

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

**ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ  
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА**

бакалавра

на тему: РОЗРОБКА НАСТІЛЬНОЇ ГРИ «МИСТЕЦТВО В ГРІ»

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0229-1  
спеціальності 022 «Дизайн»  
освітньо-професійної програми «Графічний дизайн»  
Белявцева Вікторія Олександрівна

Керівник: в.о. завідувача кафедри дизайну,  
PhD, доц. \_\_\_\_\_ Ганна ЧЕМЕРИС

Рецензент: професор кафедри дизайну,  
к. пед. н., доц. \_\_\_\_\_ Володимир КАРДАШОВ

Запоріжжя

2023

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет соціальної педагогіки і психології  
Кафедра дизайну  
Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)  
Спеціальність 022 «Дизайн»  
Освітньо-професійна програма «Графічний дизайн»

ЗАТВЕРДЖУЮ  
Завідувач кафедри дизайну  
\_\_\_\_\_ Ганна ЧЕМЕРИС  
« \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 2022 року

**ЗАВДАННЯ  
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ**

\_\_\_\_\_ Бєлявцевій Вікторії Олександрівні \_\_\_\_\_

1. Тема роботи: Розробка настільної гри «Мистецтво в грі»  
\_\_\_\_\_ науковий керівник роботи доцент кафедри дизайну,  
PhD Г. Ю. Чемерис затверджені наказом ЗНУ № 341-с від 22.02.2023
2. Строк подання студентом роботи: 15.06.2023
3. Вихідні дані до роботи: лист завдання на кваліфікаційну роботу; аналіз аналогів та прототипів настільних ігор; наукові джерела.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що належить розробити): Історія становлення та розвиток настільних ігор, особливості створення ігрових та неігрових складових настільних ігор, аналіз сучасного ринку настільних ігор, саме в Україні, загальні етапи роботи над дизайном настільних ігор, перевірка реалізації технічних ідей через аналіз аналогів, опис процесу створення настільної гри: від розробки концепції, дизайну та механіки до технічної реалізації проєкту.
5. Перелік графічного матеріалу: Презентація, демонстраційний плакат
6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали консультанта	Дата, підпис	
		Надано	Отримано

7. Дата видачі завдання: 29.11.2022р.

## КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання	Примітка
1	Вибір теми кваліфікаційної роботи та видача листу завдання	22.10.2022– 22.11.2022	
2	Подання тез, участь у науковій конференції	28.11.2022– 12.12.2022	
3	Предпроектне дослідження: визначення актуальності теми, мети, об'єкту, предмету та розділів для кваліфікаційної записки, проведення аналізу предметної області та ринку настільних ігор	03.01.2023– 30.01.2023	
4	Початок оформлення пояснювальної записки за методичними рекомендаціями	01.02.2023– 07.03.2023	
5	Розробка концепції, дизайну та механіки гри «Мистецтво в грі»	10.03.2023– 30.04.2023	
6	Створення макету та всіх допоміжних компонентів для гри	01.05.2023– 01.06.2023	
7	Завершальний етап над графічною та теоретичною частиною кваліфікаційної роботи	10.06.2023– 14.05.2023	
8	Проходження нормоконтролю. Подання роботи на антиплагіат-перевірку Unicheck.	14.06.2023	
9	Отримання допуску до захисту. Подання всіх друкованих та електронних матеріалів кваліфікаційної роботи на кафедру ЗНУ.	16.06.2023	
10	Підготовка графічного та презентаційного матеріалу до захисту.	17.06.2023	

Студент

\_\_\_\_\_

( підпис )

*Вікторія БСЛЯВЦЕВА*

(прізвище та ініціали)

Науковий керівник роботи

\_\_\_\_\_

( підпис )

*Ганна ЧЕМЕРИС*

(прізвище та ініціали)

**Нормоконтроль пройдено**

Нормоконтролер

\_\_\_\_\_

( підпис )

*Ганна ЧЕМЕРИС*

(прізвище та ініціали)

## АНОТАЦІЯ

**Бєлявцева В. О. Розробка настільної гри «Мистецтво в грі» :** кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн» / наук. керівник, PhD, доц. Г. Ю. Чемерис. Запоріжжя : ЗНУ, 2023. 73 с.

**UA:** Робота викладена на 73 сторінках друкованого тексту. Перелік посилань включає 41 джерел. Об'єкт дослідження: проектування настільних ігор. Предмет дослідження: особливості проектування та методів створення механіки, дизайну настільних ігор про мистецтво. Мета дослідження: розробка настільної гри «Мистецтво в грі» з лаконічним дизайном і механікою. Аналіз джерельної бази щодо поняття настільної гри, її історії та класифікації; дослідження тематики настільних ігор у контексті сучасного дизайну, виявлення основних ігрових та неігрових складових дизайну настільних ігор; структурування, механіки та варіанти дизайну в настільних іграх; визначення етапів роботи над дизайном настільної гри: концепція, цільова аудиторія, аналіз ринку тощо; розробка та візуалізація проєкту.

**Ключові слова:** настільна гра, персонажі, дизайн, форма, елементи, проектування, механіка, сучасний.

**Belyavtseva V. O. Designing of «ART IN THE GAME» Board Game:** Bachelor's thesis Professional, specialty 022 "Design", Program «Graphic Design» / Sci. adv. PhD, Assoc. Prof. H. Yu. Chemerys. Zaporizhzhia: ZNU, 2023. 73 p.

**EN:** The work is presented on 73 pages of printed text. The list of links includes 41 sources. Object of research: designing board games. Subject of research: features of design and methods of creating mechanics, design of board games about art. Research objective: development designing of «ART IN THE GAME» Board Game with a concise design and mechanics. Analysis of the source base on the concept of a board game, its history and classification; research of board games in the context of modern design, identification of the main game and non-game components of board game design; structuring, mechanics and design options in board games; determination of the stages of work on the design of a board game: concept, target audience, market analysis, etc.

**Key words:** board game, figures, design, forms, elements, design, mechanics, modern.

### **Апробація кваліфікаційної роботи:**

1. Белявцева В. О., Чемерис Г. Ю. Особливості дизайну та конструювання механіки сучасної настільної гри. *Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології : матеріали I міжнародної науково-практичної конференції*. Запоріжжя: ЗНУ, 2022. Т. 1. С. 15-17. DOI: 10.5281/zenodo.7488930.
2. Андріяш С., Белявцева В. Артбук як нішевий сегмент книжкових видань. *Освітні і культурно-мистецькі практики в контексті інтеграції України у міжнародний науково-інноваційний простір : збірник тез доповідей II Міжнародної науково-практичної конференції студентів та молодих вчених (м. Запоріжжя, 13-14 травня 2021 р.) / за заг. ред. В. В. Нечипоренко*. Запоріжжя : Вид-во Хортицької національної академії, 2021. Т.2. С. 57- 58. URL: <https://sites.google.com/view/confhna2021/збірник-матеріалів-конференції>
3. *Всеукраїнський конкурсу студентських наукових робіт, I етап, (травень 2023)*. Диплом III ступеня. Наукова робота Андріяш С., Белявцева В. на тему «Розробка багатосторінкового поліграфічного видання (журналу «snapSHOTcamera»)). URL: [https://www.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view\\_details&news\\_id=59775&lang=ukr&news\\_code=na-fakulteti-spp-pidbili-pidsumki-naukovikh-zakhodiv](https://www.znu.edu.ua/cms/index.php?action=news/view_details&news_id=59775&lang=ukr&news_code=na-fakulteti-spp-pidbili-pidsumki-naukovikh-zakhodiv).

