

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ
Факультет дизайну
Кафедра графічного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Редизайн та створення рекламного комплексу до настільної гри

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Графічний дизайн

Виконала: студентка групи БДг6-20

Геращенко А. С.

Науковий керівник д.п.н., проф. Єжова О. В.

Рецензент д.т.н., проф. Пашкевич К. Л.

Київ 2024

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну
Кафедра графічного дизайну
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)
Спеціальність 022 Дизайн
Освітня програма Графічний дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри ГД

проф. Євген ГУЛА
“ _____ ” _____ 2024 року

**ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ**

Геращенко Ангеліні Сергіївні

1. Тема кваліфікаційної роботи Редизайн та створення рекламного комплексу до настільної гри

Науковий керівник роботи Єжова Ольга Володимирівна, д. пед. н. затверджені наказом КНУТД від «01» березня 2024 р. № 49 Уч

2. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: наукові публікації та джерела за темою та дослідження з фірмового стилю та рекламного комплексу до настільних ігор

3. Зміст кваліфікаційної роботи (перелік питань, які потрібно розробити): Вступ, Розділ 1. Настільна гра як предмет дослідження: визначення та історія, Розділ 2. Аналіз аналогів за темою дослідження, Розділ 3. Розробка редизайну та створення рекламного комплексу до настільної гри «Зоомафія», Загальні висновки, Список використаних джерел, Додатки

4. Дата видачі завдання лютий 2024

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Терміни виконання етапів	Примітка про виконання
1	Вступ	лютий 2024	
2	Розділ 1. Настільна гра як предмет дослідження: визначення та історія	березень 2024	
3	Розділ 2. Аналіз аналогів за темою дослідження	квітень 2024	
4	Розділ 3. Розробка редизайну та створення рекламного комплексу до настільної гри «Зоомафія»	травень 2024	
5	Загальні висновки	травень 2024	
6	Оформлення кваліфікаційної роботи (чистовий варіант)	червень 2024	
7	Подача кваліфікаційної роботи науковому керівнику для відгуку(за 14 днів до захисту)	червень 2024	
8	Подача кваліфікаційної роботи для рецензування (за 12 днів до захисту)	червень 2024	
9	Перевірка кваліфікаційної роботи на наявність ознак плагіату та текстових співпадінь (за 10 днів до захисту)	червень 2024	
10	Подання кваліфікаційної роботи на затвердження завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	червень 2024	

З завданням ознайомлений:

Студент

Ангеліна ГЕРАЩЕНКО

Науковий керівник

Ольга ЄЖОВА

АНОТАЦІЯ

Геращенко А. С. Редизайн та створення рекламного комплексу до настільної гри. Кваліфікаційна робота за спеціальністю 022 Дизайн. Київський національний університет технологій та дизайну. Київ, 2024 рік.

У кваліфікаційні роботі надано результати дослідження з графічного дизайну рекламного комплексу настільної гри. Було доведено актуальність розробки графічного дизайну та редизайну настільних ігор. Проведено дослідження та аналіз визначення та історії настільних ігор, разом з особливостями їх розробки. Описано специфіку застосування основних принципів дизайну у візуальному оформленні настільних ігор.

На основі отриманих результатів було втілено дизайн-проект редизайну гри «Зоомафія» та рекламного комплексу до неї.

Ключові слова: дизайн-проект, настільна гра, графічний дизайн, логотип, фірмовий стиль, рекламна продукція, плакат, карти, пакування, сувенір, макет.

SUMMARY

Herashchenko A. S. Redesign and creation of an advertising set for a board game. Qualification work in the specialty 022 Design. Kyiv National University of Technology and Design. Kyiv, 2024.

The qualification work presents the results of a study on the graphic design of an advertising set for a board game. The relevance of developing graphic design and redesigning board games was proved. The research and analysis of the definition and history of board games, along with the peculiarities of their development, were conducted. The specifics of the application of basic design principles in the visual design of board games were described.

Based on the results obtained, a design project for the redesign of the game “Zoomafia” and the advertising set for it was implemented.

Keywords: design project, board game, graphic design, logo, corporate identity, promotional product, poster, card, packaging, souvenir, layout.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 НАСТІЛЬНА ГРА ЯК ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ: ВИЗНАЧЕННЯ ТА ІСТОРІЯ	10
1.1. Поняття «настільна гра» та її різновиди	10
1.2. Історія розвитку дизайну настільних ігор	13
1.3 Історія створення дизайну гри «Мафія»	19
Висновки до розділу 1	19
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ ЗА ТЕМОЮ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	21
2.1 Аналіз аналогів гри «Мафія»	21
2.2 Принципи графічного дизайну при створенні настільних ігор.....	30
Висновки до розділу 2	40
РОЗДІЛ 3 РОЗРОБКА РЕДИЗАЙНУ ТА СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОГО КОМПЛЕКСУ ДО НАСТІЛЬНОЇ ГРИ «ЗООМАФІЯ».....	42
3.1 Дизайн-аналіз настільної гри «Зоомафія»	42
3.2 Розробка нової концепції продукту, та його структури.....	44
3.3 Робота над редизайном до настільної гри «Зоомафія» і аргументація обраних візуальних рішень для макетів	45
Висновки до розділу 3	57
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	60
ДОДАТКИ.....	66

ВСТУП

Актуальність теми полягає в тому, що протягом кількох останніх років настільні ігри стали популярною розвагою на українському ринку. Це спричинено декількома факторами: Перший – переклад і популяризація іноземних аналогів. Другий – період локдауну з 2020 по 2022 роки, коли більшість людей перебували вдома. І третій – початок повномасштабної війни з 24 лютого 2022 року, з моменту якого українці стали проводити час в бомбосховищах, де треба було знайти якісь розваги також.

Настільні ігри є давнім видом розваг, що залишаються актуальними навіть в роки цифрових технологій. Зараз все більше людей бажають мати в себе невелику колекцію настільних ігор.

Секрет популярності настільних ігор полягає в живій комунікації, емоціях та азарті. Комп'ютерні ігри також володіють цими якостями але найголовнішим є те, що дія гри відбувається в житті і таким чином перемагає віртуальну взаємодію.

Настільні ігри є швидким і якісним варіантом зблизити незнайому компанію. Є ігри з простими правилами і що спрямовані на комунікацію, а є і більш складні, зі своїм сюжетом і механіками, які будуть цікаві вже більш досвідченим гравцям.

Якщо раніше ринок настільних ігор був наповнений застарілими продуктами, то зараз на полицях українських магазинів можна знайти локалізації всесвітньо відомих ігор. Яскраві пакування та унікальний стиль приваблює нових гравців. Різноманіття механік і способів гри спонукають покупців обирати все більше ігор та дарувати їх рідним та друзям.

Пандемія COVID-19 та пов'язаний з нею карантин спричинили підвищення інтересу до настільних ігор в 2020 році. Через локдаун ринок настільних ігор ще більше розвинувся, адже люди відмовлялись від

віртуального дозвілля і влаштували собі «цифровий детокс» завдяки настільним іграм.

Третій фактор, що популяризував ігри за останній рік – початок повномасштабного вторгнення з боку Росії. Завдяки цьому на українському ринку почали набирати популярність не тільки відомі настільні ігри, а і почали з'являтися вітчизняні, патріотичні варіанти.

Серед настільних ігор є як і класичні, що мають свій сталий дизайн (шахи, гральні карти), так і нові, унікальні ігри, що мають свою тематику і повністю окремий фірмовий комплекс. Графічні дизайнери створюють оформлення для обох варіантів, адже навіть класику треба інколи продавати під новим виглядом, задовольняючи при цьому не тільки пересічного покупця, а і, наприклад, колекціонерів, в яких може бути до 20 копій однієї гри в різних стилях.

Таким чином редизайн настільної гри вважається на часі.

Мета дослідження – редизайн настільної гри з поліпшеними естетичними властивостями, враховуючи сучасні тренди в графічному дизайні.

Завдання дослідження:

- розглянути різновиди настільних ігор;
- дослідити історію розвитку настільних ігор;
- виявити та проаналізувати дизайн аналогічної продукції;
- розробити проєкт настільної гри «Зоомафія».

Об'єктом дослідження є настільна гра як об'єкт графічного дизайну.

Предметом дослідження є редизайн настільної гри «Зоомафія»

Методи дослідження: Теоретичною та методологічною основою дослідження є системний підхід до проектування настільної гри як дизайн-продукту, і плакату до неї як засобу реклами. У теоретичному дослідженні використано композиційно-конструктивний та системно-структурний аналіз. Графічні матеріали виконано з використанням графічних редакторів Adobe Illustrator та Adobe Photoshop.

Елементи наукової новизни одержаних результатів: Систематизовано інформацію щодо дизайну настільних ігор. Отримали подальшого розвитку принципи дизайну настільних ігор.

Практичне значення одержаних результатів: Розроблено комплект гральних карт до настільної гри «Зоомафія», комплекс фірмового стилю до неї, рекламна і сувенірна продукція

Апробація результатів дослідження та Публікації:

Участь у VIII Всеукраїнській науково-практичній конференції *Візуальне мистецтво у контексті сучасних культурних практик* (Черкаси, Черкаський обласний художній музей, 23-24 листопада 2023 р.) та публікація в збірнику матеріалів (додаток А) [45].

Участь у Всеукраїнському конкурсі соціального плакату *Mental Health*, КНУТД, березень 2024р. (додаток А).

Участь у онлайн-виставці міжнародної мистецької акції *ВОЛЬНАНОВА*, (Черкаси, Черкаський обласний художній музей, лютий-березень 2024 р.) (додаток А).

Структура та обсяг роботи: складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел (45 найменувань), додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 60 сторінок комп'ютерного тексту (без додатків). В роботі 24 додатки на 66 стор.

РОЗДІЛ 1

НАСТІЛЬНА ГРА ЯК ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ: ВИЗНАЧЕННЯ ТА ІСТОРІЯ

1.1. Поняття «настільна гра» та її різновиди

Настільна гра – це розважальний, освітній або стратегічний вид розваги, де ігровими елементами маніпулюють на плоскій поверхні (переважно на столі) [4].

Ці ігри зазвичай включають в себе різноманітні компоненти, такі як гральні дошки, фішки, карти, кубики та ігрові фігури, і вимагають учасників використовувати стратегію, логіку або навіть везіння для досягнення цілей гри. Настільні ігри розраховані на певну кількість гравців і переважно є інтелектуальною розвагою, хоча є і винятки (наприклад ігри на швидкість реакції).

Класифікація настільних ігор залежить від багатьох характеристик, таких як механіка взаємодії, кількість гравців, сюжет, мета самої гри, стилістика і т.д. [5].

Серед настільних ігор виділяють такі різновиди:

1. Класичні настільні ігри – ігри перевірені часом, що ніколи не втратять популярності. Вони мають багатовікову історію та велику базу шанувальників. Правила класичних ігор відшліфовані протягом багатьох століть і налічують десятки варіацій по всьому світу. Приклади класики: «Шахи», «Доміно», «Шашки», «Лото», «Го», «Бридж».

2. Інтелектуальні настільні ігри – ігри що розважають і напружують мозок. Є корисним різновидом настільних ігор для усіх вікових категорій адже можуть розвивати навички мислення у різних напрямках: як гумантарні так і математичні. Приклади інтелектуальних ігор: «Скрабл», «Колір код», «Квіз».

3. Логічні настільні ігри (головоломки) – різноманітні за рівнем своєї складності ігри, в яких в гравця є чітко поставлена задача і час на її вирішення.

Приклади головоломок: «П'ятнашки», «Кубик Рубіка», «Джунгли: ховай та шукай», «Золото гнома».

