



Conclusions. The study concludes that information and technological processes are a key factor in the development of contemporary graphic design, as they transform both instrumental and conceptual approaches to visual communication. Digitalization, multimedia integration, the development of web and UX/UI design, as well as the application of 3D, AR/VR, and artificial intelligence expand the artistic and functional capabilities of design solutions. At the same time, issues of stylistic unification, preservation of authorial individuality, and protection of intellectual property become increasingly relevant. The prospects of the field are

associated with interdisciplinary integration, the combination of traditional and digital practices, orientation toward the local cultural context, and the renewal of professional and educational training for designers.

Keywords: multimedia technologies; visual communications; motion design and animation; interactive and UX/UI design; AR/VR technologies; training of specialists.


Одержано редакцією 09.01.2026
Прийнято до публікації 28.01.2026


 <https://doi.org/10.31651/2524-2660-2026-1-132-139>

 <https://orcid.org/0000-0003-0610-644X>

БОРИСОВА Світлана


кандидатка педагогічних наук, доцентка,
доцентка кафедри образотворчого мистецтва, дизайну та методики їх навчання,
Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка

 svitlana.borysova@tnpu.edu.ua

 <https://orcid.org/0000-0002-3117-2118>

БОРИСОВ Вячеслав

доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри дизайну і медіавиробництва,
Луганський національний університет імені Тараса Шевченка

 borysow13@gmail.com

УДК 378.147:7.05:004.8(045)

ФОРМУВАННЯ КРИТИЧНОЇ АЛГОРИТМІЧНОЇ КОМПЕТЕНТНОСТІ ТА UX-ОРІЄНТОВАНОЇ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ МАЙБУТНІХ ДИЗАЙНЕРІВ У ПЛАТФОРМНІЙ ЕКОНОМІЦІ

У статті досліджено трансформацію професійної діяльності графічного дизайнера в умовах алгоритмічного та платформного середовища, характеристиками якого є алгоритмічна видимість, економіка уваги та стандартизовані UX-механіки. Обґрунтовано, що сучасний дизайн функціонує як естетична комунікаційна практика, складник інфраструктури впливу, інтегрована в процеси аналізу та моделювання поведінки користувачів.

Окреслено зміну професійної ролі дизайнера від автора візуальних повідомлень до архітектора поведінкових сценаріїв, який реалізує взаємодію з алгоритмічно керованими середовищами.

Запропоновано авторське визначення критичної алгоритмічної компетентності дизайнера як інтегративної здатності орієнтуватися в алгоритмічному середовищі, критично аналізувати UX-механіки, проектувати етичні рішення та адаптувати контент до вимог цифрових платформ. Розроблено структуру та концептуальну схему алгоритмічної компетентності, яка містить когнітивний, аналітичний, проектний та етичний компоненти, розкрито їх зміст у контексті сучасних цифрових практик. Обґрунтовано, що особистий бренд дизайнера у цифровому середовищі набуває характеру перформативної ідентичності, яка формується у процесі взаємодії з алгоритмічними системами. Видимість у соціальних мережах інтерпретується як форма капіталу, що визначає професійні можливості та позиціонування дизайнера.

Соціальні платформи розглянуто як інтерфейси бренду, які задають структуру та логіку його репрезентації. Портфоліо окреслено як

інструмент самопрезентації, який в умовах цифрового середовища трансформується в алгоритмічно адаптовану систему.

Зазначено доцільність дослідження портфоліо як UX-продукту, якому притаманна власна інформаційна архітектура, адаптивність до платформ, вакансій і цільової аудиторії, структурованість, сценарії взаємодії, наративність кейсів та орієнтація на користувача. Визначено необхідність подальших досліджень методичних засад формування алгоритмічної компетентності та UX-орієнтованих підходів до самопрезентації майбутніх дизайнерів у процесі фахової підготовки.

Ключові слова: критична алгоритмічна компетентність; фахова підготовка дизайнерів; цифрове середовище; платформна економіка; UX-дизайн; етичний дизайн; цифрова самопрезентація; персональний бренд; портфоліо.

Постановка проблеми. Сучасний графічний дизайн функціонує в принципово новому економічному середовищі, в якому інформативна архітектура як ресурс співвідноситься з людською увагою. Платформні екосистеми формують нові моделі, які перетворюють поведінкові дані користувачів на товар, «наглядний капіталізм» (за S. Zuboff) (Zuboff, 2023), де дизайн втрачає нейтральність інструменту візуальної комунікації, інтегрується в механізми аналізу і монетизації поведінки, а дизайнер діє як учасник інфраструктури впливу. Дизайн платформ, у межах яких функціонує сучасна візуальна

комунікація, структурно обмежує можливість користувача завдяки попередньо встановленим шаблонам: інтерфейс реалізує наперед визначені сценарії взаємодії, а варіативність подання інформації залежить від наявного вибору з набору опцій. З іншого боку, стандартизація UX має більш суттєві наслідки: вона одночасно оптимізує процес і нормалізує спосіб мислення. За таких умов, коли дизайн стає залежним від роботи в межах жорстко регламентованих систем, користувач поступово звикає до того, що будь-який досвід має вкладатися в заздалегідь визначені категорії.

Крім того, у випадку, коли візуальний контент циркулює в різних контекстах, алгоритмічно персоналізованих стрічках, кожен користувач бачить унікальну конфігурацію повідомлень. У результаті одна репрезентація проєкту набуває іншого значення, залежного від оточення, в якому з'являється, оскільки візуальні інтерфейси опосередковують доступ до ресурсів, можливостей, виключають проєкти або користувачів, які не вписуються в передбачені моделі поведінки. Формати подання даних та рекомендації утворюють структури, що впливають на життєві траєкторії користувачів. Таким чином, графічний дизайн, залучений до виробництва соціальної реальності як елемент більш широкої системи влади, поєднує економічні інтереси, технологічні алгоритми та психологічні механізми впливу.