## ЗМІСТ

<b>ВСТУП.....</b>	<b>7</b>
<b>РОЗДІЛ I</b>	
<b>НАСТІЛЬНА ГРА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ.....</b>	<b>10</b>
1.1. Сучасна історія настільних ігор.....	10
1.2. Ігрові складові настільних ігор.....	19
1.3. Особливості створення дизайну неігрових складових елементів.....	23
<b>РОЗДІЛ II</b>	
<b>АНАЛІЗ ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ.....</b>	<b>31</b>
2.1. Ринок настільних ігор в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку	31
2.2. Етапи роботи над дизайном настільних ігор: від задуму до прототипу...	38
2.3. Аналіз аналогів.....	41
<b>РОЗДІЛ III</b>	
<b>ПРОЕКТУВАННЯ НАСТІЛЬНОЇ ГРИ.....</b>	<b>47</b>
3.1. Формування концепції проєкту.....	47
3.2. Пошук стилістичного рішення проєкту.....	50
3.3. Технічна реалізація.....	51
<b>ВИСНОВКИ.....</b>	<b>56</b>
<b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....</b>	<b>58</b>
<b>ДОДАТОК А Найдавніші та сучасні настільні ігри.....</b>	<b>63</b>
<b>ДОДАТОК Б Аналіз аналогів.....</b>	<b>64</b>
<b>ДОДАТОК В Стилiстичне оформлення проєкту.....</b>	<b>66</b>
<b>ДОДАТОК Г Технічна реалізація.....</b>	<b>68</b>
<b>ДОДАТОК Д Складові настільної гри.....</b>	<b>71</b>

## ВСТУП

**Актуальність теми.** У світі, де більшість розваг стають цифровими, настільні ігри повертають свою популярність серед широкого кола споживачів. Вони дозволяють людям не тільки збиратися разом, а й є можливістю для різноманітного проведення дозвілля та збільшення часу в офлайн-середовищі. Це особливо важливо в наш час, коли багато людей відчують нестачу «живого» спілкування.

Асортимент настільних ігор різноманітний від механіки, жанрів та тематики до постійних експериментів над дизайном та її компонентів. Тепер, настільні ігри це не тільки шашки, пазли, мозаїки, а це своєрідний процес стимуляції думки, «ігрової етики», зорової пам'яті, уваги, стратегії за допомогою якої засвоюється практично всі види інформації. Саме тому баланс дизайну, механіки та тематики для ігор є надзвичайно важливим і відповідальним завданням.

Варто також згадати, що розвиток технічного процесу дозволив внести різноманітність у розробку дизайну будь-якого продукту, в тому числі настільних ігор. Це ми можемо спостерігати у синтезі відео ігор та настільних, хоч вони і схожі за своєю концепцією, але в них грають по-різному і часто використовують зовсім інші ігрові техніки. Дизайн настільних ігор ставить інші завдання, ніж дизайн відео ігор, але навички, які можна застосувати в обох випадках, є надзвичайно універсальними.

Як і відео ігри, виробництво настільних ігор не можна звести до певних етапів. Хоча загальний хід кроків створення можна описати. Для створення корисних, цікавих та якісних настільних ігор, мова буде йти не лише про художнє оформлення, а й про знання особливостей аудиторії, розвиток ринку, увагу до тематики гри та розробку ігрової механіки: від кількості гравців до тестування.

**Ступінь дослідженості питання.** Поняття гри розглядається в працях Ф. Бойтендайка, К. Бюлер, Л. Виготського, К. Гросса, Ж. Колларітса, М. Лацорса,

Д. Міда, Е. Покровського, Г. Спенсера, Н. Ушінського, Ф. Фребель, Ф. Шіллера, Г. Щедровицького. Сучасні підходи до поняття «гра» розглядаються в роботах Е. Берна, П. Єршова, І. Конєв, А. Леонтьєва, І. Хейзінга, С. Шмакова, Д. Ельконіна. Аналіз і підходів до створення і розробки ігор зустрічаються в роботах Е. Адамса, Р. Бартла, Б. Бретвейт, Р. Бума, К. Бейтмена, Р. Костера, К. Кроуфорда, Дж. Мак Гонігал, Д. Нормана, Д. Парлетта, Д. Перрі, С. Роджерса, К. Сален, С. Свинка, Д. Фрімена, Т. Фуллертона, Е. Ціммермана, Дж. Шелла.

Однак варто зазначити, що проблема проектування настільних ігор в контексті сучасного дизайну недостатньо розкрита та досліджена, тому розробку гри, присвяченої мистецтву можна вважати актуальною.

**Об'єкт дослідження** – проектування настільних ігор.

**Предмет дослідження** – особливості проектування та методів розробки дизайну настільних ігор.

**Мета роботи** – розробка настільної гри «Мистецтво в грі» з лаконічним дизайном і механікою та сприятиме підвищенню освіченості через мотивацію до вивчення мистецтва.

Виходячи з формулювання об'єкта, предмета, мети та методів дослідження, необхідно вирішити наступні **завдання**:

1. Аналіз джерельної бази щодо поняття настільної гри, її історії та класифікації;
2. Дослідити тематику настільних ігор у контексті сучасного дизайну;
3. Виявити основні ігрові та неігрові складові дизайну настільних ігор;
4. Структурування, механіки та варіанти дизайну в настільних іграх;
5. Визначення етапів роботи над дизайном настільної гри: концепція, цільова аудиторія, аналіз ринку тощо;
6. Розробка та візуалізація проекту.

**Гіпотеза дослідження** — розробка та впровадження дизайну настільної гри «Мистецтво в грі» з лаконічним дизайном і механікою повинно сприяти підвищенню освіченості через мотивацію до вивчення мистецтва та посилювати роль мистецтва у художньо-творчому розвитку особистості.



Були використані наступні *загальнотеоретичні методи*: аналіз, синтез, узагальнення; *методи дизайн-проектування*: методика передпроектного аналізу, метод синтезу та аналогії в дизайні, комбінаторика, художньо-образне моделювання об'єкту дизайн-проектування за допомогою композиційного формоутворення, художній метод і графічне проектування; *емпіричні методи*: спостереження для визначення механік взаємодії гравця з грою.

**Структура пояснювальної записки.** Пояснювальна записка складається зі вступу, 3 розділів, висновків, списку використаних літературних джерел і додатків. Обсяг дипломної роботи становить 73 сторінок, 10 сторінок ілюстрацій, 41 — літературні джерела. Обсяг головної частини дипломної роботи становить 58 сторінки.

## РОЗДІЛ I

### НАСТІЛЬНА ГРА В КОНТЕКСТІ СУЧАСНОГО ДИЗАЙНУ

#### 1.1. Сучасна історія настільних ігор

Настільні ігри – особливий вид поліграфічної продукції, яка має свою пізнавальну й естетичну цінність. Сьогодні індустрія настільних ігор переживає справжній розквіт, аудиторія гравців постійно зростає, незважаючи на інтенсивний розвиток електронних інформаційних ресурсів, гаджетів та соціальних мереж.

Сучасні настільні ігри вже давно вийшли за межі звичайних карток або фішок, все більше збільшується попит на незвичні матеріали (голографічна плівка, лакування, тиснення), нестандартні елементи дизайну: мініфігурки, тривимірні локації, яскравий або мінімалістичний дизайн упаковки, використання образів з фільмів в якості головних героїв, тощо, також йде взаємодія з ігровим майданчиком та підвищенням здатності чітко та швидко розпізнавати інформацію.