4. Навчальні та розвиваючі настільні ігри – ігри, які переважно призначені дітей і розвитку їх навичок. В залежності від своєї складності і призначення до певної вікової категорії, такі настільні ігри навчають дітей пізнавати світ, розвивати моторику, мовленеві та інтелектуальні навички. Також прикладом таких ігор є спрощені версії класичних ігор для дорослих. Приклади розвиваючих ігор: «Активіті для Дітей», «Звіролітери», «Вишивання без голки», «Доббль», «Вперед, за горіхами».

5. Ходилки (бродилки) – мабуть найпростіші за своїми правилами і логікою ігри, що складаються з базового набору компонентів (гравального поля з шляхом та гральних фішок). Метою таких ігор є досягнення фінішу найпершим, але є і більш складні версії, де гравець на своєму шляху має виконувати певні завдання. Приклади бродилок: «Монополія» та серія найпростіших дитячих ігор.

6. Азартні настільні ігри – законний замітник казино та гральних клубів. Ігри, успіх в яких залежить переважно від удачі або випадку. В азартних настільних іграх використовуються елементи реальних азартних розваг (карти, фішки, жетони) і формуються ситуації, що визивають в гравців здоровий азарт та відчуття ризику. Але головною відмінністю таких ігор від казино є в тому що гравець не розориться, граючи в них. Приклади азартних настільних ігор: «Блекджек», «Вибухові кошенята» .

7. Психологічні настільні ігри – ігри, розраховані на випробування психологічних здібностей переважно в кримінальному сюжеті для вирішення складних загадок. Зазвичай в психологічних іграх учасники діляться на два табори, що діють один проти одного, намагаючись заплутати противника. Психологічні ігри навчають комунікації в команді, вміння доносити власну думку і розвивають увагу та довіру. Приклади психологічних ігор: «Мафія», «Сірий Кардинал».

8. Економічні настільні ігри – ігри, що базуються на розвитку в гравцеві навичок поводження з бюджетом, вчать основним правилам економіки. Економічні настільні ігри можуть мати різні сюжети та історію, але гравець однаково починає в них з нуля і намагається вести свій бізнес максимально вигідно. Приклади економічних настільних ігор: «Монополія», «Менеджер», «Супер Фермер», «Великий бізнес», «7 чудес», «Колонізатори».

9. Пригодницькі настільні ігри – це ігри, метою яких є занурення гравця в обраний сюжет, залучення його в різноманітні ситуації. Пригодницькі ігри різняться своєю історією та механікою але є по-однаковому захопливими та довготривалими іграми, що затягують. Приклади пригодницьких ігор: «Володар Перснів: Пригоди в Середзем'ї», «Зона: Таємниці Чорнобиля», «Загублені руїни Арнаку».

10. Спортивні настільні ігри – ігри, що будуть цікаві різним віковим категоріям. Вони допомагають відпочити від психологічного та інтелектуального навантаження, розвивають рухливість, тактичне мислення та спритність. Приклади спортивних настільних ігор: «Настільний теніс», «Настільний футбол», «Настільний хокей», «Шафлборд».

11. Стратегічні настільні ігри – це настільні ігри, що розвивають стратегічне мислення, навчають аналізувати та діяти заради результату. В стратегічних іграх удача не грає провідної ролі, а гравцям потрібно більше часу на обдумування своїх ходів. Приклади стратегій: «Цивілізація», «Брас: Бірмінгем», «Колонізатори: мореплавці», «Коса», «Наше море».

12. Рухливі настільні ігри – вид настільних ігор що є ідеальними для вечірок. Вони додають активності, розвивають комунікацію та дозволяють навіть зблизитись у незвичних ситуаціях. Приклади рухливих ігор: «Твістер», «Крокодил», «Різнокольорові кільця».

13. Карткові настільні ігри – настільні ігри, що складаються з колоди спеціальних карт. Вони можуть поєднувати в собі декілька категорій і розвивати різні навички. Для карткових ігор не потрібне ігрове поле і учасники

роблять свої ходи «з рук в руки». Приклади карткових ігор: «Уно», «Еліас», «Манчкін», «Дурень».

14. Дорожні настільні ігри – вид настільних ігор, які зручно взяти з собою у дорогу. Це можуть бути як зменшені копії існуючих, так і індивідуально створені видання, що можуть містити в собі характеристики декількох категорій настільних ігор. Вони компактні і прості, достаньо цікаві щоб зацікавити групу людей на певний проміжок часу, наприклад в дорозі. Приклади дорожніх настільних ігор: «Ханамікоджі», «Монополія: дорожня версія», «Вечірка мопсів», «The Mind», «Квакнуті музики» [6],[7].

15. Трансформаційні настільні ігри – недавно виниклі настільні ігри, що є новим інструментом взаємодії з психікою людини, визнані як безпечний, малотравматичний та водночас ефективний інструмент для вирішення особистих проблем учасників. Вони спрямовані на знаходження оптимальних рішень та подолання особистісних криз і труднощів. Особливістю цих ігор є індивідуальний підхід до кожного учасника та акцент на особистий прогрес, а не на перемогу над іншими. Запити, що виникають під час гри, пов'язані з особистими виборами, такими як сімейне життя, робота, зміни місця проживання та інші аспекти життя. Приклади трансформаційних ігор: «Трансформація», «Саторі», «Cash Flow» [8].

1.2. Історія розвитку дизайну настільних ігор

Настільні ігри – це не нова розвага для нас сьогодні. Більшість людей може навіть сказати що це застарілий вид ігор, але в розділі про актуальність цю думку було спростовано.

Історія настільних ігор є багатовіковою і про це нам кажуть результати розкопок в різноманітних регіонах на об'єктах різних часів. Мабуть настільні ігри існують стільки, скільки і люди, адже навіть наші предки з печер мали бажання розважитись і пограти в гру.

Першою настільною грою можна назвати гру в «Кості» або ж «Кубики» («Dice» англійською). Ця настільна гра була винайдена ще навіть до виникнення писемності. Вона є простою і може гратись по різним правилам і варіаціям, а елементи до неї можуть бути виготовлені з підручних матеріалів таких як камінь, дерево, кістки (див. Рис 1.1), панцери черепах і тому подібне [9].

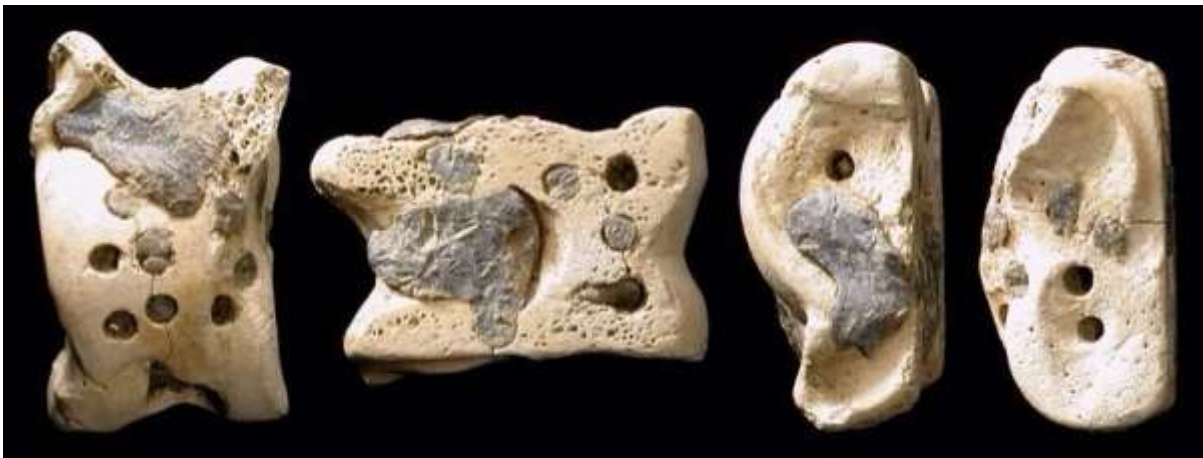


Рис. 1.1 «Кості» з кістки (Knuckle Dice) 5–3 століття до н.е.
з Греції/Фракії [9]

Першою знахідкою ігрових компонентів є 49 маленьких різблених камінців (див. Рис. 1.2), знайдені у 5000-річному кургані Башур Хоюк (Başur Höyük) на південному сході Туреччини.



Рис. 1.2 Перша знахідка ігрових компонентів [9]

Гральні кубики з римської епохи дуже схожі на шестигранні кубики, які є звичними для нас сьогодні (див. Рис. 1.3). Були також кубики зі зрізаними кутами, що додавало додаткові можливості грі. Вони схожі на кості з великою кількістю граней із «D&D» (з англ. «Підземелля та Дракони») та інших рольових ігор.



Рис. 1.3 Гральні кубики з римської епохи [9]

Також в деяких з джерел говориться про «Сенет» як першу настільну гру [9], що виникла на землях Стародавнього Єгипту за 3500 років до нашої ери (див. Рис. 1.4).



Рис. 1.4 Ігрова дошка «Сенет», з підписом для Аменхотеп III з окремим розсувним ящиком, бл. 1390–1353 до н. е. [10]

«Сенет» – це гра в якій гравці будь-якого віку завдяки удачі і стратегії переміщали фігурки по полю, намагаючись досягнути фінішу першими [10]. Набір цієї гри навіть клали до гробниць фараонів, що каже про те, що представники королівської знаті любили грати в настільні ігри (див. Рис. 1.5, Рис. 1.6).



Рис. 1.5 Гра з гробниці Тутанхамона [10]



Рис. 1.6 Картина в гробниці єгипетської королеви Нефертарі (1295–1255 до н. е.) [10]

Насправді дуже складно виявити яка гра була найпершою, але археологічні дані дають нам підказки, що допомагають скласти загальне уявлення щодо історії настільних ігор і місце їх виникнення. «Нарди» вперше виникли у давній Персії, «Шахи» – в Індії, «Го» і «Любо» – в Китаї. Кожен народ мав і досі має свого улюбленця серед настільних ігор.

Не менш популярною за старшістю є «Королівська гра Ура» [9]. Її було знайдено в Королівських гробницях Ура на Месопотамії близько 4600 років до н.е. . «Королівська гра Ура», або ж «Гра двадцяти клітинок» – це стратегічна гра на двох гравців, що була популярна в країнах Близького Сходу [11] (див. Рис. 1.7).



Рис. 1.7 Гра, знайдена в Урі, зараз виставлена в Британському музеї [11]

Виникнення настільних ігор було спричинено різними явищами. Одним з таких явищ була війна, яка, як нам відомо, впливає на всі види людської зайнятості. «Латрункулі» (латинською *Ludus latrunculorum* – гра в солдатиків/найманців) – гра, що виникла у Давньому Римі і представляла собою стратегічну гру про війну [12]. Ігрове поле «Латрункулі» та її правила схожі на відомі нам шахи (див. Рис. 1.8).

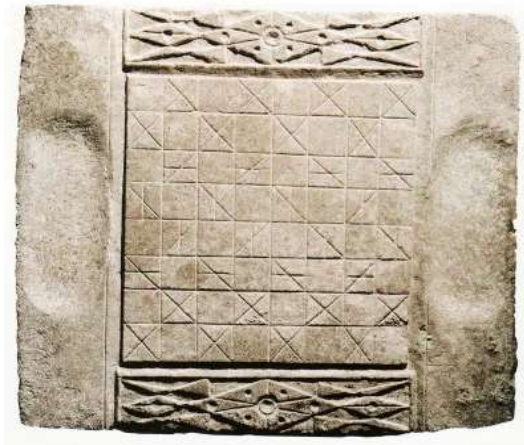


Рис. 1.8 Ігрове поле «Латрункулі» [12]

Вищезгадані ігри існують по наш час і мають шанувальників по всьому світу. Але ринок настільних ігор завжди оновлювався. Нові ігри з'являлись за різних обставин та з різною метою. Класичні варіанти перевидаються, а нові заповняють торгові полиці.