У широкому розумінні дизайн перетворюється на поле боротьби за формування суб'єктивності: через візуальні коди, повторювані шаблони, алгоритмічно керовану видимість конструюються нові типи ідентичності, способи самопрезентації та моделі поведінки. На цьому підґрунті відбувається трансформація ролі дизайнера: від автора візуальної комунікації до архітектора поведінкових сценаріїв. На рівні візуальних рішень і професійних ролей дизайнер, інтегрований до інфраструктури даних, платформ, фінансових потоків, є організатором інформаційних впливів, інженером інтерфейсів, оператором метрик залученості та учасником економіки видимості. Маніпуляція увагою реалізується завдяки продуманим механізмам, вбудованим в архітектуру середовища, системі візуальних підсилювачів дизайну, що матеріалізує світогляд (конкуренцію, продуктивність, прискорення, видимість як форму капіталу). Таким чином, актуалізується необхідність розвитку візуально-алгоритмічної грамотності дизайнерів (здатності «читати» інтерфейси, розпізнавати механізми спрямування поведінки й усвідомлювати, що технологічні системи насичені «регуляторами»), оскільки прозорість алгоритмів є недостатньою і потребує

їх критичного усвідомлення та етично декларованого дизайну.

Проблема полягає ще й у тому, що фахова підготовка дизайнерів більше зосереджена на функціональності, ергономіці, естетиці, креативності, залишаючи поза увагою питання етики алгоритмічної взаємодії та самопрезентації дизайнерів у платформній економіці. Адже якщо увага стала новою «валютою», то дизайнери фактично проєктують механізми її обігу і несуть відповідальність за маніпулятивні практики.

Мета статті. Метою статті є теоретичне обґрунтування сутності критичної алгоритмічної компетентності дизайнера, визначення її структури та змісту, виявлення особливостей формування UX-орієнтованої самопрезентації (особистого бренду і портфоліо) у цифровому платформному середовищі.

Огляд результатів, дотичних до теми статті. У контексті алгоритмічного капіталізму графічний дизайн наразі неможливо трактувати як нейтральну естетичну практику, суто технічний інструмент візуального рішення: візуальні системи містять структурні передумови, що формують поведінку, увагу й інтерпретацію. Дизайн задає межі можливого бачення, формує траєкторії сприйняття й блокує інші (Борисов, Борисова, 2025), оскільки графічна композиція визначає способи руху погляду, ієрархію значень і пріоритети інтерпретації. Алгоритмічний капіталізм, згідно М. Wizinsky, підпорядковує дизайн логіці максимізації прибутку через утримання уваги (Wizinsky, 2023). Подібної думки дотримується Т. Wu: боротьба за увагу постає визначальною економічною моделлю медіаіндустрії (Wu, 2016), коли візуальні рішення оцінюються не за критеріями культурної цінності, етичної відповідальності чи соціальної користі, а за показниками клікабельності, часу перегляду й рівня залучення. Соціальні впливи, які може створювати дизайн (ясність, емпатія, діалогічність) перетворюються на побічний ефект, проте емоційно загострені образи, поляризовані візуальні коди, спрощені бінарні опозиції сприяють швидкому залученню (Rilinger, 2024).

Автоматизований аналіз поведінки користувачів і прогнозування їх дій (як складник алгоритмічного капіталізму) визначає контент для демонстрації, час перебування на екрані, акценти стимулювання взаємодії, зворотного зв'язку між користувачем і алгоритмом. В дослідженні культури безперервної доступності, в якій цифрові середовища прагнуть мінімізувати паузи та відволікання J. Samine підкреслює, що візуальна мова інтерфейсів спрямована на підтримку постійної стимуляції, посилення залежності

від платформ в режимі безперервної залученості (Samine, 2024). Подібну позицію поділяють А. Mattathil, В. George і Т. Henthorne, які застосовують поняття «поведінкової архітектури довіри», показуючи, що елементи інтерфейсу (рейтинги, бейджі, візуальні сигнали) формують когнітивні патерни та рішення користувачів (Mattathil et al., 2026).

У межах теорії переконливого дизайну або дизайну впливу (persuasive design), зокрема, в дослідженні Т. Kollmer і А. Eckhardt, поширено ідеї використання «dark patterns» (рішень, які маніпулятивно спрямовують поведінку користувача) (Kollmer, Eckhardt, 2023). Питання етичності, зокрема, практик приховування видимості певних елементів, візуального підсилення платних опцій, нескінченного скролінгу, механіки підтримки поведінкової залежності, що активізують психологічні тригери (очікування винагороди, соціальне підтвердження, страх пропустити важливе) залишаються в полі дискусій у професійній сфері (Hidaka et al., 2023; Mildner, Savino, 2021; Pater, 2021). У практичному вимірі відповіддю на виклики алгоритмічного капіталізму є впровадження в освітньому процесі ЗВО принципів етичного дизайну, інтеграції модуля з digital ethics та аналізу алгоритмічних систем, використання прикладів UX-патернів, маніпулятивних інтерфейсів для формування алгоритмічної компетентності дизайнерів, формування рефлексивних, інклюзивних і відповідальних моделей візуальної комунікації.