Варто зазначити, що сучасні настільні ігри мають значний вплив на психологічне благополуччя людей та зняття стресових станів, незалежно від віку. Особливістю ігор є те, що вони дозволяють щоразу розігрувати та розвивати різні варіації та ситуації.

Вважається, що всі, навіть найсучасніші настільні ігри мають найдавніші прототипи й, отже, свою історію.

Історія настільних ігор налічує не менше 7500 років. Гра сенет у Стародавньому Єгипті, чаупар в Індії, гральні кістки, нарди та інші мають своє спільне походження й спільний замисел – розвивати, виховувати та навчати.

Дійсно, гра в кості є однією з найдавніших настільних ігор у світі (Додаток А, рис. А.1). Існує багато форм гральних костей, проте загальну класифікацію цієї категорії матеріалу не розроблено. Кубики виготовляли з різних матеріалів, але найбільш поширеним була кістка [22, с. 34].

В якості альтернативи кісткам давні люди використовували дерев'яні палички, прикрашені візерунком або розписані фарбами з одного боку. Щоб заробити очки, такі палички брали в долоню і по аналогії з кістками кидали об стіл. З часом стали кубики виготовляти широкий спектр матеріалів, таких, як мідь, латунь, скло, слонова кістка та мармур. Наприклад, кубики зі Стародавнього Риму були дуже схожі на шестигранні кубики, які ми використовуємо й сьогодні. [3, с. 5]. Кістки продовжують існувати як окрема азартна гра із своїми власними правилами та варіаціями – як для моделювання елементів випадковості та і для визначення випадкових подій у грі [22, с. 34].

Понад 5 000 років тому стародавні єгиптяни винайшли настільну гру. Спочатку ця гра була простою формою відпочинку, але згодом перетворилася на справжній ритуал, драму на найвищі ставки. Гра називалася «сенат» або «пас» і базувалася на пересуванні шашок на дошці, що складалася з 30 квадратів, розташованих у три паралельні ряди на десять квадратів у кожному [38, с. 55]. Двоє учасників стратегічно маневрували своїми командами шашок через ці квадрати, кидаючи гральні палички, схожі на кубики, або кістки, вільно проходячи між ними, або намагаючись здобути позицію остаточної переваги на краю дошки (див. рис. 1.1) [8].



Рисунок 1.1 – Гра «Сенат»

Нарди вважаються однією з найдавніших ігор, а її історичним попередником налічують близько 4400 років. Таку ігрову дошку з чорного дерева та 60 фішок із бірюзи й агату у 2010 р. виявлено у Згорілому Місті (Shahr-e-Sookhteh) в Ірані. Існує чимало варіантів цієї гри та багато назв: pard,

nardī, kubeia, alea, tavla, tabulae, tavole reale, backgammon, tric trac та інші. Правила гри доволі прості. У двох гравців є набір фішок. За результатом очок, що випадає на кинутих костях, гравці переміщують свої фішки по полю, яке складається з двох половин. Мета гри – пройти повне коло на дошці та досягти кінцевої позиції у своєму будинку (хаті), випередивши суперника [23, с. 429].

Ранній варіант нардів відомий з давньоанглійських манускриптів VIII–IX ст. Але широкої популярності в Європі у тому варіанті, як ми його знаємо, нарди набули значно пізніше – під впливом хрестоносців. Захопившись цією грою на

Близькому Сході, вони принесли її з собою й додому. Існує декілька західноєвропейських рукописів із зображеннями гри в нарди, звідки можна дізнатися не лише про її популярність, а й про те, що існувала вона у численних варіантах (Додаток А, рис. А.1) [23, с. 430].

Вважається, що батьківщиною шахів є Індія, де прототип цієї гри – чатуранга – відомий з V–VI ст. Уже наприкінці VI ст. чатранг поширився серед персів. А після завоювання персів арабами (середина VII ст.) гра видозмінилася і стала відома як шатрандж. Європою шахи розповсюджуються теж завдяки впливу арабів. І спочатку, у IX–X ст., з'являються на Піренейському півострові та Сицилії, які в різний час перебували під арабським пануванням. Однак широко розповсюджуються західною Європою шахи не раніше як X ст. Так, як і у давньоруських джерелах, перші згадки про цю гру на західноєвропейських землях містяться у церковних заборонах (Додаток А, рис. А.1) [23, с. 426].

Імовірно, у VIII–X ст. Європі з'являються шашки вже сучасного виду, такі, якими ми бачимо їх зараз [3, с. 17]. Шашки сформувалися як поєднання гри «Алькерк» і варіації шахів під назвою «гра дам». Вони поєднали в собі риси обох цих ігор і стали окремою настільною грою зі своїми власними правилами і характеристиками. На початку їх історії, у XIII столітті, існувало кілька варіацій гри в шахи з різними розмірами дошки, кількістю фігур і можливістю використання гральних костей. Альфонсо X, король Кастилії та Леону, у своїй книзі «Лібре дель Ассі» описує різні розміри дошок: 12, 10, 8, 6 і 4 клітини.

Найпопулярнішою серед них стала гра на дошці розміром 8x8 клітин, оскільки вона не була такою повільною, як гра на дошках більшого розміру, і не такою швидкою, як гра на менших дошках. У варіації гри в шашки з використанням гральних костей кожен кидок кубиків визначав рухи певної фігури. Наприклад, при кидку на кубик значення 6, рухався король як найбільш поважна фігура, при значенні 5 – ферзь, при значенні 4 – тура, при значенні 3 – кінь, при значенні 2 – слон, і при значенні 1 – пішки. Це додавало елемент випадковості і стратегії до гри в шашки. Також варто зазначити, що у певних випадках гра в шашки може включати чотирьох гравців, хоча зазвичай вона здійснюється між двома гравцями на протилежних сторонах дошки [23, с. 53]. Відтоді шашки стали дуже популярною настільною грою з численними національними та міжнародними варіаціями.

Гра, відома під назвою млин, була широко розповсюджена по всій середньовічній Європі та подекуди дожила до сьогодення. Латинське слово «merellus» означало просто фішку для гри, звідки це слово перейшло в інші європейські мови тут закріпилися варіанти його або подібні співзвучні назви – nine-man morris, the mill game, merels, merrills, merelles, marelles, morelles, ninerenny marl тощо.

Оскільки фігурки для млина – це звичайні пішаки двох видів, то лише за ними археологічно виділити її складно. Такі фішки підходять до будь-якої гри з використанням однотипних фігур, і можуть бути залучені для різних ігор. Проте ця гра добре відома за знахідками полів із характерною розміткою – трьома вписаними один в інший квадрати, сторони яких з'єднані по центру прямими, навскісними чи перехрещеними лініями [26, с. 428] (див. рис. 1.2) [26, 429]. Через свою простоту гра млин була надзвичайно популярною у просторі та часі, зокрема такі розмітки широко відомі не тільки на території Європи, а й на території Русі.

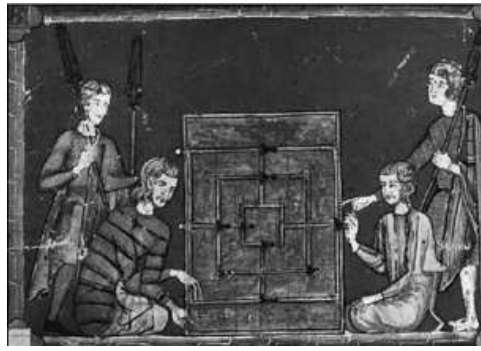


Рисунок 1.2 – Мініатюра з «Книги ігор» іспанського короля Альфонсо X – гра млин з використанням костей, 1283 р.