Почати огляд історії сучасних настільних ігор можна з виходу в 1935 році відомої гри «Монополія». Під час Великої депресії, Чарльз Дерроу, безробітний установник опалювального обладнання, здійснив справжній прорив, створивши цю гру. Навіть якщо є плітки, які стверджують, що Дерроу взяв за основу іншу гру, «Землевласники», «Монополія» все ж надала значущий поштовх розвитку настільних ігор сучасності.

Спочатку компанія «Паркер Бразерс» відмовила автору, але декілька років потому, побачивши успіх, коли Дерроу сам виготовив і продав п'ять тисяч коробок «Монополії» у магазині Філадельфії, змінила своє рішення і викупила права. У 1936 році «Монополія» стала найпопулярнішою грою в США, відкриваючи новий етап у світі настільних ігор і встановлюючи різницю між сучасними та старовинними іграми [13].

1.3 Історія створення дизайну гри «Мафія»

Якщо історію звичайних настільних ігор можна підтвердити артефактами з археологічних розкопок, то щодо початку існування психологічних та рольових ігор можна вести нескінченні дискусії.

«Мафія» – це психологічна покрокова гра в команді з детективним сюжетом. Гра модулює собою боротьбу двох команд: інформованої меншості (мафія) і неорганізованої більшості (мирні жителі). Від свого прототипу – європейської гри «Вбивця», що є відомою з 20-ого століття, Мафія відрізняється тим, що тут гравці борються проти колективного «зла», а не одного «маніяка».

Відома в сучасності гра «Мафія» була придумана студентом МДУ Дмитром Давидовим на весні 1986 року. Початково гра була відома в студентських колах, але з часом її популярність стала зростати на території спочатку усіх країн СРСР, а потім і в країнах Європи. Перша поява гри «Мафія» в США датується 1989-м роком, в літньому таборі на Пенсильванії [14].

Висновки до розділу 1

В результаті проведеного дослідження було визначено, що настільні ігри визначаються як форма розваг, що включає групу людей, спрямовану на вирішення завдань, досягнення цілей або розвиток певних навичок.

Загальна класифікація настільних ігор відбувається на основі їх мети та механіці взаємодії. За таким принципом в ході дослідження було визначено 15 видів настільних ігор. Також було визначено інші методи їх розрізнення таких як матеріали ігрових елементів, стилістика візуального комплексу гри та кількість розрахованих гравців.

Історія настільних ігор веде свій початок з давнини, але особливий розквіт вони пережили в ХІХ-ХХ століттях.

Однією з найбільш визначних настільних ігор є "Монополія", яка з'явилася в період Великої депресії в США та стала символом економічних відносин та інвестицій. Її історія свідчить про творчий підхід її творця, Чарльза Дерроу, який перетворив власний досвід та спостереження навколо на гру, що вразила світ.

Іншою відомою грою є «Мафія», яку придумав студент МДУ Дмитро Давидов у 1986 році. У США гра набула популярності з 1989 року.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ АНАЛОГІВ ЗА ТЕМОЮ ДОСЛІДЖЕННЯ

2.1 Аналіз аналогів гри «Мафія»

За обраною темою дослідження було знайдено ряд аналогів, які найяскравіше відображають тему настільних ігор та чітко уособлюють собою поняття їх різновидів та класифікації.

Першими в аналоговому ряду є класичні настільні ігри, що вже мають сталу стилістику, що формувалась протягом років та навіть століть. Як правило про класичні настільні ігри споживачі добре знають і можуть з легкістю розрізнити їх на торгових полицках.

Візьмемо за приклад «Шахи», про які відомо більшості людей у світі. За всю свою історію гра сформулювала свій класичний стиль у вигляді чорно-білого поля та традиційних фігур (наприклад королева має вигляд корони, а коні постають у вигляді коней).

Але впродовж років класика могла змінюватись під тематику конкретної історичної епохи, що мала власний візуальний стиль зі своїми правилами та стереотипами. Наприклад розглянемо набір шахових фігур Льюїса (Уїг), що було знайдено в 1891 році на островах Шотландії. Самі фігури датуються 1150-1175 роками і виглядають відповідно до середньовічного стилю (Див. Рис. 2.1).



Рис. 2.1 Набір шахових фігур Льюїса (Уїг) [15]

Стилізовані шахи є гарним і розкішним подарунком, особливо якщо вони створені на замовлення для конкретної особи, що є поціновувачем гри. Королівська знать могла дозволити собі замовити в майстрів набір шахових фігур з будь-якого матеріалу та за будь-якою тематикою і отримати в майбутньому унікальний набір гри що матиме особливу цінність.

Розглянемо це на прикладі «Шахової гри в стилі «туркері»» (Див. Рис. 2.2), що була виготовлена у першій половині XVIII ст.. Набір фігур зображує собою два війська: турецьке (виготовлене з червоного коралу) і християнське (з рожевого).



Рис. 2.2 Шахова гра в стилі «туркері» [15]

Переважно на початку свого існування шахові фігури мали саме абстрактні форми [15] (Див. Рис. 2.3), або, як наприклад вигляд Перських Шахів (Див. Рис. 2.4), є результатом ісламської заборони на зображення людських форм у мистецтві [16].



Рис. 2.3 Шахові фігури Мозараб, відомі як «фігури Сан-Генадіо». Виготовлені з оленьчих рогів. Колись зберігались в мозарабському монастирі Сантьяго-де-Пеньяльба (Леон, Іспанія), нині в Понферраді. IX століття. [15]



Рис. 2.4 Шатрандж, шаховий набір з Ірану, XII століття [15]

Сучасні дизайнери обігрують набори шахів у найрізноманітніший спосіб, використовуючи нові матеріали та технології. Наприклад існують 3Д-шахи (Див. Рис. 2.5) та всім відомі цифрові шахи, інтерфейс яких також може мати унікальну тематику.



Рис. 2.5 «3Д-шахи» [15]

На прикладі різноманітності наборів гри у Шахи можна зробити відповідні висновки щодо інших відомих класичних ігор. Карткові ігри є найяскравішим тому прикладом. Дизайни колоди можуть мати різноманітну тематику починаючи від загаданої епохи та закінчуючи улюбленим фільмом (Див. Рис. 2.6) [17].

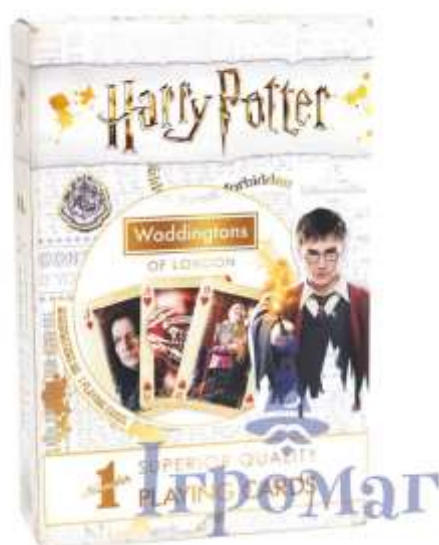


Рис. 2.6 Набір ігрових карт в стилістиці фільмів про Гаррі Поттера [17]

Така ж ситуація і з грою «Мафія». Найрозповсюдженішою є карткова версія, яку дизайнери також обігрують в різноманітних тематиках. Та класичним варіантом залишається гра в кримінальному стилі із зображенням справжніх мафіозі. Прикладом є Настільна гра «Мафія (Bask)» (Див. Рис. 2.7, Рис. 2.8) [18].



Рис. 2.7 Приклад дизайну упаковки «Мафії» у класичному стилі [18]



Рис. 2.8 Приклад дизайну карт «Мафії» у класичному стилі [18]

Дана версія гри має дизайн з мінімалістичним зображенням ролей та їх підписом внизу картки. Такий вид зображення також схожий на знаки або ж іконки, що є однаковими для кожного персонажа ролі. Гра з таким дизайном є

простою для сприйняття і не змушує гравця витратити свій час на розглядання зображення. Але іншим варіантом є додавання повноцінних ілюстрацій для презентації персонажу. Такий спосіб застосовується або для ігор для гравців молодшого віку, щоб затримувати їх увагу на грі, або ж в лімітованих та особливих виданнях, коли гра має конкретну тематику і унікальних персонажів. Наприклад гра «Мафія» в стилі мультфільму «Сімсьони» [19] (Див. Рис. 2.9, Рис. 2.10), де для кожної ролі обрано персонажа з мультфільму, та крім підпису ролі і ілюстрації є ще підпис його імені.



Рис. 2.9 Дизайн упаковки «Мафії» в стилі мультфільму «Сімсьони» [19]



Рис. 2.10 Дизайн карток «Мафії» в стилі мультфільму «Сімсьони» [19]

Популярною тематикою стилю для гри мафія є інтерпретація злочинного світу в світ звірів. Наприклад «Котомафія» [20] (Див. Рис. 2.11, Рис. 2.12), що представляє зображення персонажів у стилізованому вигляді тварин.



Рис. 2.11 Дизайн упаковки «Котомафії» [20]



Рис. 2.12 Дизайн карток «Котомафії» [20]

Першочергово настільна гра мафія є картковою грою, та в неї також є ускладнені версії, де окрім карток з ролями додаються ще й поля гравців,

фішки, кубики, жетони та інші елементи, в залежності від механіки. Прикладом є «Мафія Вендетта» [21] (Див. Рис. 2.13).



Рис. 2.13 Набір гри «Мафії Вендетта» [21]

В таких більш ускладнених версіях ще яскравіше висвітлюється зручність використання іконок, як спрямовуючих знаків для гравця. В даній грі картки ролей зображуються іконками, але також наявні картки з персонажами, що показують собою ілюстрації з додатковим текстом про їх можливості. В правилах гри створено повноцінну навігацію з знаків, які в ній застосовуються, що спрощує та пришвидшує їх сприйняття гравцем.

Проаналізувавши приклади дизайну настільних ігор, розроблено класифікацію їх дизайнерських рішень (Див. Табл. 2.1).

Табл. 2.1 Систематизація дизайнерських рішень настільних ігор

Назва гри	«Мафія (Bask)»	«Мафія Сімсоні»	«Котомафія»	«Мафія Вендетта»
Загальний стиль	Стилізована мінімалісти	Мультиплікаційний стиль у	Реалістичні зображення котів зі	Оброблені під стилізацію фото предметів

зображень	чна графіка	2Д	стилізацією під персонажів мафії	і знаменитостей, мінімалістичний стиль позначок
Кольорова гама	Чорно-біла + жовтий, червоний і сірий	Кольорова гама мультфільму з основним жовтим кольором. Замість чорного використовується темно-фіолетовий	Темна сіро-коричнева гама, нагадує стиль «Нуар»	Чорно-червона гама + синій і білий
Належність до конкретної тематики/стилю	Класичний стиль мафії,	Тематика одноіменного мультсеріалу «Сімсони»	Класичний стиль мафії + стилізовані зображення котів, наближені до реалістичних	Класичний стиль мафії + використання стилізованих зображень знаменитостей у ролі мафії, мінімалістичні знаки навігації
Форма гри, набір ігрових елементів	Карткова, ігрові карти	Карткова, ігрові карти	Карткова, ігрові карти	Настільна, ігрові карти, планшети кравців, жетони, кубик
Матеріали	картон	картон	картон	Картон, пластик

2.2 Принципи графічного дизайну при створенні настільних ігор

За висновками попередніх досліджень було визначено, що настільні ігри є таким же повноцінним дизайн-продуктом як і брендовий стиль або ж рекламний плакат. Більше того, комплекс настільної гри може містити в собі багато вагомих та окремих елементів, що в інших продуктах можуть вважатись індивідуальною одиницею. Тому, при розробці настільної гри графічний дизайнер має поглиблено володіти знаннями про основні принципи та правила дизайну.