У цьому контексті зміна у діяльності дизайнера пов'язана з переходом від створення об'єктів дизайну до вимог демонстрації власної компетентності. З урахуванням практики «три з алгоритмом» (Pavlisca, 2016), дизайнери змушені враховувати алгоритмічну логіку при створенні та поширенні портфоліо, що провокує проблему переосмислення авторства. Як зазначає D. Berry, алгоритмічні системи змінюють саму природу культурного виробництва, розмиваючи межу між людською та машинною творчістю (Berry, 2025).

Аналогічно R. Rousi підкреслює, що сучасний дизайнер працює в умовах постійної взаємодії з технологічними системами, де значна частина рішень визначається логікою цих систем, тому дизайнер не є автономним суб'єктом, він залежний у своїй демонстрації компетентностей від мережі взаємодій між користувачем, платформою та алгоритмом (Rousi, 2023). У підсумку, трансформація ролі дизайнера пов'язується з переходом від індивідуальної креативності до алгоритмічного мислення.

Дотичні дослідження у сфері дизайну освіти акцентують увагу на тому, що

використання нових технологій, зокрема, штучного інтелекту (Schmitt-Fumian et al., 2025), вже змінює підходи до навчання, підсилює міждисциплінарність, ітеративність та аналітичність освітнього процесу (Mandro et al., 2024). Відзначається переважна відсутність зосередженості освітніх програм з підготовки дизайнерів на проблемах алгоритмічного впливу, поведінкових механізмів, етичної відповідальності, що актуалізує потребу у дослідженні алгоритмічної компетентності майбутніх дизайнерів, пов'язаної одночасно зі створенням ними візуальних рішень і розумінням ролі цифрових систем у процесі поширення особистого досвіду. Таким чином, сучасні дослідження у сфері дизайну і освіти підтверджують вплив алгоритмічних систем на практики дизайну, проте питання формування критичної алгоритмічної компетентності майбутніх дизайнерів, її зв'язку з цифровою самопрезентацією дизайнера залишається недостатньо розробленим.

Теоретичний аспект дослідження. Зосередження на переході від аналізу алгоритмічного капіталізму як макросередовища до дослідження ролі дизайнера пов'язано, перш за все, зі структурними змінами, які відбуваються на рівні професійної діяльності та технологій. Якщо алгоритмічний капіталізм трансформує способи виробництва, розподілу та споживання інформації, то дизайн виступає практикою, через яку ці трансформації набувають конкретної форми (в інтерфейсах, візуальних системах, сценаріях взаємодії тощо).

У сучасному науковому дискурсі питання критичної алгоритмічної компетентності дизайнера формується на перетині досліджень цифрової культури, UX-дизайну, алгоритмічного управління та етики технологій. Попри відсутність усталеного визначення зазначеної компетентності майбутніх дизайнерів, низка досліджень algorithmic literacy (Rapanta et al., 2025), digital literacy (Moylan, Code, 2024), critical digital literacy (Beck, 2021), critical design studies (Malpass, 2017), critical algorithm literacy (Dasgupta, Hill, 2021) уможлиблює концептуалізацію поняття як професійної якості, необхідної в умовах платформної економіки.

Узагальнюючи підходи сучасних дослідників, у межах цього дослідження *критичну алгоритмічну компетентність дизайнера* визначаємо як інтегративну професійну здатність майбутнього дизайнера усвідомлювати принципи функціонування алгоритмічного середовища цифрових платформ, критично аналізувати UX-механіки та візуально-комунікаційні рішення з позицій їх впливу на поведінку користувачів, проектувати етичні, неманіпулятивні об'єкти

дизайну та здійснювати адаптацію контенту і самопрезентації відповідно до логіки алгоритмічної видимості. Це трактування спирається на дослідження цифрової грамотності, алгоритмічної культури та платформної економіки, які наголошують, що алгоритми не є нейтральними інструментами, активно формують соціальні практики, видимість і когнітивні патерни користувачів у кількох вимірах.

Перший вимір компетентності – *здатність розуміти алгоритмічне середовище*. Алгоритми функціонують як культурні посередники, які визначають, який контент стає видимим і як він інтерпретується (Mahnke, Uprichard, 2014). Відповідно, дизайнер має усвідомлювати, що будь-яке візуальне рішення існує не автономно, а в межах алгоритмічно структурованої екосистеми, яка формує «соціальну видимість», впливає на репутацію, доступ до ресурсів і професійні можливості.

Другий вимір компетентності пов'язаний з *аналітичною здатністю інтерпретувати UX-механіки*, розуміти їх логіку та оцінювати їх вплив на поведінку користувачів. У систематичних оглядах останніх років (Luguri, Jacob, 2021; Sharma, 2024) доведено, що інтерфейси можуть містити маніпулятивні патерни, які спрямовують користувача до певних дій, потенційно всупереч його інтересам.

Третій вимір компетентності – *проектний, пов'язаний із формуванням здатності створювати альтернативні, етично відповідальні дизайн-рішення*. У дослідженнях human-centered design (Hu, Chan, 2025) та ethical design (Friedman, Hendry, 2026) підкреслюється, що проектування об'єктів дизайну має враховувати довгострокові наслідки для користувача, а не лише короткострокові метрики ефективності, зокрема, зважати на потенційний негативний вплив на вразливі групи користувачів.

Четвертий вимір компетентності – *етичний, передбачає усвідомлення впливу дизайну на поведінку, автономію та добробут користувача*. У міждисциплінарних дослідженнях у сфері дизайну, штучного інтелекту та UX акцентовано увагу на небезпеку нормалізації маніпулятивних практик, коли алгоритмічно оптимізовані рішення поступово витісняють етичні альтернативи (Rossi et al., 2024), що підкреслює відповідальність дизайнера за їх застосування.

