

Богдана СМЕЛЬЯНОВА

Житомирський державний університет імені Івана Франка

Тетяна ШОСТАЧУК

кандидат педагогічних наук, доцент

доцент кафедри образотворчого мистецтва та дизайну

Житомирський державний університет імені Івана Франка

РОЛЬ КОЛЬОРУ ТА ФОРМИ В ДИЗАЙНІ ПЕРСОНАЖА

У сучасному візуальному мистецтві дизайн персонажа є важливим інструментом невербальної комунікації між автором і глядачем. Персонаж розглядається не лише як одиниця сюжету (актант), а й як семіотична система, що транслює емоційні стани, ідеологічні установки та соціокультурні цінності. У процесі візуалізації образу особливу роль відіграють форма та колір – базові елементи візуальної мови, що формують первинне сприйняття та визначають характер образу.

Візуальні характеристики образу здатні інтуїтивно передавати інформацію про його характер, психологічний стан та соціальну роль, не потребуючи додаткових пояснень [1]. Колір, як ключовий засіб емоційної експресії, формує психофізіологічний контекст персонажа: теплі кольори та їх відтінки (червоний, помаранчевий, жовтий) асоціюються з активністю,

оптимізмом та відкритістю, а холодні (сині, фіолетові, зелені) – зі стриманістю, стабільністю або меланхолією. Паралельно з колористикою геометричні примітиви (форми) складають структурний каркас образу, кожна з яких несе певне психологічне навантаження: кола та еліпсоїдні форми підсвідомо сприймаються як безпечні, гармонійні та доброзичливі; трикутники та гострокутні структури сигналізують про динаміку та агресію; квадратні та прямокутні модулі виступають маркерами стабільності, надійності та фізичної сили [5].

Актуальність дослідження ролі кольору та форми, у процесі створення дизайну персонажа, зумовлена широким застосуванням персонажів у мультимодальній індустрії: анімацію, гейм-дизайн, літературу, рекламу та брендинг. Ефективне використання цих візуальних засобів дозволяє розробляти образи, що миттєво передають ключову інформацію про свій характер та роль у наративі, забезпечуючи швидку ідентифікацію та формування емоційного зв'язку з аудиторією [3]. Синтез візуальної концепції з психологічною зрозумілістю створює ефект «самоочевидності» образу, де глядач отримує цілісний портрет персонажа без необхідності додаткового пояснення [4].

Взаємодія колористичних рішень та морфологічних структур виступає одним із головних інструментів конструювання художнього образу. Традиційні комбінації, наприклад, теплі кольори з округлими формами або холодні кольори з гострими фігурами, гуртуються на сталих психофізіологічних асоціаціях, що забезпечують прогнозовані емоційні реакції реципієнта та формують первинне враження про персонажа [2].

Проте сучасні тенденції в дизайні частіше апелюють до експериментальних поєднань, що базуються на принципі візуального контрасту або когнітивного дисонансу. Поєднання загострених форм із теплими відтінками (наприклад, активний агресивний герой із позитивною мотивацією) або холодної палітри з округлими формами дозволяє створювати складні, несподівані, але психологічно виразні образи. Такі підходи розширюють можливості художньої виразності та забезпечують більш глибоке розкриття характеру персонажа [6].

Інтуїтивне сприйняття кольору та форми сприяє миттєвій передачі інформації про ставлення героя до ситуацій, його настрій та соціальні ролі, підсилюючи емоційний контакт з аудиторією. Завдяки цьому дизайн персонажів стає потужним інструментом у медіа та комерційних сферах, де важливо швидко привертати увагу споживача та отримати зворотній зв'язок.

Підсумовуючи, зазначимо, що колір і форма у дизайні персонажа виконують дві взаємодоповнюючі функції: морфологічна структура забезпечує архітектоніку та психологічну зрозумілість образу, а

колористика виступає каталізатором емоційного впливу. Саме синергія цих елементів визначає життєздатність та актуальність персонажа мультимодальному середовищі (від анімації до реклами), а експериментальні візуальні комбінації відкривають нові можливості для креативної виразності, а також надають героям концептуальної глибини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Прищенко С. В. Візуальна мова кольору: авторська концепція комплексного дослідження. Дизайн. 2020. № 37. С. 17. URL: <https://medium.com/@theodorusyoder/the-psychology-of-character-design-49fffe6f4f0b> (дата звернення: 27.02.2026).
2. Шаура А., Батрак В., Ігнатенко А. Психологія кольору та форми в айденітиці брендів дитячих іграшок. Актуальні питання гуманітарних наук. 2025. Т. 2, № 92. С. 185. URL: https://www.aphn-journal.in.ua/archive/92_2025/part_2/92-2_2025.pdf (дата звернення: 27.02.2026).
3. Alieva S. The language of colour in character design. 2023. С. 2. URL: https://www.theseus.fi/bitstream/handle/10024/815951/Alieva_Sarra.pdf?sequence=2&isAllowed=y (дата звернення: 25.02.2026).
4. ArtStation. Principles of character design. URL: <https://www.artstation.com/blogs/visualartspassage/8631/principles-of-character-design> (дата звернення: 02.03.2026).
5. Medium. The psychology of character design. URL: <https://medium.com/@theodorusyoder/the-psychology-of-character-design-49fffe6f4f0b> (дата звернення: 01.03.2026).
6. VSQUAD | Game Art Outsourcing Studio. Understanding shape language in character design. URL: <https://vsquad.art/blog/understanding-shape-language-in-character-design> (дата звернення: 26.02.2026).