Більшість джерел дають чисельні списки принципів дизайну, але загалом всіх їх можна згрупувати у три основних групи:

1. Правила композиції
2. Теорія кольору
3. Типографія

Всі дизайн-константи базуються на знаннях цих наук, та інколи переплітаються між собою. Тим більше, працюючи над проектом, в особливості над настільною грою, дизайнер має застосовувати всі ці правила у своїй роботі, вмюючи грамотно комбінувати елементи зображення у фінальний продукт.

Першою в цьому списку наведено композицію, адже вона є основною логікою графічного зображення. Завдяки композиції можна досягти багатьох ефектів сприйняття глядачем зображення. Саме композиція визначає вид та простір графічного елементу та його значення в композиції на тлі.

Основною задачею композиції є визначити головний предмет на зображенні і виділити його, спрямовуючи увагу глядача різними способами. Для прикладу було розглянуто деякі з них:

1. Доречність. Доречність визначає функцію елементу в композиції. В розробці дизайну настільних ігор дуже важливо визначити основні елементи, що треба бачити споживачу, та акцентувати увагу саме на них

адже ніщо не має відволікати гравця від ігрового процесу, і навпаки, графіка на ігрових елементах має давати влучні підказки та відповіді на запитання, що можуть виникнути під час гри. Тому дизайнеру настільних ігор потрібно вміти організовувати інформацію в правильній та зручній формі та відмовлятися від застосування непотрібних, та безфункціональних зображень та блоків тексту.

2. Цілісність. Дуже тісно пов'язана з доречністю. Інколи їх принципи переплітаються, але не втрачають загальної ідеї. Цілісність як і доречність визначає головний та другорядний плани в композиції. А доречність - має за мету об'єднувати лише схожі за логікою елементи. Цілісності можна досягти завдяки багатьом інструментам дизайну, таким як колір, загальний стиль або шрифти. Правило цілісності є важливим для настільних ігор, бо зазвичай настільна гра хоч і є повноцінним продуктом, її візуальний стиль може належати до якоїсь епохи, всесвіту або художнього напрямку. Тому, розробляючи настільні ігри важливо враховувати їх тематику, та детально досліджувати особливості того чи іншого стилю, щоб гармонійно передати його в грі за рахунок зображень. Проводячи аналіз настільної гри «Зоомафія» було визначено, що основною проблемою дизайну є відсутність дотримання цих двох правил. Часто недосвідчені дизайнери використовують графіку різних стилів, або ж неправильно підбирають шрифти, чим порушують сприйняття глядачем продукту та занурення його в атмосферу конкретної гри.
3. Пропорції. Пропорції визначають вагомість того чи іншого графічного елемента. Завдяки пропорціям можна виокремлювати головні частини зображення, на які гравець має звернути увагу. Також пропорції допомагають додати зображенню настрою, а іноді гумору. Загалом пропорціями визначається загальний простір композиції, який можна облегшити або ж навпаки обтяжити, в залежності від ідеї та цілі. Більше того, пропорції відіграють важливу роль у втіленні настільної гри в

матеріалі. Верстка пакування, ігрового поля та елементів має бути продуманою до міліметрів, адже ергономіка настільної гри та зручність її друку є важливими. Гравець не має відчувати дискомфорту при використанні карток або ж інших елементів, що мають вміщатися йому в руки. Хоч відомі бренди і дозволяють собі відходити від цих рамок, створюючи, наприклад гігантські картки як в «UNO» (Див. Рис.14), дизайнеру не слід відходити від світових стандартів ігрових форматів.



Рис. 2.14 Гігантське «UNO»

(URL: <https://www.amazon.com/Adults-Family-Oversized-Customizable-Players/dp/B07Y98CFPB>)

4. Напрям. Було доведено, що мозок людини сприймає візуальну інформацію скануючи. Про це важливо пам'ятати створюючи інформативний дизайн, намагаючись спростити його, та виділити лише найважливіші заголовки і блоки. Але в настільних іграх, особливо в правилах до них, буває так що дизайнер не може виключити якусь інформацію. Тоді доводиться розробляти методи того, як якомога простіше донести суть до глядача. Інколи треба організувати інформацію в таблиці, а інколи в купу текстових блоків. Саме тоді дизайнеру треба продумувати те, як саме глядачу буде зручніше сканувати інформацію. Часто, в графічній роботі дизайнер сам спрямовує глядача, ведучи його

від точки А до точки Б. Не менш важливим є знання про специфіку аудиторії. Наприклад в європейській культурі текст зчитується зліва направо, а в деяких східних країнах навпаки - з права наліво. Також про напрям слід пам'ятати і при створенні графічних зображень, адже від того в яку сторону дивитися або іде герой, залежить загальний настрій і сенс композиції. Для прикладу розглянемо 2 композиції (Див. Рис. 2.15, 2.16). На першій (Див. Рис. 2.15) зображено корабель на прямокутному тлі. Його ніс спрямований на глядача, в праву сторону, і саме судно знаходиться ближче до лівого краю. Така композиція створює враження того що корабель тільки прибув, і в нього ще буде час побути в кадрі деякий час, поки йому доведеться пропливсти від лівого краю до правого. На другому зображенні (Див. Рис. 2.16) корабель знаходиться в тому ж самому положенні але розміщено його ближче до правого краю. За напрямком його носу можна зрозуміти що ще трохи і він має зникнути за кадром. Саме тому в композиції важливо враховувати напрямки візуальних ліній.



Рис. 2.15 Корабель запливає в кадр



Рис. 2.16 Корабель випливає з кадру

5. Контраст. Один з найяскравіших інструментів композиції. Він також, як і вищезгадані принципи, здатен направляти увагу на потрібні елементи. Досягти контрасту нескладно, але і з цим прийомом дизайнеру варто бути обережним. Буває як і колірний контраст, так і контраст форм або їх розмірів. Світло і текстура також можуть створювати контраст. У дизайні

настільних ігор використовується співвідношення контрасту усіх елементів. Наприклад напис має виділятися на фоні зображення, а зображення не має бути надто контрастним щоб привертати увагу на другорядний план. Підбір кольорів тексту є важливим аспектом адже це відповідальність за читабельність тексту. Інколи варто додатково досліджувати особливості сприйняття кольорів обраною аудиторією. Та навіть якщо гра розробляється для середньостатистичного гравця, колір фону та тексту на ньому мають пройти тест на контрастність. В особливості контраст застосовується в іграх, де команди грають один проти одного, адже візуально їх оформлення має різнитись і швидко зчитуватись зором. Наприклад часто можна зустріти настільні ігри де «червоні» грають проти «синіх», «світлі» проти «темних» (Див. Рис. 2.17).



Рис. 2.17 Настільна гра «Alias: чоловіки проти жінок»

(URL: https://kosmostor.com.ua/ua/p1796221158-nastolnaya-igra-alias.html?source=merchant_center)

6. Стриманість. Як говорив Джо Спарано - «Хороший дизайн видно одразу. Чудовий дизайн непомітний». Ця фраза характеризує основний принцип дизайну, що все має буди доречно і стримано. Більшість настільних ігор українського виробництва страждає відсутністю вільного місця в них.

Звісно, існують виключення, коли в грі зображення мають бути нагромаджені та змішані в одне ціле, наприклад як в книзі-квесті «П'єр і місто лабіринтів. У пошуках викраденого Каменя» (Див. Рис. 2.18), але за останніми тенденціями світова продукція направлена на мінімалізм, чого варто дотримуватись і в настільних іграх. Навіть якщо задачею є показати зображення з великою кількістю деталей в ньому, при роботі варто звертатись до вищезгаданих правил дизайну.

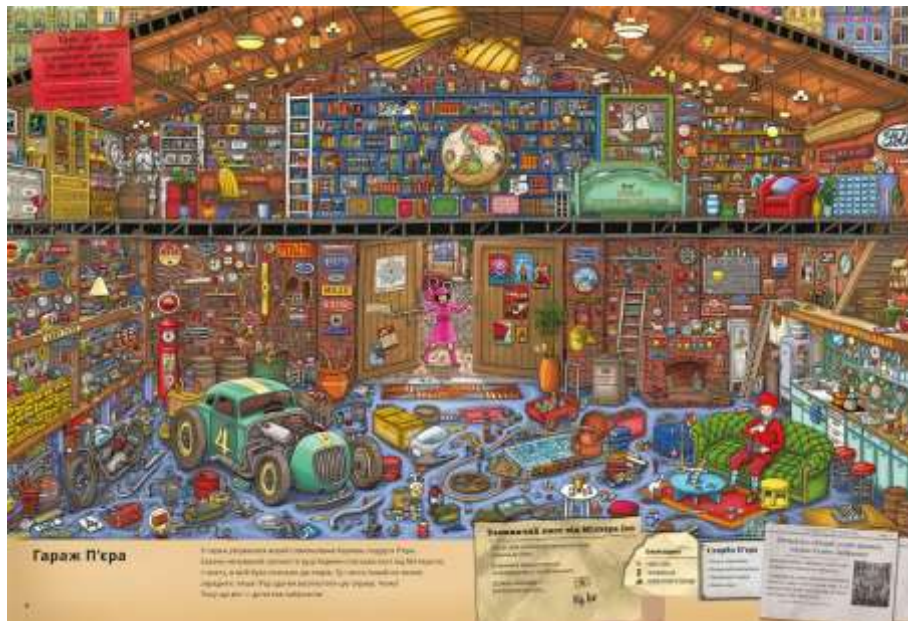


Рис. 2.18 Розворот з книги «П'єр і місто лабіринтів. У пошуках викраденого Каменя»

(URL: https://www.yakaboo.ua/ua/p-er-i-misto-labirintiv-u-poshukah-vikradenogo-kamenja.html?gad_source=1&gclid=CjwKCAjwupGyBhBBEiwA0UcqaJiMqqJQQMDX04ivb8SKr9q3r4yAUh_OWy-vBAWnFx6ZfJb3ChE8khoCLtgQAvD_BwE)

7. Ритм. Ритм наповнює композицію закономірністю. Завдяки ньому можна створити потрібний напрямок, направити увагу глядача або ж просто привернути його увагу до продукту. Ритм відіграє важливу роль в постановці зображень, він наповнює їх певною емоційністю. Зазвичай ритм це поступове чергування елементів та інтервалів між ними. Загалом розділяють три види ритму:

- Регулярний - ритм, в якому елементи та інтервали між ними однакового розміру.
- Плавний - ритм, що створює враження руху за певним напрямком, і також виглядає органічно, часто зустрічається в природі.
- Поступовий (прогресивний) - ритм в якому елементи мають постійний інтервал, але сам їх вигляд може варіюватись, наприклад від більшого до меншого, або ж від світлого до темного.

Ритм є важливою складовою дизайну настільних ігор та навіть ігрового процесу. Ігрове поле проєктується за певною логікою повторюваних елементів у ньому, а інколи і самою ціллю або правилом гри збереження ритму розкладання ігрових фішок.

8. Симетрія та асиметрія. Основний принцип симетрії закладається в тому, що в посередині композиції або елементу проводиться вертикальна вісь і тоді порівнюється те чи співпадає форма або вага зображення по обидва боки. Симетрія додає балансу в композицію, а асиметрія навпаки його рушить, чим посилює виразність та емоційний вплив зображення.

Дизайнер настільних ігор також має розумітись в значенні кольорів та вміти їх використовувати так, щоб створити бажану атмосферу гри, відтворити певний стиль або ж історичних проміжок. Всього цього можна досягти за допомогою кольору. При розробці гри дизайнер має знати для кого саме ця гра, а потім, на основі цього визначати кольори, адже їх значення і вплив може різнитись для різних культур і навіть вікових груп. Для прикладу розглянемо тлумачення основних кольорів для різних категорій глядачів:

- Білий колір у європейській культурі асоціюється з чистотою, невинністю та урочистістю, тоді як у східних культурах він символізує траур, печаль та хвороби. У світлі цього багато осіб з Китаю, Індії та Японії не

розуміють вибору європейцями білого кольору сукні під час радісної події, як весілля.