На основі наведеного аналізу критичну алгоритмічну компетентність дизайнера доцільно розглядати як чотири-компонентну структуру, яка складається з:

когнітивного компоненту, який охоплює знання про принципи дії алгоритмів, систем рекомендацій, механізмів ранжування та

персоналізації та ґрунтується на розумінні того, що цифрові середовища є не нейтральними, структурованими системами, які визначають умови взаємодії;

аналітичного компоненту, яким передбачено формування навичок дослідження цифрових платформ як поведінкових систем, ідентифікації маніпулятивних патернів, оцінювання їх впливу на користувача і суспільство;

проектного компоненту, який охоплює здатність проектувати дизайн-рішення, які враховують алгоритмічний контекст, не зводяться до маніпуляції, забезпечують прозорість, зрозумілість і підтримку автономії користувача;

етичного компоненту, який пов'язаний із рефлексією щодо наслідків дизайн-рішень, усвідомленням відповідальності, здатністю приймати рішення, що враховують баланс між бізнес-цілями та добробутом користувача.

Результати дослідження. Таким чином, критичну алгоритмічну компетентність дизайнера необхідно досліджувати з позиції нового типу фахової компетентності. Критична алгоритмічна компетентність дизайнера поєднує технічне розуміння, критичне мислення, проектні навички та етичну рефлексію і є відповіддю на трансформацію дизайну в умовах алгоритмічного середовища як інструменту формування поведінки, уваги та соціальної взаємодії. Формування означеної компетентності є завданням сучасної дизайн-освіти, оскільки без її сформованості дизайнер залишається виконавцем, з обмеженим усвідомлення професійного вибору у системі, логіка якої визначається алгоритмами.

Розроблена нами пояснювально-аналітична концепт-мапа критичної алгоритмічної компетентності дизайнера, подана на рисунку 1, розширена зовнішнім контекстом, що дає можливість інтерпретувати означену компетентність не як ізольований набір навичок, а як динамічну, рівневу систему, що функціонує на перетині індивідуальних знань, професійних практик і платформних інфраструктур.

Центральне місце в ній надано здатності працювати з інструментами, орієнтуватися в екосистемі алгоритмічно керованих платформ, де дизайн-рішення взаємодіє з механізмами ранжування, рекомендації та модерації контенту. Когнітивний компонент забезпечує розуміння логіки цих платформ, аналітичний – їх критичне осмислення, проектний – розробку альтернативних, етично виважених рішень, а етичний – усвідомлення наслідків впливу дизайну на самопочуття і поведінку користувача. Зовнішній контекст (алгоритмічний капіталізм,

економіка уваги, платформна стандартизація) окреслює межі, в яких критична алгоритмічна компетентність дизайнера реалізується, скеровуючи діяльність фахівця. Окреслений зміст компонентів компетентності актуалізує необхідність долучення питань цифрової самопрезентації та алгоритмічної видимості до змісту професійної підготовки дизайнерів.

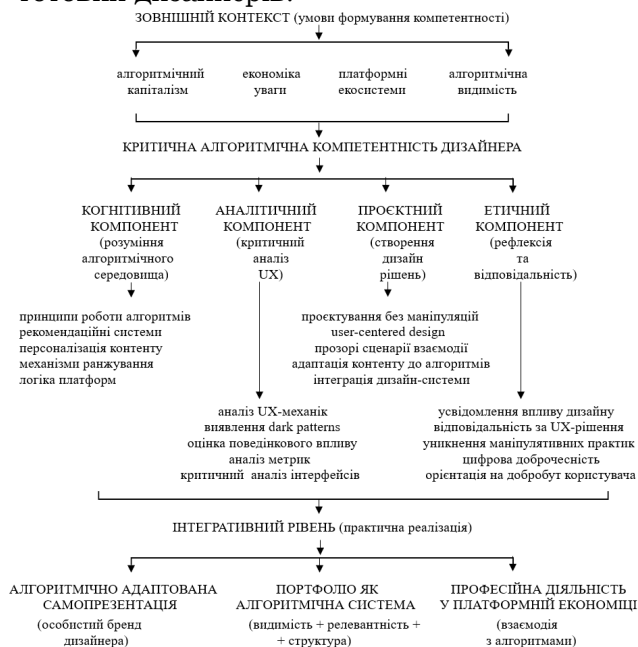


Рис. 1. Концепт-мапа критичної алгоритмічної компетентності дизайнера. Ресурс: особиста розробка авторів

У контексті реалізації особистісних якостей дизайнера в проєктній діяльності, вияву креативності, демонстрації власної фаховості критична алгоритмічна компетентність дизайнера є ширшою за професійну характеристику та перетворюється на медіаційний механізм між дизайнером і цифровим платформним середовищем. Вона визначає спроможність дизайнера працювати з цифровими платформами і, за можливості, трансформувати їх властивості відповідно до потреб (власних, споживача або клієнта). Ця здатність є передумовою переходу до розуміння особистого бренду як цінності, що формується через візуальні, комунікативні практики та алгоритмічну оптимізацію.

Особистий бренд дизайнера в алгоритмічному середовищі доцільно трактувати як динамічну, перформативну ідентичність, що формується у процесі постійної взаємодії з цифровими платформами, не є фіксованою сутністю, а постійно відтворюється через контент, поведінку та комунікацію. У практичному вимірі це означає, що дизайнер не «має» бренд, а «виконує» його, підтримуючи певний образ через свідомо запроєктовані повторювані дії. Зокрема, кожна публікація, візуальне рішення або взаємодія з аудиторією підтримує його ідентичність.

