, Yu.V., & Ivanova, M.S. (2025). Teoretyko-metodolohichni zasady proektuvannia obektiv multymediinoho dyzainu [Theoretical and methodological principles of multimedia design object development]. *Aktualni pytannia humanitarnykh nauk*, 83 (3), 118–123. <https://doi.org/10.24919/2308-4863/83-3-17> [in Ukrainian].
- [16] Shtainer, T., Lisohor, A., & Sylenko, Yu. (2025). Profesiino-praktychna pidhotovka dyzaineriv: formuvannia kreatyvnoho myslennia ta vizualnoi hramotnosti zasobamy multymediinykh tekhnologii [Professional training of designers: Development of creative thinking and visual literacy through multimedia technologies]. *Molod i rynok*, 1 (233), 163–167. <https://doi.org/10.24919/2308-4634.2025.322714> [in Ukrainian].
- [17] Baditsa, M., Kolesnyk, N., & Polkhovska, M. (2020). Bilingual model of future specialists' training by means of artistic design. *Educational Dimension*, 55, 117–138. <https://doi.org/10.31812/educdim.v55i0.3945> [in English].
- [18] Dimant, E. (2023) *Minimalism and Fashion*. London: Harper Collins, 224p. Retrieved from: <https://pdf.wecabrio.com/minimalism-and-fashion.pdf> [in English].
- [19] Ejaz, A., Ali, S., Ejaz, M., & Siddiqui, F. (2019). Graphic user interface design principles for designing augmented reality applications. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications (IJACSA)*, 10 (2), 209–216. <http://dx.doi.org/10.14569/IJACSA.2019.0100228> [in English].
- [20] Mykhailova, R., Abramova, O., Kravchenko, N., Petrova, I., Nebesnyk, I., & Sofilkanych, M. (2023). Modern web design and blog design: Virtual reality and augmented reality. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 14 (3), 394–407. <https://doi.org/10.18662/brain/14.3/481> [in English].

ABSTRACT

Shapoval A., Astanin M., Batrak V., Sylenko Yu. Integration of graphic and multimedia design in the digital age: aesthetic and axiological principles of design.

Purpose. The purpose of this article is to conduct a theoretical analysis of the integration process between graphic and multimedia design in the digital age, with an emphasis on aesthetic and axiological principles of design.

Methodology. Research methods include the analysis of scholarly literature to explore contemporary approaches to design, aesthetics, and axiology in the digital context; and the comparative-analytical method to identify similarities and differences in aesthetic and value-based approaches in design.

Results. The analysis of current trends reveals that design is no longer one-dimensional. It now incorporates dynamics, narrative structures, interactivity, as well as consideration of sociocultural context, audience behavior patterns, and value orientations. In this regard, UX/UI technologies play a significant role by transforming aesthetic solutions into part of the functional experience, while visual elements serve as carriers of humanistic messages. Principles such as emotional resonance, minimalism, visual coherence, dynamic interaction, and contextuality constitute the foundation of a new holistic design approach. It is established that aesthetic components (color palette, typography, rhythm, animation) in a multimedia environment acquire an additional semantic layer. At the same time, the axiological potential of visual and multimedia design as a means of influencing social reality is revealed. The concept of integrating aesthetic and value-based principles into multimedia design has been formulated, allowing functionality, emotional expressiveness, and semantic richness to be combined within a single design product. As a result, design in the digital era is transforming into a multifaceted tool of social interaction, where aesthetics and axiology emerge not only as complementary but as interdependent elements of contemporary visual communication.

Scientific novelty. For the first time, the conceptualization of the integration of graphic and multimedia design through the synthesis of aesthetic and axiological foundations in the context of digital culture has been carried out. The author proposes a new vision of the functional interdependence of aesthetics, emotionality, and semantic load in the creation of an integral multimedia product, positioned as a medium of sociocultural interaction.

Practical relevance. The findings of this study can be applied in the professional training of specialists in design, media, visual communications, and digital technologies, as well as in the development of humanistically-oriented digital products.

Keywords: design, multimedia design, graphic design, multimedia project development, digital environment, aesthetic principles, axiology, UX/UI design, interactivity, design thinking, values.

AUTHOR'S NOTE:

Shapoval Anatolii, Member of the Union of Designers of Ukraine, Honorary Title of Professor, Associate Professor at the Department of Multimedia Design at the Faculty of Design, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: a.g.shapoval61@gmail.com, orcid: 0000-0002-0327-2103.

Astanin Mykhailo, Doctor of Philosophy, Associate Professor at the Department of Multimedia Design, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: mastanin12@gmail.com, orcid: 0000-0002-7561-1274.

Batrak Vadym, Member of the Union of Designers of Ukraine, Associate Professor at the Department of Multimedia Design, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: batrak.vs@knuetd.com.ua, orcid: 0000-0002-9963-4972.

Sylenko Yuliia, Senior Lecturer of the Department of Multimedia Design at the Faculty of Design, Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, Ukraine, e-mail: sylenko.yv@knuetd.edu.ua, orcid: 0000-0002-5535-176X.

Стаття подана до редакції 30.06.2025 р.

Стаття прийнята до опублікування 24.07.2025 р.

Стаття опублікована 30.10.2025 р.