– Чорний колір на Сході сприймається позитивно, символізуючи кохання, щасливий шлюб, сімейне щастя, здоровий сон та спокій, хоча в Америці та Європі він вважається траурним, що символізує зло, скорботу та смерть.

– Червоний колір для східних народів є символом кохання, возвеличених почуттів, народження та життя, тоді як у Франції він є кольором аристократів. У зв'язку з цим можливе здивування єгиптян, для яких червоний асоціюється із трауром. Крім того, червоний колір у Японії та Сполучених Штатах може символізувати небезпеку та терористичну загрозу, що неприйнятно для китайців, які сприймають його як колір щастя.

– Жовтий колір у Сполучених Штатах уособлює боягузтво та легкодухість, однак у китайців, індійців та японців він сприймається як позитивний, асоціюючись із сонцем та золотом.

– Зелений колір у Сполучених Штатах символізує безпеку, в той час як у Франції він пов'язується із злочинністю.

– Ставлення до синього кольору також різне в різних культурах. У Китаї він асоціюється з нещастям, однак також сприймається як символ безсмертя та духовності. В Японії синій колір сприймається як колір спокою та гармонії, у той час як в Україні має подвійне значення, символізуючи як чесність та добру славу, так і траур та смерть.

Не менш вагомим є значення не тільки кольору а і його відтінку або тону. Не слід брати в роботі прості кольори з базової палітри. В залежності від ідеї композиції, дизайнеру треба визначатись з відтінком кольору, його теплотою або ж яскравістю, збираючи всі кольори зображення в одне гармонійне ціле.

Зазвичай в настільних іграх використовується багато кольорів, і задачею графічного дизайнера є підбір кольорової гами, їх тонів та яскравості. Існує кілька типів колірних схем, які використовуються дизайнерами для створення

гармонійних комбінацій кольорів, що базуються на відносинах між кольорами на колірному колі. Ось п'ять основних типів колірних схем (Див. Рис.2.19):

1. Монохромна: Ця схема використовує різні відтінки, тони і насиченість одного основного кольору. Робота з цією схемою є і складною і простою одночасно, адже наче ти працюєш з одним кольором, але є ризик того що гама стане одноманітною, в наслідок неправильної роботи з тоном.

2. Комплементарна: Базується на двох кольорах, які знаходяться на протилежних полюсах колірного кола. Ці схеми можуть бути дуже контрастними та виразними.

3. Аналогова: Включає три кольори, що розташовані поруч один з одним на колірному колі. Вони надають відчуття цілісності без монотонності.

4. Триадична: Використовує три кольори, розташовані на рівносторонньому трикутнику на колірному колі, створюючи різноманітну та збалансовану схему.

5. Тетрадна: Включає чотири кольори, розташовані на однаковій відстані один від одного на колірному колі, що може утворювати квадрат або прямокутник.



Рис. 2.19 Колірне коло та приклади схем

(URL: <https://www.istockphoto.com/uk/векторні-зображення/колірне-колесо-колірні-схеми-та-палітра-rgb-та-смык-gm861575916-142702009>)

Важливо зазначити, що колір грає важливу роль і в правилах гри, де потрібно чітко розставити акценти для гравця. В таких випадках треба також звертатись і до знань про знаки, адже саме завдяки ним можна оптимізувати простір композиції, та спрямувати увагу глядача. На основі цих знань зазвичай дизайнер створює унікальну знакову систему для конкретної гри, підлаштовуючи зображення іконок під ігровий загальний стиль.

Ще одною опорою в знаннях дизайнера є основи типографії. Типографія включає в себе правила оформлення тексту на друкованих продуктах, це мистецтво використання букв та символів. Основною метою типографії є забезпечення зручного читання споживачу. Знання в цій науці розділяють на декілька категорій:

- дизайн шрифту;
- параметри набору;
- вибір шрифтів та їх розмірів;
- визначення інтервалів між рядками та вирівнювання тексту;
- використання відступів та інших елементів.

Типографія працює зі шрифтами, що об'єднуються у групи за схожістю - гарнітури. Таким чином дизайнер може використовувати різні шрифти, виставляючи акценти у тексті, але з однієї гарнітури, що не буде сильно розділяти текст між собою за стилем.

Гарнітури бувають різними, і кожна з них унікальна по своєму та обирається в дизайн в залежності від того якої стилістики хоче притримуватись дизайнер та якої реакції від глядача він хоче досягти. Розрізняють такі види гарнітури:

- з засічками або антиква (serif): Times New Roman, Garamond;
- без засічок або гротески (sans serif): Helvetica, Roboto, Arial;
- рукописні (handwritten): Futura Now, Fabiola;

- декоративні або акцидентні: Postertoaster;
- брускові (slab serif): Nexa Slab, Sentinel;
- моноширинні (monospace): Roboto Mono, Source Code Pro.

Щоб вибудувати ієрархію шрифтів графічний дизайнер змінює їх жирність, нарис, та розмір - кегль. В типографії настільних ігор, так само як і в типографії сайтів, текст може ділитись на заголовки, підзаголовки, основний та другорядний текст. Також в це число можуть додатись текст підказок або ж особливі набори шрифтів для окремих елементів гри. Тому дизайнеру при розробці гри важливо розробити чітку ієрархію, в якій не заплутається ні він, ні гравець.

При організації тексту також звертається увага не тільки на шрифт та кегль. Важливими також є інтерліньяж - відстань між рядками, міжлітерний та міжсимвольні інтервали, класифікація набору, вирівнювання стосовно тла і довжина рядка. Всім цим параметрам слід приділити увагу, в особливості вирівнюванню, що краще всього виставляти по лівій стороні, і довжині рядка, бо зазвичай людина не здатна сприймати великі масиви тексту в форматі довгих рядків. Тим більше в настільних іграх інформація має бути згрупованою компактно, щоб гравцеві не доводилось витрачати час на читання одного довгого рядка, що простягатиметься через усе метрове поле, звісно, якщо в цьому нема особливого задуму.

Висновки до розділу 2

Отже, в результаті проведеного аналізу аналогів, було визначено основні стилістичні напрямки дизайну настільних ігор «Мафія», їх закономірні якості і спільні ознаки, по яким визначається особливість гри і її приналежність до тої чи іншої стилістики.

Також було виявлено, що гра «Мафія» має чіткий асоціативний зв'язок з символікою мафії. В дизайні проаналізованих аналогів переважають темні

контрастні кольори та чіткі образи персонажів з спільними особливостями (наприклад ролі мафії притаманна наявність капелюха). Звісно, в залежності від приналежності до конкретної тематики, стилістика зображень різниться, адже має різну ціль і аудиторію, але в кожному з аналогів є спільні впізнавані образи, що допомагають глядачу сприймати інформацію з зображення швидко та зрозуміло.

Було розглянуто основні принципи дизайну, їх визначення та правила, що будуть застосовані при розробці графічної частини роботи.

РОЗДІЛ 3

РОЗРОБКА РЕДИЗАЙНУ ТА СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОГО КОМПЛЕКСУ ДО НАСТІЛЬНОЇ ГРИ «ЗООМАФІЯ»

3.1 Дизайн-аналіз настільної гри «Зоомафія»

Об'єктом редизайну для Кваліфікаційної роботи було обрано настільну гру «Зоомафія» [22] від видавництва «Ранок», що розрахована на гру 7-16 гравців віком від 8 до 99 років.

Набір гри містить у собі: коробку; 16 карт-підказок для ведучого; 7 карт мирних жителів; 4 карти поліцейських; 4 карти знаменитостей; 4 карти злочинців; 1 карта ведучого; правила гри.

Розглядаючи коробку пакування гри «Зоомафія» (Див. Рис. 3.1) можна побачити, що основними є два кольори: зелений та синій. Сам логотип назви гри виконано у золотистому кольорі на зелено-синьому тлі, що розподіляє слово «Зоомафія» на дві частини. На лицьовій частині коробки зображено декілька персонажів з гри, логотип та приклади гральних карт. На зворотній стороні коробки (Див. Рис. 3.2) написано короткий опис гри та більш детально зображено вміст коробки. У дизайні використано поєднання з декількох шрифтів: заокруглений з засічками, товстий без засічок, звичайний без засічок.



Рис. 3.1 Дизайн лицьової сторони упаковки «Зоомафії» [22]



Рис. 3.2 Дизайн зворотньої сторони упаковки «Зоомафії» [22]

Логотип гри зображений не тільки на коробці, а і на гральних картах. Є два типи сорочок карт (Див. Рис. 3.3): для карт ролей гравців (жовті) і для карт-підказок ведучого (зелено-сині). На лицьовій стороні картки гравця (Див. Рис. 3.4) зображено персонажа гри та підписано його роль і основні властивості. Картки-підказки ведучого схожі на звичайні карти гравців, але з більш детальним описом можливостей персонажу (Див. Рис. 3.5). Самі зображення виконані в змішаній техніці, з використанням оброблених фотографій. На деяких з карток можна помітити неоднорідність зображень, місцями елементи виглядають чужими і не комбінуються з загальним стилем дизайну гри. Є випадки коли видно пікселі растрового зображення.



Рис. 3.3 Зображення дизайну усіх елементів гри «Зоомафії» [22]



Рис. 3.4 Дизайн лицьової сторони карт гравців «Зоомафії» [22]



Рис. 3.5 Дизайн лицьової сторони карт-підказок ведучого «Зоомафії» [22]

3.2 Розробка нової концепції продукту, та його структури

Проаналізувавши структуру і логіку наявної гри «Зоомафія», було переглянуто її правила і створено нові, на основі класичних правил гри в «Мафію». Поясненням до зміни правил є те, що гра «Зоомафія» містила незбалансовані правила і ролі гравців, які не підпорядковувались загальній логіці і були незрозумілими. Настільна гра має містити зрозумілі і чіткі правила, щоб в неї було комфортно швидко грати гравцям будь-якого віку. В наслідок зміни правил і логіки, було переглянуто і змінено вміст гри. Для прикладу наведено таблицю з кількістю гравців і карт до змін (Див. Рис. 3.6) і таблицю після змін (Див. Табл. 3.1).

Таблиця з кількістю гравців і карт					
Число гравців	Ведучий	Мирні мешканці	Знаменитості	Поліція	Злочинці
7	1	3	0	1	2
8	1	4	0	1	2
9	1	4	1	1	2
10	1	4	1	1	3
11	1	5	1	1	3
12	1	6	1	1	3
13	1	5	2	1	4
14	1	6	2	1	4
15	1	7	2	1	4
16	1	7	3	1	4

Рис. 3.6 Таблиця з кількістю гравців і карт до змін

Число гравців	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
Ведучий	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Мирні мешканці	3	3	3	3	3	3	3	4	5	6	6
Лікар	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Знаменитість	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Дон мафії	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Мафія	1	1	1	1	2	2	2	3	3	3	3
Шериф	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
Поліція	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	2
Маніак	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1

Табл. 3.1 Таблиця з кількістю гравців і карт після змін

В результаті було узгоджено наповнення нової гри в такому складі:

- коробка;
- 6 карт мирних мешканців;
- 1 карта лікаря; 1 карта знаменитості;
- 1 карта дона мафії;
- 3 карти мафії;
- 1 карта шерифа;
- 2 карти поліцейських;
- 1 карта маніяка;
- 1 карта ведучого;
- 1 карта-таблиця з кількістю гравців і карт;
- правила гри.

