

## **SECTION: ART HISTORY AND LITERATURE**

DOI 10.70286/ISU-28.01.2026.001

### **ОБРАЗ ТВАРИНИ В ГРАФІЧНОМУ ТА МУЛЬТИМЕДІЙНОМУ ДИЗАЙНІ**

**Звенігородський Леонід Анатолійович**

старший викладач

Кафедра «Дизайну та інтер'єру»

**Горожанкіна Анастасія Олександрівна**

здобувачка вищої освіти бакалаврського рівня

Харківський національний університет

міського господарства імені О. М. Бекетова

м. Харків, Україна

**Анотація:** У цій статті розглядається використання образу тварини як об'єкту дизайну. Аналізуються основні сфери, в яких можуть бути використаними анімалістичні образи, а саме: реклама, дизайн логотипів та айдентики бренду, мультиплікація, розробка персонажів та ілюстрація. Особливу увагу приділено символіці, прийомам стилізації форми та характеру. Результати досліджень можуть бути корисними для студентів-дизайнерів, ілюстраторів, аніматорів, та всіх, хто працює з розробкою візуальних образів.

**Ключові слова:** дизайн, образ тварини, зооморфні образи, графічний дизайн, мультимедійний дизайн, персонаж, маскот, символ, символіка, реклама, мультиплікація, логотип, бренд, характер.

В наш час використання образу тварини стало дуже розповсюдженим серед дизайнерів різних галузей. Тема використання образу тварини в графічному та мультимедійному дизайні є цікавою й актуальною з кількох причин. По-перше, у перенасиченому візуальним шумом світі, зооморфні образи виділяються і привертають до себе увагу глядачів. Стрімкий розвиток цифрових технологій та соціальних мереж стимулює появу «живих» маскотів, серед яких тварини посідають особливе місце. По-друге, популярність зооморфних образів пов'язана з усталеною символікою різних тварин. По-третє, зооморфні образи легко адаптувати до різних форматів – від мінімалістичних логотипів до маскотів, персонажів мультфільмів, ігор тощо.

Зооморфні образи супроводжують людину приблизно стільки, скільки вона сама існує як вид. Простежити це можна починаючи від найдавніших зображень тварин в пам'ятках первісного мистецтва. В античній Греції та Римі образи тварин інтегруються в міфологію та мистецтво. У середньовіччі тваринний образ постає радше як знак, символ чесноти чи пороку. В епоху Відродження тварина стає предметом уважного вивчення для художників й натуралістів. У період

промислової революції тварини починають активно використовуватися в комерційній графіці, створюються маскоти продуктів і компаній. У XX столітті важливу роль у трансформації образу тварин відіграє анімація. (Disney, Warner Bros та ін.) У XXI столітті тваринні образи остаточно переходять у мультимедійний простір.

В сучасному світі тварини активно використовуються у графічному дизайні, брендингу й фірмовому стилі. Анімалістичне зображення у логотипі може одразу задати емоційний тон бренду. Зооморфні символи зручні тим, що вони зрозумілі на інтуїтивному рівні, незалежно від мови й культури, тому легко працюють на міжнародну впізнаваність. Наприклад, як символ свого бренду Lacoste використовує крокодила – дику рептилію, небезпечну та могутню.



Рис.1. Логотип бренду Lacoste

Бізнеси, що працюють у галузях з високою войовничістю або конкуренцією, особливо покладаються на символічне представлення фізичної сили. Спорт, ігри, автомобільна промисловість та інші подібні підприємства зазвичай використовують логотипи диких тварин, наприклад, левів, тигрів, ведмедів, орлів тощо. Деякі відомі приклади – Jaguar (автомобілі), Puma (одяг) та Detroit Lions (спорт).



Рис.2. Логотипи брендів Puma, Jaguar, Detroit Lions

Бренд снєків Cheetos використовує усміхненого гепарда в сонцезахисних окулярах, як свого маскота. Він добре передає запал, жвавність, але при цьому виглядає дружелюбним і веселим.