Правила млина доволі прості та нагадують гру в хрестики-нулики. Коли один із гравців виставляє три свої фішки в ряд, то має право зняти одну фішку суперника. Гра ведеться доти, доки у когось не залишиться менше ніж три фішки, а отже, не буде можливості зробити «млин». Імовірно, саме через свою простоту і доступність гра й набула такої популярності – правила нескладні, а поле можна було накреслити на будь-якому зручному для цього предметі або ж навіть на землі, а замість фішок використати камінці [26, с. 429].

У XVIII-XIX столітті вельми поширеною в Європі набули картки та картіжні настільні ігри. Ці ігри вимагали пересування фішок або використання карток на спеціальному полі, яке було оформлене згідно з тематикою гри. Теми можуть варіюватися від місцевості, шляхів між географічними пунктами до різних ситуацій або подій. Поле друкувалося друкарським способом на картоні. Це дозволяє створювати якісні та деталізовані ігрові поля з візуально привабливими зображеннями та дизайном. Існувало велике розмаїття варіацій картіжних ігор, проте багато з них можна було узагальнити до кількох основних тематик. Наприклад, гра «лото» передбачала розстановку фішок на картках з зображеннями, де гравці спробували заповнити свої картки певним способом. У грі «гусак» гравці повинні були першими дійти до фінішу на ігровій карті, роблячи ходи відповідно до результатів кидків гральних кісток. Гра «битва» передбачала протистояння двох гравців, кожен з яких керував своїм набором фішок, у сухопутних та морських боях, де вирішення результату залежало від

певних правил або випадковості [8]. Ігри такого типу мали широке поширення в Європі і продовжують бути популярними до сьогодні.

Халма – це настільна стратегічна гра, яка була винайдена в 1883 році Джорджем Говардом Монксом, американським хірургом. Ціль гри в Халму полягає в переміщенні фігур по дошці та стратегічному перекочуванні через фігури супротивників з метою досягнення протилежного краю дошки. Гра використовує картату дошку, яка розділена на квадрати розміром 16x16. Фігури в грі можуть бути невеликими шашками, дерев'яними або пластиковими конусами або чоловічками, подібними до маленьких шахових пішаків. У більшості варіацій ця гра для двох гравців з використанням чорних та білих фігур. Однак, у варіаціях гри для чотирьох гравців можуть використовуватись різні кольори фігур або інші відмінності, щоб відрізнити фігури кожного гравця [9].

У 1904 році Елізабет Дж. Мегі, починаючий винахідник гри з Вірджинії, запатентувала свою гру під назвою «The Landlord's Game». В неї грали на ігровій дошці з сорока місцями, яка включала залізниці, комунальні послуги та зону «в'язниці». Орендна плата збиралася за нерухомість, вартість якої зростала, нерухомість була безіменною, а учасники рухаються за годинниковою стрілкою вздовж квадратної дошки – ця гра є рудиментарною версією для культової американської гри «Монополія» [35, с. 9].

У першій половині ХХ століття з'явилася настільна гра монополія (Додаток А, рис. А.2). У 1934 р. у розпал Великої депресії Чарльз Дерроу з Германтауна, штат Пенсільванія, показав представникам компанії «Паркер Бразерс» гру «Монополія». Проєкт був відхилений через «52 помилки в дизайні», але це не зупинило безробітного Чарльза, який вирішив випустити гру за власний рахунок. У 1935 року він виготовив та продав 5000 саморобних копій «Монополії» в універмаги Філадельфія. «Монополія» увійшла в історію вже в 1936 р., вона стала грою, що найбільше продається в США [3, с. 27].

«Монополія» – економічна та стратегічна настільна гра для двох і більше людей. Її «ігрова» мета – раціональне використання стартового капіталу,

досягнення багатства та придушення конкуренції – віддзеркалювала грубе населення Америки і, здавалося, висловлювала прагнення населення доби Великої депресії [35, с. 14]. На сьогоднішній день «Монополія» пережила безліч адаптацій та модернізацій.

У 1931 р. винайдена гра «Лексико», в 1947 р. вона стала «Скреббл». Її творець надихнувся оповіданням відомого письменника Едгара Аллана По, в якому чоловік знаходить золотий скарб, розгадуючи словесний шифр. Альфред Баттс архітектор, який втратив роботу після краху фондового ринку в 1929 році, подумав, що складання слів із окремих літер можна взяти за основу для створення нової інтелектуальної гри. Кілька тижнів поспіль він переглядав газети в пошуках слів, що найчастіше вживаються. Це допомогло йому зрозуміти, яку кількість яких літер слід додати в гру. «Скреббл» став справжнім хітом, адже Джек Страус голова найбільшої мережі роздрібною торгівлі в США, часто проводив за грою дозвілля і хотів, щоб вона продавалася у мережі його магазинів. На сьогоднішній день було продано понад 150 мільйонів копій ігри та близько 30 тисяч людей щогодини грають у неї по всьому світу [3, с. 28].

В 1957 році французьким кінорежисером Альбертом Ламороссі була розроблена гра «Ризик». Початкова версія гри називалася «Завоювання світу» (фр. «La Conquête du Monde»). Гра використовує стилізовану політичну карту Землі, на якій учасники гри, яких може бути від двох до шести, метою гри є захоплення всіх територій на карті. Гравці за чергою розміщують свої армії на доступних територіях та проводять атаки на сусідні території. Атаки вирішуються за допомогою кидка гральних кубиків, а результати визначають, чи вдалася атака, чи ж була відбита (Додаток А, рис. А.2) [8].

У 1880 році Великобританії було винайдено гру «Ревенсі». Гра користувалася великою популярністю, але згодом була забута. Відродив її японець Горо Хасегава, де вона у 1971 р. під назвою «Отелло» знову стала популярною. (Додаток А, рис. А.2). В останні роки відроджена настільна гра знову набули популярності як в Японії, так і в західних країнах, де з 1977 року



проводяться чемпіонати світу з реверсу, випускаються ігрові комплекти [3, с. 23].

Окрім перевидань та модифікацій старих ігор, за останні десятиліття з'явилися кілька нових класів настільних ігор. Одним з них є настільні рольові ігри, і першим комерційним представником цього жанру стала гра «Dungeons and Dragons», випущена в 1974 році. Ці ігри вимагають від гравців втілення в уявному світі персонажів і розвитку їхніх ролей у вигаданих сценаріях. (Додаток А, рис. А.2). Ще однією настільною грою, що з'явилося у 1995 році та відкрила світу німецький стиль є гра «Колонізатори» Клауса Тойбера. Ця гра характерна простими правилами, мінімізацією або відсутністю прямої конфронтації між гравцями, відсутністю вибуття учасників по ходу гри та можливістю грати одночасно гравцям з різним рівнем кваліфікації [3, с 28].