3.3 Робота над редизайном до настільної гри «Зоомафія» і аргументація обраних візуальних рішень для макетів

Основою кожного дизайн-проекту є брендний знак, тобто логотип. З нього і було розпочато роботу над графічною частиною Кваліфікаційної роботи. На етапі ескізування було розроблено три концепції знаку (Див. Рис. 3.7). 1 – стилізоване зображення силуету одного з учасників мафії; 2 – логотип

у вигляді звірячої лапки, де форма подушечки змінена під форму капелюху, що характерна образу мафії + підпис; 3 – слово-образ з логотипом всередині нього, де в слові «Зоомафія» буква «м» замінена лапкою, в якій подушечка нагадує своєю формою саму букву. Після цього кожен було відмальовано у векторній програмі Adobe Illustrator і підібрано шрифти (Див. Рис. 3.8). Для подальшої роботи було обрано другий варіант, де подушечка лапки видозмінена на капелюх.



Рис. 3.7 Ескізи до логотипу



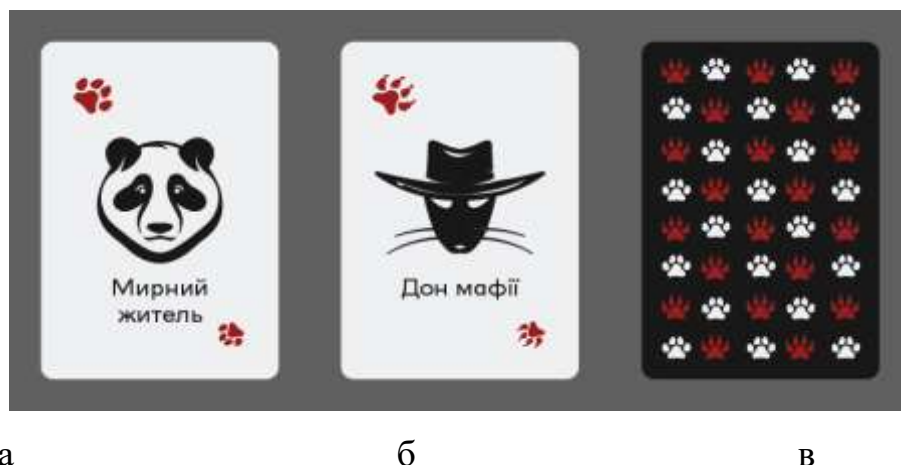
Рис. 3.8 Відмальовані ескізи в Adobe Illustrator

Наступним етапом розробки був пошук і підбір кольорів, а також композиційних рішень для дизайну вигляду ігрових карт. (Див. Рис. 3.9).



Рис. 3.9 Етап розробки дизайну карт

Остаточним варіантом карт було обрано мінімалістичний дизайн в класичних чорно-біло-червоних кольорах (Див. Рис. 3.10), що є символічними для теми мафії. На лицьовій частині карт ролей зображено силует персонажу на світлому фоні (#eecedee), що виконано в техніці залитої форми. Під ним є напис, набраний шрифтом NAMU(1990), що позначає роль персонажа. Додатковим знаком ролі персонажа є зображення лапок у двох кутах карти: для мирних ролей вони мають вигляд м'яких лапок без кігтів, а для злочинних – з кігтями. На сорочці карти, залитій темним кольором в значенні #191919, розміщено шаховий паттерн з двох типів лапок темно-червоного (#9c1c1f) та білого кольорів.



а

б

в

Рис. 3.10 Остаточний варіант вигляду карт: а – картка мирних ролей; б – картка злочинних ролей; в – сорочка картки для всіх типів карт

Розроблений дизайн є оптимальним рішенням для такої карткової гри. Застосування мінімалістичних знаків, схожих на іконки, спрощує сприйняття інформації глядачем і не відволікає потім його під час гри, адже більшість часу у грі «Мафія», гравці тримають свої картки ролей на столі, перевернуті сорочкою догори. Тому надмірна деталізованість не має сенсу, і навпаки буде зповільнювати сприйняття гравцем своєї ролі.

Макет дизайну пакування (Див. Рис. 3.11, більш детально див. у Додатку Б) складеться з лицьової сторони, де зображено крупний логотип, під яким стилістичне зображення слідів кігтів, уточнення виду гри і інформація щодо кількості гравців, вікової категорії і швидкості часу гри. На одній з бокових сторін написано інформацію щодо наповнення коробки, а на іншій – логотип видавництва і знаки попередження і матеріалу. На зворотній стороні коробки наведено технічну інформацію та штрих-код.



Рис. 3.11 Розгортка упаковки настільної гри

Також стриманий дизайн привертатиме увагу більш дорослих гравців (Див. Рис. 3.12, Рис. 3,13, більш детально див. у Додатку Б), адже «Зоомафія» є

не тільки грою для дітей. Чіткий дизайн викликає зацікавленість дорослої людини в грі, і навіть якщо вона не активний гравець, варіант придбати гру для своєї колекції їй також може підійти.



Рис. 3.12 Презентація вигляду
гральних карт у матеріалі



Рис. 3.13 Презентація вигляду
карт і упаковки у матеріалі

Наступним етапом після розробки основного стилю вигляду карток гри є подальша розробка дизайну для кожної з наявних карт. З попереднього дизайну було винесено концепцію зображення на кожній картці унікального мінімалістичного образу персонажа гри. Спочатку було визначено яку тварину відносити до якої ролі, а потім, після збору дошки референсів (Див. Рис. 3.14) було відмальовано ескізні варіанти зображень тварин до кожної ролі (Див. Рис. 3.15, 3.16).



Рис. 3.14 Демонстрація обсягу відібраних референсів



Рис. 3.15, 3.16 Ескізи зображень тварин

Після узгодження, кожен з ескізів було втілено у векторному форматі в програмі Adobe Illustrator вже за обраним стилем та принципом застосування ефекту відзеркалення (mirror) половини рисунку для створення симетричного зображення (Див. Рис. 3.17) і розміщено в макеті карток (Див. Рис. 3.18, більш детально див. у Додатку Б).



Рис. 3.17 Відмальовані персонажі у векторному форматі



Рис. 3.18 Макети усіх ігрових карток

Також одним з основних головних елементів настільної гри є правила до неї. Вони мають бути оформлені в зручній для гравця формі та містити стисле і зрозуміле зведення правил гри, а візуальний стиль має наслідувати загальний образ фірмового стилю настільної гри. При розробці нових правил було проаналізовано старий формат, і нову механіку гри. Текст правил було протестовано на незалежних гравцях, для отримання зворотнього зв'язку щодо їх зрозумілості і зручності. У новому комплексі гри «Зоомафія» правила представляються у вигляді флаера по розміру упаковки, що складається у 4 рази (Див. Рис. 3.19, більш детально див. у Додатку Б). При його створенні було застосовано основні правила типографіки, зокрема розставляння акценту за рахунок зміни товщини шрифту, а також рівняння тексту по лівому краю. Кожну сторінку правил пронумеровано.



Рис. 3.19 Правила до настільної гри «Зоомафія», презентація в матеріалі

У випадку «Зоомафії» додатковим елементом також є таблиця з кількістю гравців і карт, було прийнято рішення залишити концепцію, що була в минулій версії гри, і показати цю таблицю окремим елементом гри - карткою. Для зручності, дизайн цієї картки відрізняється від інших кольором, а саме, його зображено в інверсійному форматі сорочки карти (Див. Рис. 3.20, більш детально див. у Додатку Б).



Рис. 3.20 Таблиця з кількістю гравців і карт, презентація в матеріалі

Наступним кроком в розробці комплексу до гри є дизайн рекламних плакатів до неї, адже настільна гра є продуктом, що потрібно продати, і найзручнішим варіантом реклами є плакат, що зображає сам продукт, його головну ідею та унікальність. Було створено 5 рекламних постерів з різною ідеєю, які об'єднував єдиний художній стиль, кольорова гама, шрифти, та візуальні прийоми. На першому плакаті (Див. Рис. 3.21, більш детально див. у Додатку Б) зображено лапки тварин, що тягнуться до нової упаковки гри, визиваючи в глядача зацікавленість та бажання також долучитись до нового формату гри в мафію. Наступний плакат (Див. Рис. 3.22, більш детально див. у Додатку Б) також є предметним, і зображує вже відкриту упаковку гри і карти, що вилітають з неї. Зображення доповнене влучним гаслом, що також привертає увагу нового гравця. В усіх плакатах використовується змішана техніка застосування як векторних так і растрових зображень. Наступні три плакати (Див. Рис. 3.23, 3.24, 3.25, більш детально див. у Додатку Б) більше відображають ідеологію гри та її атмосферу, запрошуючи глядача поринути в компанію гравців зі своєю історією.



Рис. 3.21 Плакат 1



Рис. 3.22 Плакат 2



Рис. 3.23 Плакат 3

Рис. 3.24 Плакат 4

Рис. 3.25 Плакат 5

Важливою складовою фірмового стилю є сувенірна продукція. Вона має якомога влучніше відобразити бренд і радувати одержувачів своєю практичністю у тому числі. При розробці дизайнів для сувенірної продукції постало питання того що саме варто включати в перелік сувенірки до настільної гри, адже візитівки і діловий папір не те щоб був потрібним для гравців.

Після проведених досліджень було виведено найбільш логічний список подарунків, яким би зрадив гравець настільної гри «Зоомафія». Першою в списку іде маска для сну (Див. Рис. 3.26, більш детально див. у Додатку Б), що може використовуватись як і під час гри, так і поза грою, в особистих цілях власника. Цей атрибут є практичним під час гри, а особливо у фазу ночі, коли гравцям не бажано бачити один одного. На масці зображено логотип та лапки, що наче закривають очі гравця.



Рис. 3.26 Маска для сну

Не менш важливим у грі є записник, що послужить гарним помічником ведучому (Див. Рис. 3.27, більш детально див. у Додатку Б) у ньому він може нотувати основні моменти під час гри, або ж писати повідомлення, які не висловити вголос, іншим гравцям.



Рис. 3.27 Блокнот-помічник ведучого

Бейджики є ще одним, хоч не обов'язковим, але корисним атрибутом для гри (Див. Рис. 3.28, більш детально див. у Додатку Б). На них можна вказати ім'я гравця, що є практичним, якщо в гру грає команда незнайомих, або ж номер гравця, що також може допомогти ведучому слідкувати за ходом гри і швидше нотувати в блокноті. В бейджах було розроблено зворотню сторону, на якій вказується що даний гравець покинув гру. Такий прийом є практичним, адже коли гравець покидає гру, він не має права голосувати. У великих компаніях ведучий може не вгледіти за гравцем і тому бейджик може стати хорошим знаком як для ведучого, так і для інших гравців, зокрема мафії чи поліції.



Рис. 3.28 Бейджики

Мафія є класичною грою з купою поціновувачів. Вона має власну естетику та стиль, який хочеться наслідувати. Так само і в «Зоомафії». Щоб придати елітності та атмосферності грі, гравці влаштовують тематичні вечори, вбираючись як справжні мафіозі. Для такого випадку в комплексі настільної гри «Зоомафія» є персональні запрошення (Див. Рис. 3.29, більш детально див. у Додатку Б), де можна вказати і'мя запрошеного гравця та місце і час проведення гри.



Рис. 3.29 Персональне запрошення на гру

Серед дрібних елементів сувенірної продукції у візуальному комплексі настільної гри «Зоомафія» є значки та стікери (Див. Рис. 3.30, 3.31, більш детально див. у Додатку Б), що стануть приємним бонусом для будь-кого.



Рис. 3.30 Значок

Рис. 3.31 Стікери

Висновки до розділу 3

Отже, провівши аналіз аналогів та попереднього дизайну настільної психологічної гри «Зоомафія» спочатку було впроваджено зміни у внутрішню механіку гри на основі загально відомих правил і принципів.