Проте у цифровому середовищі, як нами підкреслено вище, перформативність пов'язана з залежністю від алгоритмів через алгоритмічні фільтри, які визначають видимість контенту (ресурсом, який можна накопичувати, конвертувати та монетизувати). Кількість переглядів, вподобайок, підписників, взаємодій з контентом переноситься з площини показника популярності до простору професійних можливостей, доступу до клієнтів, проєктів, кар'єрного зростання, тобто економічно значущого активу. Соціальні мережі в цьому процесі функціонують як репрезентанти особистого бренду, надають простір для самопрезентації, проте задають конкретні формати (як саме може бути представлений бренд: через стрічку, сторіс, короткі відео, текстові пости тощо), обмеження і правила взаємодії.

Тобто у цифровому платформному середовищі особистий бренд одночасно є результатом творчого самовираження, стратегічного позиціонування дизайнера, продуктом взаємодії між дизайнером, аудиторією та алгоритмами. Тому ефективність персонального бренду визначається здатністю адаптувати контент до вимог платформ, враховувати алгоритмічні механізми і зберігати цілісність візуальної та смислової ідентичності.

Відповідно, портфоліо (як підбірка робіт, що демонструє професійні навички дизайнера) за таких умов може бути інтерпретовано як алгоритмічно адаптований інструмент самопрезентації. Проте сучасні дослідження у сфері кар'єрного розвитку і цифрових медіа (Pandey, 2025) доводять більш широке значення портфоліо для стабільності та гнучкості професійної траєкторії – «кар'єрної подушки безпеки», швидкого реагування на зміни ринку праці, презентації себе як фахівця для різних аудиторій і відкриття нових професійних можливостей. При цьому підкреслюється відмінність між поданими в портфоліо роботами і кейсами: проєкти демонструють кінцевий результат, проте кейси розкривають процес мислення, підхід до розв'язання проблеми, логіку прийняття рішень. Кейси, як візуальні презентації, наративні структури, що розповідають історію професійного розвитку, надають змогу оцінити технічні навички, аналітичні та стратегічні компетенції дизайнера, є більш цінним, зокрема для потенційних роботодавців.

Зважаючи на алгоритмічне цифрове платформне середовище структура представленого в них портфоліо є визначальною для досягнення максимальної реалізації завдання репрезентації фаховості дизайнера. Чітка організація матеріалу, логічна послідовність, зрозумілі пояснення, продумане

візуальне подання створюють умови для ефективного сприйняття інформації у цифровому середовищі, де увага є обмеженим ресурсом, а структура – інструментом управління цією увагою, рухом по компонентах портфоліо, формування висновків. Крім того, необхідною є адаптація портфоліо під:

конкретну платформу, що передбачає врахування технічних і комунікативних особливостей середовища (наприклад, детальні кейси для Behance, короткі візуальні фрагменти для Dribbble або інтерактивні рішення для власного сайту);

точкову вакансію, що означає відбір релевантних кейсів, які відповідають вимогам конкретної позиції;

певну аудиторію, що врахує очікування різних груп користувачів-стейкхолдерів (роботодавців, клієнтів, колег тощо).

З позиції формування критичної алгоритмічної компетентності дизайнера підкреслимо зміщення акценту у трактуванні портфоліо: його доцільно розглядати як самостійний UX-продукт дизайну, якому притаманні характеристики платформного середовища (мета – переконати, зацікавити, продемонструвати компетентність, наявність користувача, сценаріїв взаємодії, інформаційної архітектури, що вимагають тестування, оптимізації та постійного вдосконалення). Таким чином, критична алгоритмічна компетентність забезпечує здатність дизайнера ефективно діяти в цифровому платформному середовищі, поєднувати адаптивність із критичністю, стратегічне мислення з етичною відповідальністю.

Висновки і перспективи подальших досліджень. У результаті проведеного дослідження встановлено, що сучасний графічний дизайн функціонує в умовах алгоритмічного та платформного середовища, яке суттєво трансформує зміст професійної діяльності та роль дизайнера. Дизайнер не обмежується створенням візуальних повідомлень, а є суб'єктом, інтегрованим у системи алгоритмічного управління увагою, де його рішення впливають на поведінку користувачів та логіку взаємодії. Отримані результати розширюють уявлення про зміст фахової підготовки дизайнерів у цифрову епоху. На цьому підґрунті обґрунтовано доцільність введення поняття критичної алгоритмічної компетентності дизайнера як характеристики сучасного фахівця у сфері дизайну.

Запропонована структура означеної компетентності, що містить когнітивний, аналітичний, проєктний та етичний компоненти, уможливає конкретизацію здатності дизайнера працювати в умовах алгоритмічно керованого середовища, поєднуючи адаптивність, технічну обізнаність із критичним мисленням та етичною відповідальністю.

Визначено, що особистий бренд дизайнера у цифровому середовищі набуває характеру динамічної перформативної системи, яка формується через взаємодію з алгоритмами соціальних платформ. Видимість у цьому контексті є формою капіталу, що визначає доступ до професійних можливостей, а соціальні мережі функціонують як платформи, які структурують і обмежують способи самопрезентації. Одночасно портфоліо трансформується з набору проєктів у самопрезентацію, ефективність якої залежить від структурованості, наративності та здатності до адаптації під різні платформи, аудиторії та професійні цілі. Обґрунтовано доцільність його трактування як UX-продукту дизайну, що передбачає проєктування користувачького досвіду, інформаційної архітектури та сценаріїв взаємодії.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з розробкою методичних засад формування критичної алгоритмічної компетентності дизайнерів у процесі фахової підготовки, зокрема, створенням навчальних моделей, вправ і кейсів для розвитку відповідних компонентів. Окремими напрямками можуть стати емпіричні дослідження: рівня сформованості критичної алгоритмічної компетентності у майбутніх дизайнерів та аналіз ефективності освітніх інтервенцій; етичних аспектів UX-дизайну в умовах використання штучного інтелекту та автоматизованих систем рекомендації; взаємодії особистого бренду з алгоритмічними механізмами різних платформ, розробка практичних моделей адаптації портфоліо до змін цифрового середовища.