Гра «Magic: The Gathering» Річарда Гарфілда, яка з'явилася в 1993 році (Додаток А, рис. А.2), стала першим представником колекційних карткових ігор, що поєднали два раніше незалежних хобі – настільні ігри та колекційні картки. Ця гра відрізняється від інших ігор своїми правилами, загальним підходом до гри та використанням колоди карт, які можна купувати окремо, і які мають унікальні ігрові можливості. У «Magic: The Gathering» гравець не може купити всі існуючі карти, оскільки їх кількість величезна. Замість цього гравець починає з базового набору карт і поступово закупає нові карти, щоб зібрати свою власну колоду. Картки мають різні характеристики, властивості та спеціальні можливості, що дозволяє гравцям розробляти стратегії і використовувати їх у грі проти супротивників [8]. «Magic: The Gathering» стала не тільки популярною грою, а й сприяла зародженню цілої індустрії колекційних карткових ігор. Вона привернула увагу багатьох гравців і стала основою для організації турнірів та змагань на рівні світу.

Безліч настільних ігор виконується за сюжетами популярних літературних творів та, особливо, фільмів. Практично будь-яка комплексна медіафраншиза має у своєму складі набір настільних ігор у відповідному сеттингу, існує кілька сотень настільних ігор практично у всіх жанрах.

Загалом остання чверть ХХ століття була періодом зростання популярності настільних ігор, і цей тренд продовжується й донині. Щороку на ринку з'являються десятки нових настільних ігор різних жанрів і механік. У великих містах поширені спеціалізовані магазини настільних ігор, де можна придбати широкий асортимент ігор різних видів. Крім того, ігрові кафе та клуби стали популярними місцями для гравців настільних ігор. Вони надають зручні умови для гри, де можна пограти з друзями або зустріти нових співгравців.

Настільні ігри зуміли зберегти свою популярність навіть у контексті широкого розповсюдження електронних та комп'ютерних ігор. Таким чином, настільні ігри не тільки зберігають свої позиції, але й зміцнюють свою популярність, створюючи незабутні ігрові враження для гравців усіх вікових категорій.

## 1.2. Ігрові складові настільних ігор

Для багатьох людей, які незнайомі зі світом настільних ігор – це наявність дошки, переміщення фігурок, кидання кубиків і виконання певної дії залежно від того, на якій клітині зупинилася фігурка. Звичайно, це лише невелика частина всесвіту настільних ігор. Тому, щоб покращити цю ситуацію, виробники намагаються знайти цікаві рішення в проєктуванні та розробці ігрових механік. Це і використання нестандартних матеріалів, посилене використання кольору, якісні ілюстративні матеріали, декоративні елементи, й підключення мультимедійних додатків для повноцінної інтерактивної взаємодії.

Сучасні настільні ігри є зразками інновацій: від впровадження технології 3D-друку до підключення доповненої реальності, вони демонструють технологічні можливості, які існують на сучасному ринку друку. Виробники настолок досягли вражаючих результатів, поєднуючи цікаві дизайнерські рішення та нестандартні конструкції.

Кожна настільна гра охоплює низку технічних завдань, серед яких розробка та дизайн ігрового поля, упаковки, інструкції та інших друкованих матеріалів і додаткових елементів.

Перше і найголовніше правило при створенні ігрових складових гри – це розробка механіки гри. Як тільки визначені всі механіки, придумати правила для настолки – уже справа легка.

Далі визначається вид гри або принцип, який буде основою її механіки:

- Ігрові частини, такі як кісточки, дошки, фігури і картки, є важливими компонентами ігрового процесу. Вони можуть бути названі «компонентами» або «ігровими об'єктами».
- Карткова гра використовує гральні карти як основний елемент гри.
- Настільна гра – включає гральну дошку як поле для гри.
- Ігри на основі візерунків і плиток (також відомі як «tile-game») мають ігрову поверхню, яка складається з плиток, зазвичай квадратних або гексагональних.

- Гра з гральними кістками, яка не вимагає дошки, карт або плиток і використовує гральні кістки як головний елемент гри [15, с. 54].

Крім того, ігри можуть задовольняти різні потреби гравців в отриманні інформації, тут зазначаються цілі задоволення потреб які формують жанри ігор, наприклад:

- Головоломки, які вимагають від гравця логічного мислення та інтуїції для вирішення завдань.
- Квести, що залучають уважний пошук підказок і прихованих деталей.
- Пригоди, пересування в межах поля, збір матеріалів та капіталу, захоплення нових кордонів, змагання та інше;
- Рольова гра, учасники приймають конкретні ролі та колективно створюють історію
- Вікторини – ігри, суть яких полягає у відповідях на питання з різних галузей знань [15, с. 55].

Після цього починається проектування ключових ігрових та не ігрових складових елементів гри.

Ігрове поле – повинно бути зрозумілим гравцеві. Стандартна форма поля для багатьох настільних ігор є прямокутник, але деякі ігри можуть мати поля з іншими формами. Наприклад, поля, які складаються з різних будівель, розміщених на столі, трикутними полями, де гравці розташовують свої карти на трикутній дошці та багато інших варіацій. Головне, щоб поле вдалося скласти в коробку стандартних розмірів [14, с. 35]. Ключовим при проектуванні поля є його пропорційність та правильність розміщення усіх елементів у єдину композицію. При оформленні дизайну поля використовуйте крім головних фаз ходу та ілюстрацій до них, додаткові малюнки зі стрілками, щоб була зрозуміла послідовність і наповненість гри [14, с. 37]. При цьому скрізь використовувати одні назви та вибрану групу шрифтів. Грамотно та логічно складений та розміщений текст на полі відповідно до тематики впливає на динамічність процесу гри та зацікавленість у кінцевому результаті.

Найважливішими елементами без якої не існує будь-яка гра – ігрові персонажі або фішки. Обираючи ігрового персонажа, гравець повинен розуміти за кого він буде грати. Який саме тип геймплею і яким буде загальний сюжет з сеттингом, як ігрові персонажі будуть свої, але існують загальні рекомендації зі створення персонажів. Основні рекомендації такі:

- починаючи розробку над персонажами слід визначити базові речі, вмістити весь опис в одне коротке словосполучення, а потім за потреби цей опис розширювати;
- ігрові персонажі повинні бути близькі до вибраної цільової аудиторії і забезпечують сильний зв'язок з гравцями;
- якщо в грі передбачено декілька персонажів, зробіть їх сюжетно і візуально різними. Це допоможе збільшити інтерес гравців до кожного персонажа і розширить можливості для взаємодії з ними;
- опис ігрових персонажів має бути максимально коротким і лаконічним та давати основу для уяви гравця.

У випадку внутрішньо ігрових персонажів, службовців або помічників, які пояснюють гравцям ігрові механіки, також важливо зробити їх розумними і доступними. Дотримуйтесь простоти, ясності та поняттєвості, щоб гравці могли легко зрозуміти їх роль та функції у грі [14, с. 39].

Картки, також виступає головним елементом у грі за допомогою якого гравець виконує дію протягом всієї партії гри. При проектуванні треба взяти до уваги мету використання, тому що різні типи використання будуть мати різні вимоги, і це буде впливати на вибір якості гральних карт, а дизайн не повинен містити нічого зайвого.

При розробці дизайну колоди гральних карт важливо враховувати кілька факторів. Задня сторона карт потрібна для захисту від маркування або шахрайства. Рекомендується використовувати білі кордони, оскільки будь-які маніпуляції на карті будуть помітні. Це допоможе забезпечити чесну гру та запобігти шахрайства.