Рис.3. Маскот бренду Cheetos

Компанії з виробництва одягу, ювелірних виробів, косметики та краси часто спираються на прекрасних, вишуканих тварин. Нерідко бренди звертаються до таких образів, як лебеді, метелики, білі лисиці, бархатні кішки. Наприклад, відомий бренд Swarovski використовує лебедя у логотипі.



Рис.4. Логотип бренду Swarovski

Логотипи бренду із використанням образу тварини можуть також нести в собі магнетичну привабливість та асоціації із сексуальністю, таємничістю. Одним із найвпізнаваніших логотипів став логотип Playboy у вигляді зайчика із бантиком на шиї. [1]



Рис.5. Логотип бренду Playboy

Тварини також можуть відображати національну приналежність і бути талісманами олімпіад різних країн. Наприклад, в Лос-Анджелес талісманом олімпіади 1984 став орел. Австралія неодноразово зверталася до кенгуру як до символу національної та природньої унікальності. Талісманом олімпіади 1988 в Сеулі був обраний амурський тигр, який уособлює дружність і традиції гостинності корейського народу. [2]



Рис.6. Талісмани олімпіад (Лос-Анджелес, Австралія, Південна Корея)

При створенні дизайну анімалістичного персонажа слід звернути увагу на прийоми стилізації та загальні концепції героїв відомих прикладів анімаційного мистецтва. Безліч персонажів-тварин можна побачити у фільмах Disney, які є важливою частиною масової культури. Образи тварин WDAS стилізовані, антропоморфні, гіперболізовані та емоційні. Тварини в мультфільмах (у більшості випадків) – це метафори людей, соціальних груп, політичних ідей, що

дозволяє аудиторії створювати власні асоціації та проводити паралелі із реальним світом. Хижаки у мультиплікації часто символізують агресію та владу; трав'їдні тварини – жертовність, простих громадян, дітей тощо; домашні тварини можуть виступати як символи залежності, лояльності, підпорядкування. Наприклад, герої-тварини в такому мультсеріалі, як «Tom & Jerry», стають постійними архетипами – вічний хижак і жертва. [3]



Рис.7. Герої мультфільму «Tom & Jerry»

Розглядаючи більш детально сучасні приклади мультиплікації, в якій головними героями виступають стилізовані тварини, можна виділити «Kung Fu Panda» (2008) і «Zootopia» (2016).

«Kung Fu Panda» (2008), створений студією DreamWorks Animation, поєднує бойові мистецтва та комедію в наративі “шляху героя”. По – головний герой, панда, яка прагне стати майстром кунг-фу. Його виразні характеристики – масивність, округлість тіла, маленькі вушка, незграбність та одержимість їжею. Ці риси перебільшуються для створення комічного ефекту, але водночас підкреслюють внутрішні конфлікти та характер персонажа.



Рис.8. Головний герой мультфільму «Kung Fu Panda», По

Глядачі співпереживають По тому, що його образ метафорично відображає відчуття власної недосконалості та прихованого потенціалу. Світ мультсеріалу наповнений другорядними персонажами-тваринами, які також є влучними прикладами такої стилізації.



Рис.9. Персонажі мультфільму «Kung Fu Panda»



Мультфільм «Zootopia» (2016), від студії Walt Disney Animation Studios, розповідає історію крольчихи Джуді Гопс, яка кидає виклик очікуванням і вступає до поліції у місті. Антропоморфізм у мультфільмі відіграє ключову наративну роль, а відмінності між видами тварин символізують соціальні поділи. Головними характеристиками образу головної героїні є маленький розмір тіла, стрункість, гіперболізовано великі вуха і круглі очі. Ця зовнішність асоціюється з добрим характером, невинністю, чуйністю, а також натякає на кмітливість, спритність, здатність швидко рухатися.