Список бібліографічних посилань

- Борисов, Борисова, 2025 – Борисов, В., Борисова, С. (2025). Психовізуальні механізми керування сприйняттям засобами графічного дизайну в умовах інформаційного переважання. *Деміург: ідеї, технології, перспективи дизайну*, 8(2): 188–206. Doi: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.2.2025.347373>
- Beck, Goin, Ho, Parks, Rowe, 2021 – Beck, E., Goin, M., Ho, A., Parks, A., Rowe, S. (2021). Critical digital literacy as method for teaching tactics of response to online surveillance and privacy erosion. *Computers and Composition*, 61: 102654. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2021.102654>
- Berry, 2025 – Berry, D.M. (2025). Synthetic media and computational capitalism: towards a critical theory of artificial intelligence. *AI & SOCIETY*, 40: 5257–5269. Doi: <https://doi.org/10.1007/s00146-025-02265-2>
- Dasgupta, Hill, 2021 – Dasgupta, S., Hill, B. M. (2021). Designing for Critical Algorithmic Literacies. *Algorithmic Rights and Protections for Children*. Doi: <https://doi.org/10.1162/ba67f642.646d0673>
- Friedman, Hendry, 2026 – Friedman, B., Hendry, D. (2026). *Value Sensitive Design Shaping Technology with Moral Imagination* (2-nd ed.). The MIT Press.
- Hu, Chan, 2025 – Hu, W., Chan, C. (2025). From user needs to AI solutions: a human-centered design approach for AI-powered virtual teamwork competency training. *International Journal of Educational*

- Technology in Higher Education*, 22: 52. Doi: <https://doi.org/10.1186/s41239-025-00551-z>
- Kollmer, Eckhardt, 2023 – Kollmer, T., Eckhardt, A. (2023). Dark Patterns. *Business & Information Systems Engineering*, 65: 201–208. Doi: <https://doi.org/10.1007/s12599-022-00783-7>
- Luguri, Jacob, 2021 – Luguri, J., Jacob, L. (2021). Strahilevitz, Shining a Light on Dark Patterns. *Journal of Legal Analysis*, 13(1): 43–109. Doi: <https://doi.org/10.1093/jla/laaa006>
- Mahnke, Uprichard, 2014 – Mahnke, M., Uprichard, E. (2014). Algorithming the Algorithm. *Society of the Query Reader: Reflections on Web Search*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Malpass, 2017 – Malpass, M. (2017). *Critical Design in Context: History, Theory, and Practices*. Bloomsbury. Doi: <https://doi.org/10.5040/9781474293822>
- Mandro, Borysova, Lykholdieieva, Zapotichna, Tovstukha, 2024 – Mandro, L., Borysova, S., Lykholdieieva, H., Zapotichna, M., Tovstukha, O. (2024). Interdisciplinary approach to the development of soft skills in the educational process: integration of knowledge and skills. *Cadernos de educação tecnologia e sociedade*, 17(1): 433–444. Doi: <http://dx.doi.org/10.14571/brajets.v17.n1.433-444>
- Mildner, Savino, 2021 – Mildner, T., Savino, G. (2021). Ethical User Interfaces: Exploring the Effects of Dark Patterns on Facebook. *Extended Abstracts of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Article 464: 1–7. Doi: <https://doi.org/10.1145/3411763.3451659>
- Moylan, Code, 2024 – Moylan, R., Code, J. (2024). Algorithmic futures: an analysis of teacher professional digital competence frameworks through an algorithm literacy lens. *Teachers and Teaching*, 30(4): 452–470. Doi: <https://doi.org/10.1080/13540602.2023.2263732>
- Pandey, 2025 – Pandey, S. (2025). Exploring Design Strategies for Student Career Portfolios. *Journal of Technical Writing and Communication*, 55(4): 385–415. Doi: <https://doi.org/10.1177/00472816241307610>
- Pater, 2021 – Pater, R. (2021). *CAPS LOCK: How Capitalism Took Hold of Graphic Design, and How to Escape from It*. Valiz.
- Pavlisca, 2016 – Pavlisca, P. (2016). Design like a Human in the Age of Algorithms. *UX Magazine*. URL: <https://uxmag.com/articles/design-like-a-human-in-the-age-of-algorithms>
- Rapanta, Bhatt, Bozkurt, et al., 2025 – Rapanta, C., Bhatt, I., Bozkurt, A. et al. (2025). Critical GenAI Literacy: Postdigital Configurations. *Postdigital Science and Education*, 7: 1296–1333. Doi: <https://doi.org/10.1007/s42438-025-00573-w>
- Rilinger, 2024 – Rilinger, G. (2024). Algorithmic Management and the Social Order of Digital Markets. *Theory and Society*, 53: 765–794. Doi: <https://doi.org/10.1007/s11186-024-09555-6>
- Rossi, Carli, Botes, Fernández, Sergeeva, Sánchez Chamorro, 2024 – Rossi, A., Carli, R., Botes, M., Fernández, A., Sergeeva, A., Sánchez Chamorro, L. (2024). Who is vulnerable to deceptive design patterns? A transdisciplinary perspective on the multi-dimensional nature of digital vulnerability. *Computer law & security review*, 55, Article 106031. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2024.106031>
- Rousi, 2023 – Rousi, R.A. (2023). AI Design, Design AI, Human-Centred AI and the Theatre of the Absurd the language, life and times of a UX designer. *ArXiv*, abs/2304.10878. Doi: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2304.10878>
- Samine, 2024 – Samine, J. (2024). *The Specter of Representation: Computational Images and Algorithmic Capitalism*. Claremont Graduate University.
- Schmitt-Fumian, Tauscher, Thoring, 2025 – Schmitt-Fumian, T. K., Tauscher, S., Thoring, K. (2025). AI vs. human: exploring the potential of generative AI as a feedback tool to support ideation in design education. *Proceedings of the Design Society*, 5: 429–438. Doi: <https://doi.org/10.1017/pds.2025.10057>
- Sharma, 2024 – Sharma, A. (2024). Uncovering Dark Patterns of Persuasive Design (UI/UX). *Journal of Engineering Design and Analysis*, 11(1): 1–7. URL: <https://www.thejournalshouse.com/index.php/JoEDA/article/view/1135>
- Wizinsky, 2023 – Wizinsky, M. (2023). *Design after Capitalism Transforming Design Today for an Equitable Tomorrow*. The MIT Press.
- Wu, 2016 – Wu, T. (2016). The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads. *Faculty Books*, 64. URL: <https://scholarship.law.columbia.edu/books/64>
- Zuboff, 2023 – Zuboff, S. (2023). The Age of Surveillance Capitalism. *Social Theory Re-Wired*. Routledge. (Pp. 203–213). Doi: <https://doi.org/10.4324/9781003320609-27>