Щодо передньої сторони, ключовий фактор вибору – читабельність. Вибирайте гральні карти, які легко читати навіть з достатньої відстані. Рекомендується використовувати чіткий шрифт, достатньо великий розмір тексту і чіткі символи. Краще вибирати кольори, які добре контрастують між собою і забезпечують чітке виділення ілюстрацій, тексту і цифр. Колірна гама повинна бути гармонійною, єдиною і привабливою. Використання надто похмурого або пригнічуючого поєднання кольорів слід уникати. Важливо також враховувати специфіку сприйняття кольорів різними групами людей і уникати занадто сильних контрасту та яскравості, які можуть вплинути на сприйняття. Дизайн колоди повинен бути простим і зрозумілим, але при цьому інтригуючим. Він може викликати емоції, мати прихований зміст і привертати увагу. Важливо знайти баланс між цікавим і оригінальним дизайном, щоб він був привабливим для гравців [33, с. 390].

Допоміжні елементи у вигляді позначень та символів мають гармонійно поєднуватися у єдину композицію та не заважати сприймати текст та ілюстрацію. Також при компонуванні має значення негативний простір, його не повинно бути занадто багато чи мало.

Для створення живого і різноманітного ігрового світу і настільної гри можуть знадобитися переліки неігрових персонажів для різних локацій, а також бестіарії з тваринами і незвичайними істотами. Ці ресурси допомагають збагатити гру новими персонажами та створити цікаві локації з різноманітними істотами [14, с. 40].

### 1.3. Особливості створення дизайну неігрових складових елементів

Як вказується у дослідженнях Беленька та Рухницька: «залежно від дій людини з предметами гри класифікація ігор поділяються на функціональні, конструктивні, сюжетно-рольові, ігри за правилами й дидактичні». Саме ця класифікація може бути використана як основа для проєктування багатфункціональної упаковки [1, с. 18].

Ігровий підхід може бути використаний у проєктуванні упаковки, щоб створити образне або конструктивне рішення. Основні види упаковки, які базуються на ігровому підході, включають: 1) пакування-конструктор; 2) пакування-настільної гри; 3) пакування-аксесуар [24, с. 67].

Пакування є потужним елементом маркетингової комунікації, з яким споживачі стикаються щодня. Щоб привернути увагу, кожен бренд намагається запропонувати щось нове і цікаве, не тільки з точки зору самого продукту, але й дизайн упаковки.

Ще кілька десятиліть тому пакування продукції не була основним фактором виробництва активно просуваємо на ринку. У той час виробники часто зосереджувалися не на дизайні, а на інших маркетингових повідомленнях, які були легше побачити зовні. Зовнішній вигляд продукту відігравав доволі другорядну роль.

Сьогодні ситуація зовсім інша з точки зору дизайну брендів: понад 60% щоденних покупок є імпульсивними, і покупці часто обирають продукт з найбільш виразним, оригінальним та яскравим зовнішнім виглядом.

Зараз дизайн пакування – це не лише частина іміджу бренду, це також філософія та форма сучасного мистецтва. Креативний елемент в дизайні пакування завжди тісно пов'язане з науковим підходом до виробничого процесу. Адже дизайн пакування – це не тільки створення оригінальної упаковки, що запам'ятовується, це також процес підбору та організації графічних елементів для досягнення певної мети, які можуть бути і функціональними, і суто естетичними. Саме тому дизайн упаковки ніколи не повинен бути безсистемним польотом дизайнерської думки. Дизайнер зобов'язаний створювати свій продукт

в рамках чіткої маркетингової стратегії просування свого товару, і майстерність художника в цьому питанні не повинна перебивати увагу і точність аналітика [18, с. 106-107].

Для споживчих товарів упаковка є невід'ємною частиною бренду – це ключовий ідентифікатор, який робить продукт привабливим та впізнаваним. Існує кілька етапів взаємодії або «комунікації» між упаковкою та споживачем і кілька основних правил та трендів, які виконує упаковка в цьому процесі [24, с. 67]. Проектування вторинної упаковки для настільних ігор може базуватись на необхідності переміщати елементи по певному полю гри. Зовнішній вигляд упаковки служить засобом ідентифікації та комунікації продукту, тоді як внутрішня сторона упаковки може бути використана для нанесення поля для гри або окремих елементів гри. Після використання продукту споживач може розгорнути упаковку і використати її повторно для гри. Це означає, що вторинна упаковка може мати подвійне призначення, функціонуючи як захисна упаковка під час транспортування та зберігання продукту, а також як ігровий компонент під час використання.

Такий підхід дозволяє забезпечити більшу використовуваність упаковки і надає додаткову цінність для споживачів, оскільки вони можуть зберегти упаковку та використовувати її для гри після використання продукту. Це сприяє збереженню ресурсів і стимулює повторне використання матеріалів упаковки [25, с. 65].

При формуванні концепції упаковки, визначаються її основні функції, такі як захист продукту, привабливість, інформативність, тощо. Далі приймаються рішення щодо розміру упаковки, матеріалу, з якого вона буде виготовлена, кольорів та текстового оформлення. Створення упаковки є частиною процесу планування продукції, в якому фірма вивчає, розробляє та виготовляє свою упаковку. Цей комплекс може включати:

- тара – це фізичний контейнер, який містить продукт і забезпечує його захист під час транспортування та зберігання;



- етикетка – це наклейка або напис на упаковці, яка містить інформацію про продукт;
- вкладиші – це додаткові елементи упаковки, які служать для підтримки, захисту або організації продукту всередині тари;
- вторинна упаковка – це зовнішня упаковка, яка містить групу окремих продуктів або тар упакованих продуктів.

Після планування концепції, необхідно займатися ознайомлення з товаром. А саме: необхідно розуміти мотивацію споживача на купівлю, спосіб, місце вживання продукту, конкурентне оточення [28, с.25].

Наступний етап стосується безпосередньо дизайну упаковки, а саме:

- ідея, тобто підібрати унікальне креативне рішення. Для цього вибирають основні кольорографічні та іміджеві коди, стверджують переваги продукту, описують маркетингові клемі упаковки.
- підготовка іміджевого ряду, відмалювати/сфотографувати фуд-зони, створити персонажів, сформувані у графічному редакторі дизайн-концепт. Останній повинен представляти товар так, як його побачить покупець на прилавку чи в Інтернеті.
- у процесі роботи над дизайном потрібно розуміти, як саме виготовлятиметься упаковка та етикетка. Тобто потрібно розробити форм-фактор (під картон, пластик, ПЕТ, скло, тощо), конструкцію штанцформ з урахуванням технічних вимог виробника пакування [27, с. 140].

Упаковка – це рекламна площа, тому її дизайн слід розробляти не менш ретельно, ніж будь-яке рекламне повідомлення, де є основні та допоміжні елементи, першорядні допоміжні елементи, першорядні і другорядні звернення. Тому його пакування повинно бути конкурентоспроможним та відповідати правилам ринку.

Основні правила вдалого дизайну пакування:

- Одним з найважливіших аспектів при проектуванні упаковки є функціональність. Однак, при створенні пакування, дизайнер повинен

враховувати масову виробництво та тиражування продукту: він все-таки створює не тільки витвір мистецтва, головне призначення якого – привернути око споживачів, а перш за все масова продукцію, що тиражується. Тому упаковка обов'язково має бути технологічною у виготовленні, ергономічною та зрозумілою за дизайном.