Рис.10. Головна героїня мультфільму «Zootopia», Джуді Гопс

Нік Вайлд, друг головної героїні, є високим, струнким, рудим лисом із хитрими зеленими очима. Його образ натякає на дещо цинічний і маніпулятивний характер, але водночас відображає харизматичність, співчутливість і вірність.



Рис.11. Персонаж мультфільму «Zootopia», Нік Вайлд

В мультфільмі можна побачити безліч прикладів стилізованих тварин, притаманні риси яких гіперболізовані для посилення їх сприйняття. Серед них можна виділити лінивців Бліца і Зіночку. Ці персонажі рухаються і розмовляють дуже повільно, мають масивні тіла, сонливі, майже закриті очі, що створює досить комічний ефект. [4]

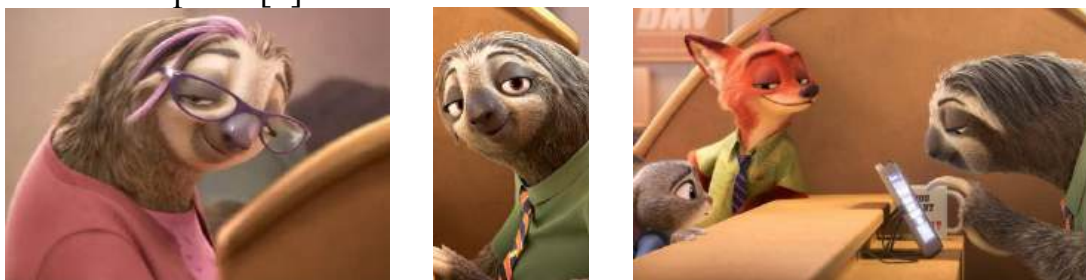


Рис.12. Персонажі мультфільму «Zootopia», Бліц і Зіночка

Персонажі-тварини нерідко використовуються і у комп'ютерних іграх, зокрема в пригодницькій грі «Supercow» (2007 р.). Всі персонажі гри є дещо комічними антропоморфними тваринами. Головна героїня – Супер-Корова, її краща подруга – Вівця Моллі, друзі – Козел Роджер і Осел Джим.



Рис.13. Персонажі гри «Supercow»

Серед відомих ігор, головними героями яких також є стилізовані тварини, можна виділити «Sonic the Hedgehog», «Spyro the Dragon», «Star Fox», «Crash Bandicoot», «Sly Cooper» та «Klonoa».

#### Висновок

Створення художніх образів тварин у графічному та мультимедійному дизайні обґрунтовано їх здатністю миттєво викликати емоції, асоціації та символічні значення, роблячи бренди більш запам'ятовуваними, логічно зрозумілими. Образи тварин, створені засобами графіки, допомагають передавати складну інформацію просто і ефективно, використовуючи базові архетипи, зрозумілі у різних етносах та культурах.

Використання образів тварин у графічному та мультимедійному дизайні це потужний художньо-графічний інструментарій для створення естетично ціннісної впізнаваності та емоційної візуалізації образу бренду, що відображає особливості соціокультурного простору сучасного суспільства.

#### Список використаних джерел

1. Brand Emotions That Your Animal Logos Can Carry. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-obraza-zhivotnyh-v-reklame/viewer%20> (дата звернення: 12.11.2025)
2. List of Olympic mascots. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/List\\_of\\_Olympic\\_mascots](https://en.wikipedia.org/wiki/List_of_Olympic_mascots) (дата звернення: 07.11.2025)
3. Paul Wells, The Animated Bestiary: Animals, Cartoons, and Culture, 2009. URL: <https://dokumen.pub/qdownload/the-animated-bestiary-animals-cartoons-and-culture-9780813546438.html> (дата звернення: 12.11.2025)
4. Balgum Song & Gabija Malinauskaite, Anthropomorphism in Animation: Exploring Emotional Connection and Narrative Techniques, 2023. URL: <https://theartsjournal.org/index.php/site/article/view/2572/1101> (дата звернення: 07.12.2025)