References

- Borysov, V., Borysova, S. (2025). Psycho-visual Mechanisms of Perception Control by Means of Graphic Design in Conditions of Information Overload. *Demiurge: Ideas, Technologies, Perspectives of Design*, 8(2): 188–206. Doi: <https://doi.org/10.31866/2617-7951.8.2.2025.347373> [in Ukr].
- Beck, E., Goin, M., Ho, A., Parks, A., Rowe, S. (2021). Critical digital literacy as method for teaching tactics of response to online surveillance and privacy erosion. *Computers and Composition*, 61: 102654. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.compcom.2021.102654>
- Berry, D.M. (2025). Synthetic media and computational capitalism: towards a critical theory of artificial intelligence. *AI & SOCIETY*, 40: 5257–5269. Doi: <https://doi.org/10.1007/s00146-025-02265-2>
- Dasgupta, S., Hill, B. M. (2021). Designing for Critical Algorithmic Literacies. *Algorithmic Rights and Protections for Children*. Doi: <https://doi.org/10.1162/ba67f642.646d0673>
- Friedman, B., Hendry, D. (2026). *Value Sensitive Design Shaping Technology with Moral Imagination* (2-nd ed.). The MIT Press.
- Hu, W., Chan, C. (2025). From user needs to AI solutions: a human-centered design approach for AI-powered virtual teamwork competency training. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 22: 52. Doi: <https://doi.org/10.1186/s41239-025-00551-z>
- Kollmer, T., Eckhardt, A. (2023). Dark Patterns. *Business & Information Systems Engineering*, 65: 201–208. Doi: <https://doi.org/10.1007/s12599-022-00783-7>
- Luguri, J., Jacob, L. (2021). Strahilevitz, Shining a Light on Dark Patterns. *Journal of Legal Analysis*, 13(1): 43–109. Doi: <https://doi.org/10.1093/jla/laaa006>
- Mahnke, M., Uprichard, E. (2014). Algorithming the Algorithm. *Society of the Query Reader: Reflections on Web Search*. Amsterdam: Institute of Network Cultures.
- Malpass, M. (2017). *Critical Design in Context: History, Theory, and Practices*. Bloomsbury. Doi: <https://doi.org/10.5040/9781474293822>
- Mandro, L., Borysova, S., Lykholdieieva, H., Zapotichna, M., Tovstukha, O. (2024). Interdisciplinary approach to the development of soft skills in the educational process: integration of knowledge and skills. *Cadernos de educação tecnologia e sociedade*, 17(1): 433–444. Doi: <http://dx.doi.org/10.14571/brajets.v17.n1.433-444>
- Mildner, T., Savino, G. (2021). Ethical User Interfaces: Exploring the Effects of Dark Patterns on Facebook. *Extended Abstracts of the 2021 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, Article 464: 1–7. Doi: <https://doi.org/10.1145/3411763.3451659>
- Moylan, R., Code, J. (2024). Algorithmic futures: an analysis of teacher professional digital competence frameworks through an algorithm literacy lens. *Teachers and Teaching*, 30(4): 452–470. Doi: <https://doi.org/10.1080/13540602.2023.2263732>
- Pandey, S. (2025). Exploring Design Strategies for Student Career Portfolios. *Journal of Technical Writing*