- Адекватність продукту. Споживачу з першої секунди має бути зрозуміло, що за продукт приховує упаковка та чому її оформлення виглядає саме в такий спосіб. Розуміння думки та побажань споживачів важливе при проектуванні упаковки. Негативна сприйняття або неадекватність упаковки можуть вплинути на рішення покупців не купувати товар. Тому здійснення досліджень ринку та отримання зворотного зв'язку від споживачів є важливою частиною процесу проектування упаковки.
- Рівень безпеки від підробок. Додавання захисних елементів, таких як голограми, спеціальні маркування, покриття або запечатування, допомагає запобігти підробці та підтвердити автентичність продукту.
- Вартість виробництва упаковки. Зниження вартості упаковки може бути корисним, але не на шкоду її ефективності та здатності привернути увагу споживачів. Важливо знайти оптимальний компроміс між якістю, ціною та дизайном упаковки [6, с. 69].

Застосування ігрового підходу у проектуванні упаковок також може мати позитивний вплив на екологічні проблеми. Використання вторинної упаковки, яку споживачі можуть повторно використовувати для ігор або інших цілей, сприяє зменшенню відходів та сприяє сталим практикам споживання. Це може бути важливим кроком у напрямку сталого розвитку та зменшення екологічного впливу упаковки на навколишнє середовище [20, с. 476]. Але у сучасному світі настільних ігор зовнішня привабливість коробки та її вторинне використання не завжди стає вирішальною для людини під час покупки. Будь-яка настільна гра складається з пов'язаних елементів, інструментів і механізмів взаємодії з гравцями. Механіка являє собою сукупність цих механізмів, якими оперує

гравець за допомогою наявного інструментарію. Тому, механіка – це алгоритм функціонування певної частини або всієї настільної гри [5, с. 136].

Одним із ключових алгоритмів при розробці механіки та який є й не ігровим елементом гри, є – правила. Створення чітких і лаконічних правил – одне з найскладніших завдань для дизайнерів.

Пояснення складних ідей за допомогою лише тексту та нерухомих зображень – це величезний виклик. Але написання чітких правил є абсолютною необхідністю для створення гри. Існує низка принципів, які допоможуть поєднати дизайн і механіку в єдиний правил гри.

Перший крок – визначити структуру. Кожна гра відрізняється від інших. Тому не існує стандартної структури правил. Однак існує загальна первинна структура:

- Тематичний вступ/передісторія – короткий опис сеттингу та теми вашої гри.
- Тематична мета – які цілі гравців з погляду теми. Виходячи з цього, гравці повинні мати приблизне уявлення про те, як вони взаємодіятимуть один з одним та які умови перемоги.
- Список компонентів – тут слід докладно описувати, як інтерпретувати інформацію на картах, кубиках, тайлах або інших компонентах, щоб гравці могли визначити, чи є у них всі частини гри.
- Налаштування – показати, де розмістити компоненти та інші підготовчі кроки.
- Типовий хід. Поясніть, які дії можуть відбуватись на типовому ході.
- Особливі дії/повороти – визначте дії, які можна виконувати у свою чергу або позачергово.
- Приклади ігрового процесу – включіть найпоширеніші дії у звичайний хід.
- Умови фіналу/підрахунку балів/виграшу – саме в який момент закінчується гра та як визначити переможця.

- Додаток – це гарне місце для розміщення інформації, яка не є необхідною для ігрового процесу, але все ж таки може бути корисною, наприклад, розбивка за типами карт у колоді [41].

Другий етап – версія зведення правил. Тут відстежується кожна версія правил у міру внесення змін. Механіка правил так само, як дизайн гри – це ітеративний процес:

- На першому етапі – записати всі правила на папері. Це чудовий документ для нотаток.
- На другому етапі – процес формулювання.
- На третьому етапі потрібно зосередитися на термінології
- На четвертому етапі, початок редагування правил, щоб полегшити пошук розділів та підрозділів [41].

Третій етап – дизайн. Лише після того, як визначено базову структуру та ігрову механіку, можна переходити до дизайну. Дизайн необхідний для того, щоб виділити концепції, які потребують детального пояснення. У таких випадках дуже корисними є ілюстрації.

Зображення та ілюстрації можна використовувати, щоб підкреслити основні ігрові механіки. Якщо гравці не розуміють цього, ваша гра, швидше за все, не буде працювати. Оскільки людське сприйняття зображень має свої особливості, шрифти дизайнер повинен враховувати у своїй роботі. Деякі графічні форми викликають у глядача оптичні ілюзії, і в нього створюється відчуття неправильної геометричної структури зображення. У таких випадках задача дизайнера – свідомо внести в зображення такі перекручування геометрії, щоб компенсувати оптичні ілюзії людського ока і щоб візуально зображення сприймалося як геометрично правильне [4, с. 38].

Використання тексту та зображень в дизайні упаковки вимагає врахування системи цінностей та пристосування до сприйняття цільової аудиторії. Вербальний ряд, або текстова інформація, грає важливу роль у комунікації з споживачами. При створенні візуального образу тексту в дизайні упаковки, використовуються графічні елементи та прийоми, які підсилюють

комунікативну складову тексту. Текстові елементи, такі як заголовки, описи, лейбли, мають вплив на споживачів, створюючи асоціації та формуючи мовні образи. Важливо, щоб передана інформація була адекватно сприйнята цільовою аудиторією. Дизайнер повинен враховувати особливості цільової групи споживачів, їх мовні звички, культурні нюанси та очікування. Збалансоване використання текстових та візуальних елементів допомагає не лише візуалізувати інформацію, але й забезпечує адекватну інтерпретацію рекламної ідеї споживачами [2, с. 138].

У дизайні правил зображення та текст використовуються, щоб допомогти гравцю зрозуміти, які умови необхідні для використання певної дії.

Етикетки, символи і стрілки, також використовуються для зображення та пояснення інформації про компоненти гри, такі як карти, поле і спеціальні кубики. Щоб не перевантажувати додаток з правилами, використовуйте понад 10 піктограм або символів [41].

Типографіка відіграє важливу роль у формуванні правил. Різні шрифти створюють типографічні рівні. Те, як визначені групи шрифтів та їх композиція, створює основу для читабельності та зрозумілості всієї гри. Використовуйте основні принципи:

- правильність визначення пропорцій букв серйозно впливає на їхнє сприйняття. Незважаючи на те, що різні шрифти мають різні пропорції знакових ширин, співвідношення ширин різних знаків у кожному шрифті постійні.
- треба враховувати й накреслення шрифту (пряме, похиле, курсив), насиченість («жирність»), ширину, розмір, кегль та інтерліньяж [4, с. 41].
- дотримання шрифтової ієрархії є важливим компонентом для формування правил: жирний або напівжирний шрифт для заголовків абзаців, щоб їх було легше знайти; підзаголовки повинні бути меншими, ніж заголовки, але не менш інформативними ніж основний текст; читабельний шрифт для основної частини тексту.

Завершальним етапом написання правил є тестування. Переконайтеся, що ваші правила зрозумілі. Ви повинні бути впевнені, що ваша ігрова механіка, графічний дизайн та інші елементи дизайну працюють так, як вони представлені та задумані [41].

## РОЗДІЛ II

### АНАЛІЗ ПРЕДМЕТНОЇ ОБЛАСТІ

#### **2.1. Ринок настільних ігор в Україні: сучасний стан та перспективи розвитку**

Настільні ігри стали популярною розвагою як серед дітей та підлітків, так і серед дорослих. Їх використання давно переросло з простої розваги, настільні ігри стали нововведенням у освітніх заходах для навчального процесу, починаючи з дошкільної освіти, шкільні програми та вищі навчальні заклади, а також застосовується в освіті для дорослих. Тому, сучасний ринок настільних ігор, викликає великий інтерес не тільки у дизайнерів, а й у маркетологів, перед якими стоїть завдання досліджувати та детально вивчати потреби споживачів і надавати їм можливість отримувати найвищі продукти якості.