Наступним кроком було розроблено брендову сторону гри, в особливості було розроблено новий унікальний логотип, що підкреслює загальну унікальну стилістику гри та її приналежність до образу тематики мафії, за прикладом проаналізованих аналогів.

Після розробки фірмового знаку було продовжено роботу над брендовою айдентикою, в особливості було зосереджено увагу на рекламних плакатах (5 штук) та сувенірній продукції яка б гармонійно вписалась як у саму так і в її стиль.

У висновку було створено повноцінну настільну гру з усіма її елементами та додатковою брендовою і рекламною продукцією.

ВИСНОВКИ

1. В результаті проведених досліджень було визначено, що настільні ігри є актуальним продуктом на ринку розваг, зокрема в Україні, і варті уваги дизайнера. Зазвичай покупець звертає увагу не тільки на ідею гри. Переважну частину враження справляє візуальна концепція, унікальність та новизна упаковки, тому виробникам вигідно звертатись до дизайнерів задля створення візуального комплексу до ігор або ж для оновлення їх зовнішнього виду (редизайну).

2. Встановлено, що настільні ігри беруть свій початок ще до нашої ери, адже первісні люди вже мали свої види розваг такі як «Кості». Ігри розвивались разом з історією людства, в кожному регіоні по-своєму, зберігаючи в собі ідеології або основні події того часу. Наприклад у певний період історії набули популярності стратегічні настільні ігри, що імітували польові битви та війни. А в період технічного прогресу та розквіту капіталізму з'явилась одна з найпопулярніших ігор «Монополія».

3. При розгляді основних термінів було визначено узагальнене визначення настільної гри, а також методи її класифікації. Загалом було виділено 15 видів настільних ігор за різними критеріями та проаналізовано приклади за кожним видом.

4. Вивчено історію виникнення настільної психологічної гри «Мафія», бо саме її було обрано для графічної частини проєкту. Визначившись з поняттям про цю гру та її історією, було розглянуто аналоговий ряд та створено таблицю з основними принципами візуальних стилів та особливостей аналогів гри «Мафія».

5. Проаналізовано дизайн настільної гри «Зоомафія» від видавництва «Ранок». Саме цю гру було обрано для редизайну адже в її візуальному комплексі було порушено багато принципів дизайну, композиції та

кольорознавства, що впливало на сприйняття глядачем продукту та на його рішення придбання гри.

6. На основі проведених досліджень створено дизайн нового рекламного графічного комплексу до гри «Зоомафія». У ході графічної розробки було створено основні елементи брендового комплексу до гри та самі елементи гри, включаючи пакування. Особливу увагу було зосереджено на створенні рекламних плакатів та сувенірної продукції.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Рейтинг настільних ігор – Топ 20 цікавих варіантів на 2021. ITBox - інтернет-магазин електроніки та комп'ютерної техніки. URL: <https://www.itbox.ua/ua/blog/Reyting-nastilnih-igor--Top-20-cikavih-variantiv-na-2021/>.
2. Особливості розвитку ринку настільних ігор в Україні: локалізація, вартість та конкуренція. Suspilne.media/culture. URL: <https://suspilne.media/136653-osoblivosti-rozvitku-rinku-nastilnih-igor-v-ukraini-lokalizacia-vartist-ta-konkurencia/>.
3. Редакція Т. ТОП 10 настільних ігор: популярні настілки в Україні. ТСН.ua. URL: <https://tsn.ua/ukrayina/top-10-nastilnih-igor-populyarni-nastilki-v-ukrayini-2158420.html>.
4. Учасники проєктів Вікімедіа. Настільна гра – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Настільна_гра.
5. Які бувають настільні ігри. Настільні ігри для дітей. Настільні ігри для двох. Головоломка. Настільні ігри для всієї родини. Загадка. Настільні ігри з дерева. Стратегія. osvito.com. URL: <https://www.osvito.com/news/6-yaki-buvayut-nastilni-igri-nastilni-igri-dlya-ditey-nastilni-igri-dlya-dvoh-golovolomka-nastilni-igri-dlya-vsieyi-rodini-zagadka-nastilni-igri-z-dereva-strategiya>.
6. Які Бувають Настільні Ігри - Краща Класифікація (2021). Nosorog.net.ua – дитячий інтернет-магазин в Україні: купити товари для дітей дешево – nosorog.net.ua. URL: https://nosorog.net.ua/uk/smartblog/183_yaki-buvayut-nastilni-ihry.html.
7. Board Game Categories & Types of Tabletop Game. GameCows. URL: <https://gamecows.com/types-of-board-games/>.
8. Що таке психологічні ігри?. Консалтингова група Сім Променів. URL: <https://7promeniv.com.ua/psy-igry>.

9. Peter Attia. The Full History of Board Games. Medium.com. URL: <https://medium.com/@peterattia/the-full-history-of-board-games-5e622811ce89>
10. Учасники проєктів Вікімедіа. Сенет – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Сенет>.
11. Учасники проєктів Вікімедіа. Королівська гра Ура – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Королівська_гра_Ура.
12. Учасники проєктів Вікімедіа. Латрункулі – Вікіпедія. Вікіпедія. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/Латрункулі>.
13. Історія настільних ігор. Найбільш значимі ігри XX століття | інтернет магазин Geekach Shop. Настільні ігри | Купити настільну гру в Україні, Києві за низькою ціною | інтернет магазин Geekach Shop. URL: <https://geekach.com.ua/istoriya-nastolnykh-igr-samy-znachimye-igry-khkh-veka/>.
14. Адміністратор. Гра "Мафія". Довідка. Механіко-математичний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка. URL: <http://www.mmf.lnu.edu.ua/le/ta/322>.
15. First European chessmen. History of Chess: chesspage of JL Cazaux. URL: <http://history.chess.free.fr/first-european.htm>.
16. Історія шахів: де вперше з'явилася гра і як вона трансформувалася з часом. 24 Канал. URL: https://fun.24tv.ua/istoriya-viniknennya-gri-shahi-ostanninovini_n1585828.
17. Карти гральні Waddingtons Number 1 – World of Harry Potter / Ваддінгтонс Номер 1 – Світ Гаррі Поттера. URL: <https://desktopgames.com.ua/ua/waddingtons-number-1-world-of-harry-potter.html>.
18. Настільна гра Мафія. Інтернет-магазин настільних ігор Іграріум. URL: <https://igrarium.com.ua/mafija>.
19. Настільна гра Mafia: The Simpsons / Мафія: Сімпсони купити за низькою ціною у Києві, Харкові, Дніпрі, Одесі, Львові, Запоріжжі, Україні | інтернет

магазин Ігромаг (Igromag). Ігромаг. URL: <https://desktopgames.com.ua/ua/mafia-the-simpsons.html>.

20. Котомафія. Настільні ігри | Купити настільну гру в Україні, Києві за низькою ціною | інтернет магазин Geekach Shop. URL: <https://geekach.com.ua/kotomafiya/>.

21. Настільна гра Danko Toys MAFIA Vendetta Мафія Вендетта. Kindly Tech: Зроби Життя Простіше. URL: <https://kindlytech.com.ua/ua/nastolnaya-igra-danko-toys-mafia-vendetta-mafiya-vendetta/>.

22. Настільна гра. Зоомафія (українською мовою) - Книжковий інтернет-магазин Ранок. Видавництво Ранок - це якісні книжки для всебічного розвитку дітей та дорослих. URL: <https://www.ranok.com.ua/info-nastilna-gra-zoomafiya-26813.html>

[gad_source=1&gclid=CjwKCAiAopuvBhBCEiwAm8jaMb0IEhD7dyO1cnHYDtu9XeuElw6R21GLSJ3DXbF9646CrNWbITj68hoCAM0QAvD_BwE](https://www.ranok.com.ua/info-nastilna-gra-zoomafiya-26813.html)

23. Board Game Popularity Statistics [Fresh Research] • Gitnux. GITNUX. URL: <https://gitnux.org/board-game-popularity-statistics/>.

24. Peiser J. We're in a golden age of board games. It might be here to stay. Washington Post. URL: <https://www.washingtonpost.com/business/2022/12/24/board-game-popularity/>.

25. Настільні ігри під час карантину. Ігромаг. URL: <https://desktopgames.com.ua/ua/article/board-games-for-quarantine.html>.

26. Історія настільних ігор: якою була перша / найдавніша настільна гра?. GameCows. URL: <https://gamecows.com/uk/історія-настільних-ігор>

27. Коротка історія настільних ігор. nastolka.com.ua. URL: <https://nastolka.com.ua/uk/news/kratkaya-istoriya-nastolnyh-igr>.

28. Найкращі класичні настільні ігри. URL: <https://nastolka.com.ua/uk/luchshie-klassicheskie-nastolnye-igry>

29. Three Unique Ukrainian Games · Ukraine travel blog. Ukraine travel guide with photos and pictures. URL: <https://ukrainetrek.com/blog/entertainment/three-unique-ukrainian-games/>
30. Мафія: коли доля секунди вирішує все. Varosh. URL: <https://varosh.com.ua/idei/mafija-koli-dolya-sekundi-virishu-vse/>
31. Найкращі класичні настільні ігри. nastolka.com.ua. URL: <https://nastolka.com.ua/uk/luchshie-klassicheskie-nastolnye-igry> .
32. Настільні ігри оптом: купити дитячі настільні ігри недорого | Strat...
Виробник дитячих іграшок в Одесі та Україні Strateg: купити іграшки оптом.
URL: https://strateg.ua/nastilni_igry/serii-igr/mafija .
33. Які Бувають Настільні Ігри - Краща Класифікація (2021). Nosorog.net.ua.
URL: https://nosorog.net.ua/uk/smartblog/183_yaki-buvayut-nastilni-ihry.html.
34. Типи категорій настільних ігор. GameCows. URL: <https://gamecows.com/uk/види-настільних-ігор/> .
35. Чим корисні настільні ігри? | інтернет магазин Geekach Shop. Настільні ігри | інтернет магазин Geekach Shop. URL: <https://geekach.com.ua/chem-polezny-nastolnye-igry/> .
36. Які бувають настільні ігри. Настільні ігри для дітей. Настільні ігри для двох. Головоломка. Настільні ігри для всієї родини. Загадка. Настільні ігри з дерева. Стратегія. osvito.com. URL: <https://www.osvito.com/news/6-yaki-buvayut-nastilni-igri-nastilni-igri-dlya-ditey-nastilni-igri-dlya-dvoh-golovolomka-nastilni-igri-dlya-vsieyi-rodini-zagadka-nastilni-igri-z-dereva-strategiya> .
37. Contributors to Wikimedia projects. Board game - Wikipedia. Wikipedia, the free encyclopedia. URL: https://en.wikipedia.org/wiki/Board_game .
38. Lorenzi R. Oldest known gaming tokens dug up in Bronze Age Turkish graves. NBC News. URL: <https://www.nbcnews.com/sciencemain/oldest-known-gaming-tokens-dug-bronze-age-turkish-graves-6c10920354> .