- and Communication*, 55(4): 385-415. Doi: <https://doi.org/10.1177/00472816241307610>
- Pater, R. (2021). *CAPS LOCK: How Capitalism Took Hold of Graphic Design, and How to Escape from It*. Valiz.
- Pavlicsak, P. (2016). Design like a Human in the Age of Algorithms. *UX Magazine*. URL: <https://ux-mag.com/articles/design-like-a-human-in-the-age-of-algorithms>
- Rapanta, C., Bhatt, I., Bozkurt, A. et al. (2025). Critical GenAI Literacy: Postdigital Configurations. *Postdigital Science and Education*, 7: 1296-1333. Doi: <https://doi.org/10.1007/s42438-025-00573-w>
- Rilinger, G. (2024). Algorithmic Management and the Social Order of Digital Markets. *Theory and Society*, 53: 765-794. Doi: <https://doi.org/10.1007/s1186-024-09555-6>
- Rossi, A., Carli, R., Botes, M., Fernández, A., Sergeeva, A., Sánchez Chamorro, L. (2024). Who is vulnerable to deceptive design patterns? A transdisciplinary perspective on the multi-dimensional nature of digital vulnerability. *Computer law & security review*, 55: Article 106031. Doi: <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2024.106031>
- Rousi, R.A. (2023). AI Design, Design AI, Human-Centred AI and the Theatre of the Absurd the language, life and times of a UX designer. *ArXiv*, abs/2304.10878. Doi: <https://doi.org/10.48550/arXiv.2304.10878>
- Samine, J. (2024). *The Specter of Representation: Computational Images and Algorithmic Capitalism*. Claremont Graduate University.
- Schmitt-Fumian, T. K., Tauscher, S., Thoring, K. (2025). AI vs. human: exploring the potential of generative AI as a feedback tool to support ideation in design education. *Proceedings of the Design Society*, 5: 429-438. Doi: <https://doi.org/10.1017/pds.2025.10057>
- Sharma, A. (2024). Uncovering Dark Patterns of Persuasive Design (UI/UX). *Journal of Engineering Design and Analysis*, 11(1): 1-7. URL: <https://www.thejournalhouse.com/index.php/JoEDA/article/view/1135>
- Wizinsky, M. (2023). *Design after Capitalism Transforming Design Today for an Equitable Tomorrow*. The MIT Press.
- Wu, T. (2016). The Attention Merchants: The Epic Scramble to Get Inside Our Heads. *Faculty Books*, 64. URL: <https://scholarship.law.columbia.edu/books/64>
- Zuboff, S. (2023). *The Age of Surveillance Capitalism. Social Theory Re-Wired*. Routledge, 203-213. Doi: <https://doi.org/10.4324/9781003320609-27>

BORYSOVA Svitlana

Ph.D in Pedagogy, Associate Professor,
Associate Professor at the Department of Fine Arts, Design and Methods of their Teaching,
Ternopil Volodymyr Hnatiuk National Pedagogical University

BORYSOV Viacheslav

Doctor Science of Pedagogy, Professor, Professor at the Department of Design and mediaproduction,
Luhansk Taras Shevchenko National University

FORMATION OF CRITICAL ALGORITHMIC COMPETENCE AND UX-ORIENTED SELF-PRESENTATION OF FUTURE DESIGNERS IN THE PLATFORM ECONOMY

Summary. *The transformation of graphic design in the context of algorithmic capitalism and the platform economy necessitates a rethinking of the professional training of future designers, particularly in relation to their ability to critically engage with algorithmically mediated environments and to construct effective UX-oriented self-presentation. In contemporary digital ecosystems, design operates as a means of visual communication and a mechanism of behavioral influence, shaped by platform infrastructures, data-driven logics, and attention economies. Therefore, the formation of critical algorithmic competence and the ability to design self-presentation strategies in accordance with platform-specific conditions become essential components of professional development.*

The article aims to theoretically substantiate the essence and structure of critical algorithmic competence of future designers and to identify the features of UX-oriented self-presentation (personal brand and portfolio) in a digital platform environment.

Methods. *To achieve this goal, methods of analysis, systematization, comparison, and theoretical generalization of scientific research in the fields of design studies, digital culture, UX design, and algorithmic literacy were applied. This enabled the conceptualization of critical algorithmic competence and the development of its structural model.*

Results. *The study defines critical algorithmic competence as an integrative professional ability that includes understanding algorithmic environments, critically analyzing UX mechanisms and visual communication solutions, designing ethically responsible and non-manipulative design products, and adapting content and self-presentation to the logic of algorithmic visibility. A four-component structure of this competence (cognitive, analytical, projective, and ethical) is proposed. It is established that the personal brand of a designer in a platform environment functions as a dynamic performative identity shaped through*

continuous interaction with algorithms. The portfolio is interpreted as an algorithmically adapted UX product that requires deliberate design of information architecture, user scenarios, and interaction strategies.

Originality. *The article develops a theoretical model of critical algorithmic competence of designers and substantiates its role as a key component of professional training in the context of the platform economy. The concept of UX-oriented self-presentation is expanded by interpreting personal branding and portfolio as elements of algorithmically mediated professional activity. A conceptual map of critical algorithmic competence is proposed, allowing it to be understood as a dynamic, multi-level system functioning at the intersection of individual knowledge, professional practices, and platform infrastructures.*

Conclusion. *The formation of critical algorithmic competence is a necessary condition for preparing future designers to operate in algorithmically governed digital environments. It enables designers to combine technical awareness with critical thinking and ethical responsibility, to resist manipulative practices, and to consciously construct their professional presence in platform ecosystems. The results of the study highlight the need to integrate issues of algorithmic literacy, digital ethics, and UX-oriented self-presentation into the content of higher design education. Prospects for further research include the development of methodological approaches, educational models, and practical tools for fostering this competence, as well as empirical studies on its formation and effectiveness.*

Keywords: *critical algorithmic competence; professional training of designers; digital environment; platform economy; UX design; ethical design; digital self-presentation; personal brand; portfolio.*

Одержано редакцією 16.02.2026
Прийнято до публікації 04.03.2026