39. Подлевський С., Копинець Л. Електронний архів КНУТД: Особливості дизайну настільної гри "Мафія". Електронний архів КНУТД: Головна сторінка. URL: <https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/24714> .
40. Kolosnichenko M., Gula Ye., Pashkevych K., Krotova T., Yakovlev M., Kolosnichenko O., Kolisnyk O., Ostapenko N., Chuprina N., Yezhova O., Skliarenko N., Rubanka A., Prykhodko-Kononenko I., Struminska T., Lutsker T., Omelchenko H., Holovchanska Ye., Gerasymenko O., Galchynska O., & Oliinyk H. *Graphic design in information and visual space*. Riga, Publishing House "Baltija Publishing". 2023. 280 p. <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-274-6>.
41. Kolisnyk O., Kolosnichenko M., Pashkevych K., Modern Graphic Design as a phenomenon of a social communication. *International Circular of Graphic Education and Research*. 2021. No. 13. URL: https://www.internationalcircle.net/circular/issues/21_10.
42. Skliarenko N.V., Gryshchenko I.M., Kolosnichenko M.V. Symmetry in the Visual Communication Design: Methods of Dynamic Image Construction. *Art and design*. 2021. No3(15). С.9–20. DOI:10.30857/2617-0272.2021.3.1.
43. Liu Jiangxin , Krotova T. , Yezhova O., Pashkevich K. Traditional elements of Chinese culture in logo design. *International Circular of Graphic Education and Research*. 2018. Issue 11. P. 66-75. https://www.internationalcircle.net/international_circle/circular/issues/18_02/ICJ_11_2018_07.
44. Yezhova O. V., Anisimov N., Pashkevich K., Androshchuk I., Mishchenko O. Professionally Important Qualities of the Specialists in Design, Technology, and Service in the Postmodern Society. *Postmodern Openings*. 2021. 12(3Sup1). С. 21-45.
45. Калашник І.О., Геращенко А.С., Шинкарьова А.В.. Сучасна айдентика черкаського театру: роздуми, проектні пропозиції. Візуальне мистецтво у контексті сучасних культурних практик. 2023. С. 102-105. URL: <https://books.google.com.ua/books?id=xj3reaaaqbaj&pg=pa115&lpg=pa115&dq=ge>

[ращенко+ангеліна+сергіївна&source=bl&ots=uyphizr2e9&sig=acfu3u3mnp2-k4tueaw8injzbpjdpq4ng&hl=uk&sa=x&ved=2ahukewi3nae33v2faxuf_7sihsbrbe44fbdoaxoесаuqaw#v=onepage&q=геращенко%20ангеліна%20сергіївна&f=false](https://www.google.com/search?q=геращенко%20ангеліна%20сергіївна&source=bl&ots=uyphizr2e9&sig=acfu3u3mnp2-k4tueaw8injzbpjdpq4ng&hl=uk&sa=x&ved=2ahukewi3nae33v2faxuf_7sihsbrbe44fbdoaxoесаuqaw#v=onepage&q=геращенко%20ангеліна%20сергіївна&f=false)

ДОДАТКИ

ДОДАТКИ

Додаток А

Апробація та публікації

СУЧАСНА АЙДЕНТИКА ЧЕРКАСЬКОГО ТЕАТРУ: РОЗДУМИ, ПРОЕКТНІ ПРОПОЗИЦІЇ

І. О. Калашник
А. С. Геращенко
А. В. Шинкарьова
студентки, КНУТД

Науковий керівник:
О. Д. Гладун
канд. мистецтвознавства

Театр — мистецький простір, що викликає почуття. Театр має велике значення в культурному житті міста. Однак, з часом, його айдентика та образ за давнюють, стають не актуальними. Тому дедалі більше театральних установ визнають необхідність редизайну свого лого та загального ребрендингу, що й сталося з Черкаським театром імені Тараса Шевченка. Виходячи з того, що театр має відображати сучасний світ та залишатися відкритим для нового покоління глядачів. Наприклад, раніше театр не мав єдиної стилістики для всіх афіш, деякі афіші навіть виглядали як серії плакатів, що поєднані однією стилістикою хоча для цього не було жодних підстав. Для пересічного громадянина це може приносити незручності оскільки він шукатиме зв'язки там де їх немає, що нагадує нескоординовану роботу відразу кількох людей. Також для дизайну плакатів часто використовувались вкрай застарілі тренди. На нашу думку, це має пряий вплив на основну аудиторію театру, тобто, не зацікавленість зі сторони молоді, відсутність притоку нових клієнтів. А також й загалом створює вкрай хиткий імідж

102

для театру, бо слідування трендам без наявності чіткого, вже напрацьованого стилю зазвичай є програшним варіантом, виглядає непрофесійно.

Кожен театр має мати свою унікальну атмосферу та характер, що відрізняють його від інших. Лого та загальна ідентичність мають віддзеркалити цю унікальність і передати особливу сутність театру. У випадку з театром Черкаським театром імені Тараса Шевченка цією особливістю є саме звання театру. Старе лого хоча і відтворювало цю особливість, але логотип не відповідав одному з основних критеріїв оцінювання. Він не був про театр. Без текстової частини він просто про Шевченка. Асоціативний ряд відсутній. Безумовно, звання театру має значення, проте пересічний громадянин, що не знайомий з театром, наперед, побачивши знак скоріш за все матиме асоціації далекі від театру, сприйнявши логотип за стилізований портрет.

Пропозицією нового дизайну Черкаського музично-драматичного театру є створення фірмового стилю на основі оновленого логотипу, що буде відповідати запитам сучасного глядача. Відтак, редизайн логотипу та загальний ребрендинг театру – це не лише засіб підтримки та розвитку мистецтва, а й спосіб привернути нових прихильників і залишити незабутнє враження у світі сучасної культури.

То ж пропонуємо розглянути варіанти редизайну створені студентами Київського національного університету технологій та дизайну.

Наразі існує тенденція до спрощення знаків, і дизайн для театру не є виключенням. Знак має складати собою впізнаваний образ і сенс у ньому. Рис. 1 – приклад спрощеного знаку, що завдяки знайомій символіці дозволяє відразу зрозуміти, що цей знак символізує театр. Між двома масками, що зображують різні емоції, завершено текстовий блок з повною назвою установи, що є необхідним як для замовника так і споживача. Оскільки, театр має сталу назву і вона має чітко ідентифікувати дану театральну установу, зобразитись повністю (або в аббревіатурі).



Рис. 1.

На Рис. 2 також подано пропозицію знака з використанням стереотипних театральних символів. На цей раз знак зображає не тільки театральну частину, а й музичну, адже Черкаський театр є музично-драматичним. Тому знак містить зображення ліри та маски, що гармонійно поєднуються в один силует. Знизу ж під знаком розміщена текстова частина з повною назвою закладу.



Рис. 2.

Крім того, театр відомий своїм фасадом або ж сценою, і це також можна використати в логотипі, як на Рис. 3. У цьому випадку у зображенні використані стилізоване зображення сцени Черкаського театру, яка є найбільшою його відмінністю та аббревіатура назви театру. Шрифту підбіраємо від того ж стилю елементів самого зображення, що створює собою гармонійне поєднання форми і силуету.



Рис. 3.

Черкаський театр має честь носити ім'я Тараса Шевченка, і це також можна використати через знак, беручи відомий образ писемника. На Рис. 4 повторити Тараса може варіант з від фігури, що ліниє собою форму театрального сідла, роблячи образ поета головним на уявній сцені. Зображення доповнює текстовий блок із назвою закладу.

104

© 2019. Усі права захищені. Додатковий матеріал



Рис. 4.

Рис. 5 є варіантом ще більшого спрощення. Тут силует сідла перекидає у білий просту форму — трикутник, і відкриває собою логотип. З архаїчними формами найбільш зручність працювати, особливо з кольорами. У випадку затвердження цього логотипу трикутник може бути заповнений будь-яким кольором, створюючи при цьому яскравий дизайн, що привертає увагу нових покликанців відвідувачів.



Рис. 5.

Рис. 6 через прості форми знає проілюструється дивить акти та гуралу відкриття нас до образу театру. Форма, на якій і тримається аббревіатура нагадує сідло у лаві. Шрифтовий блок знає у релієфному стилі на сідлінок. Також можна розглянути варіант клавир як у піаніно, що має музичне напруження. Такий творчий образ ще більше підкреслює для кого він був розроблений.

105

© 2019. Усі права захищені. Додатковий матеріал

Заява на участь в конкурсі плакату «MENTAL HEALTH» Вхідні X



Ангеліна Г <kotofeevnaa43@gmail.com>
кому design@knutd.edu.ua ▾

вт, 26 бер., 20:13

Плакат з серії плакатів "Емоційне вигорання - це проблема" на тему проблематики емоційного вигорання

Назва плакату: "Емоційне вигорання - це проблема"

ПІБ: Геращенко Ангеліна Сергіївна

Вік: 20 років

Населений пункт: м. Черкаси

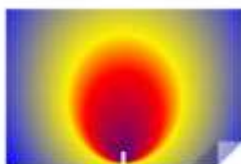
Місце навчання: КНУТД

Група: БДг6-20

Е-маїл для листування: kotofeevnaa43@gmail.com

Контактний телефон: +380931250834

Один вкладений файл • Перевірено в Gmail ©





Дизайн, ВКСНР <design@knutd.edu.ua>
кому мені ▾

30 бер. 2024 р., 19:25

Добрий день!
Вашу заявку отримано.
Підсумки конкурсу буде підведено після 20 квітня 2024 року.

Дякуємо Вам за участь!

З повагою,
органітет Всеукраїнського конкурсу соціального плакату *MENTAL HEALTH*
Київський національний університет технологій та дизайну
design@knutd.edu.ua

вт, 26 бер. 2024 р. о 20:13 Ангеліна Г <kotofeevnaa43@gmail.com> пише:

Участь у Всеукраїнському конкурсі соціального плакату *MENTAL HEALTH*,
КНУТД, березень 2024р.

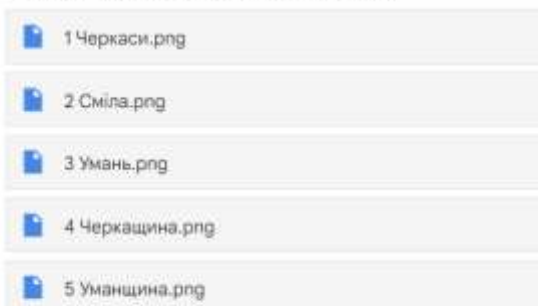
Геращенко А.С., Вольнанова Вхідні x



Ангеліна Г <kotofeevnaa43@gmail.com>
кому art.museum.design ▾

пн, 4 бер., 23:00

"Черкащина. Два роки, як чути війну"



5 вкладених файлів • Перевірено в Gmail



ЧХМ Виставки <art.museum.design@ukr.net>
кому мені ▾

вт, 5 бер., 14:18



Доброго дня, шановний учаснику мистецької акції ВОЛЬНАНОВА!

Просимо заповнити цей документ, якщо ви надасте згоду на використання ваших особистих даних у межах акції ВОЛЬНАНОВА в мережі інтернет: <https://forms.gle/mCQBeAxZbGzKNyRB7>

Ваші роботи прийняті і опубліковані на онлайн-платформі Behance під номером Д-115

Посилання: <https://www.behance.net/volnanova>

4 березня 2024, 23:00:38, від "Ангеліна Г" <kotofeevnaa43@gmail.com>

"Черкащина. Два роки, як чути війну"



Участь у онлайн-виставці міжнародної мистецької акції *ВОЛЬНАНОВА*, Черкаси, Черкаський обласний художній музей, лютий-березень 2024 р.



ЧЕРКАСЬКИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ

**ЧЕРКАСЬКА ОБЛАСНА РАДА
КУ «ОБЛАСНИЙ ХУДОЖНИЙ МУЗЕЙ»**

18002 м. Черкаси, вул. Хрещатик, 259,
тел./факс 0(472)37-28-77, oxm_ck@ukr.net
27.03.2024 р. №19

Довідка

Видана студентці 4 курсу КНУТД **Геращенко Ангеліні Сергіївни** в тому, що вона брала участь у онлайн-виставці міжнародної мистецької акції «ВОЛЬНАНОВА», проект @neveragain#2022*, Проект відбувся у Черкаському обласному художньому музеї у лютому-березні 2024 року.

На виставці представлені роботи **Геращенко Ангеліни Сергіївни** із серії «Черкащина. Два роки, як чути війну» 594x841 мм., цифродрук.

Довідка видана для подання за місцем вимоги.

Директор музею



Ольга ГЛАДУН