Дитячий ринок іграшок на сьогоднішній день є одним з найбільшим потенціалом розвитку. За даними Української Асоціації індустрії іграшок (УАІ), в Україні обсяги ринку іграшок збільшилися на 10% у 2019 році і склали \$633 млн. Такі темпи зростання в цьому сегменті ринку пояснюються кількома факторами. Такі темпи зростання в цьому сегменті ринку пояснюються кількома факторами. По-перше, стабільний попит на дитячі іграшки є одним з ключових факторів розвитку цього ринку. По-друге, попит на іграшки мало залежить від ціни. По-третє, сучасне покоління свідомо обирає ігри та розваги, і це також стимулює попит на іграшки [16, с. 181].

Пандемія COVID-19 справила значний вплив на ринок настільних ігор. Закриття роздрібних магазинів і скасування подій та ігрових конвенцій призвели до змін у споживчій поведінці. Багато батьків, змушених залишатися вдома зі своїми дітьми через закриття шкіл, звернули увагу на розвиваючі ігри як засіб розваги та навчання для дітей. Це призвело до зростання онлайн-продажів настільних ігор в Україні на 18%.

Позитивним аспектом пандемії COVID-19 на ринку настільних ігор було збільшення кількості видавництв і індивідуалізація бізнесу в цій галузі. Багато компаній почали створювати власні ігри та використовувати інноваційні підходи для привернення уваги споживачів [11, с. 245].

У загальному ринок іграшок показує постійне зростання в Україні. За даними Державної служби статистики України, продажі в сегменті «Ігри та іграшки» показують позитивну динаміку, зростаючи на 2-3% щорічно. Однак, критерії вибору продукції для дітей також змінюються. Батьки тепер звертають більше уваги на безпеку товару, відомість торгової марки, країну виробництва, наявність сертифікатів якості та гігієнічних висновків. Безпека і якість стали головними факторами, які впливають на вибір продукції батьками, оскільки вони турбуються про здоров'я своїх дітей [7, с. 4].

З розвитком ринку в Україні призвів до зростання кількості видавництв, які займаються створенням власних ігор. Понад 20 видавництв на сьогоднішній день активно працюють на ринку в Україні. Ці компанії починали свою діяльність з перепродажу в роздрібній мережі відомих ігор, а з часом розвинулися власними видавництвами [11, с. 245].

Ринок роздрібною торгівлі дитячими товарами в Україні ще не насичений, і рівень конкуренції серед гравців є порівняно низьким. Це свідчить про перспективи ринку. Розвиток ринку призвів до створення нових ігор та формування авторських прав на них [7, с. 2].

Раніше більшість ринку дитячих товарів належала «стихійним базарам», які пропонували недорогі китайські вироби. Проте зараз спеціалізовані магазини займають близько половини ринку дитячих товарів. Це свідчить про зміну споживчих преференцій та зростання популярності авторських ігор [7, с. 4].

Такі бренди, як Thinkers, Danko, KuPik, Kozak Games, Bombat Game, Feeling Diogo, представляють авторські розробки ігор. Вони мають необхідні сертифікати, що дозволяють продуцентам захищати свої авторські продукти на ринку України та за її межами [11, с. 246].



Однак, значна частка ринку дитячих іграшок в Україні все ще знаходиться у тіні, що ускладнює точне визначення його обсягу. Деякі експерти оцінюють обсяг ринку на рівні 400 млн доларів США. За такою оцінкою, лише близько 15% ринку припадає на українських виробників, до 60% - на Китай, 25% - на країни СНД, а решта ділиться між Польщею та США [7, с. 4].

Для того, щоб бути в курсі всіх новинок на світовому ринку, видавництва активно відвідують спеціалізовані ярмарки, виставки, інтернет-платформи та міжнародні фестивалі, де вони можуть вести переговори з правовласниками щодо умов співпраці.

Українські видавництва співпрацюють з ідейними власниками настільних ігор за двома основними варіантами:

- Купівля ліцензії для виготовлення гри: видавництво купує готові ігри, де весь матеріал перекладено на українську мову для подальшої реалізації на ринку України.
- Ексклюзивна дистрибуція: видавництво отримує права на ексклюзивну дистрибуцію гри в певній країні без необхідності власного виробництва товару.
- Також можливий варіант, коли видавництво самостійно виготовляє гру за ліцензією, але сплачує роялті автору та компанії правовласнику.

Існує ще один варіант співпраці, який є найвигіднішим для виробника. Цей варіант передбачає, що розробник гри самостійно займається всією видавничою та підприємницькою діяльністю, включаючи управління, правові аспекти, маркетинг та логістику. В цьому випадку виробник має можливість отримати найбільший дохід [11, с. 246]. Однак, варто враховувати, що такий підхід вимагає від виробника широкого спектру управлінських знань і навичок, включаючи управління видавничою та підприємницькою діяльністю, правову сферу, маркетинг і логістику.

Хоча ринок настільних ігор має великий потенціал для розвитку в Україні, важливо відзначити, що маркетологи повинні бути усвідомлені актуальних світових тенденцій і працювати над інноваційними розробками. У такому

випадку, українські маркетологи можуть зіткнутися з клонуванням шаблонних управлінських рішень, які прийдуть з-за кордону, замість розвитку власних інноваційних розробок. Це може призвести до втрати ефективності і створення розриву в розвитку, що потім може бути складно подолати [29, с. 319].

Спеціалізовані ігрові фестивалі, такі як «Гікосфера», «Ігросфера» та «Comic Con Ukraine», є важливими подіями в Україні, де українські виробники ігор мають можливість знайти партнерів та встановити тісну співпрацю з лідерами ринку і ідейними натхненниками у галузі настільних ігор. Ці фестивалі, які залучають значну кількість учасників 20-40 тисяч людей, сприяють зростанню популярності настільних ігор в Україні та сприяють підвищенню якості продукції українських виробників, що прагнуть відповідати міжнародним стандартам [11, с. 246].

Для вітчизняних підприємств, які планують вийти на світовий ринок, важливо враховувати, що цей ринок має свою специфіку та цільову аудиторію, що визначає особливості виходу та просування товарів. Однією з сильних сторін на цьому ринку стали інтернет-магазини, оскільки вони стали експертами для представників інформаційного суспільства. Враховуючи ці фактори та працюючи над вдосконаленням якості та впровадженням міжнародних стандартів, українські виробники можуть підвищити свої шанси на успіх на світовому ринку настільних ігор [29, с. 319].

Основні виробники настільних ігор в Україні за 2021-2022 роки, які займають значну частку ринку:

- «Thinkers» – ця фірма-виробник ігор-тренажерів пропонує ігри, що розвивають інтелектуальні здібності, зосереджуючись на різних типах мислення, логіці, структурі, обчисленнях та інших аспектах.
- Бюро ігор «ТАКА МАКА» – цей український бренд самостійно створює ідеї для ігор та виробляє різноманітні настільні ігри.
- «Bombat Game» – виробник спеціалізується на іграх для сімейного відпочинку, пропонуючи їх за доступними цінами.

- «DankoDanko toys» – бренд пропонує широкий асортимент товарів для розваг, включаючи різні категорії ігор з різною ціновою пропозицією.
- «Kozak Games» – це виробник спеціалізується на авторських іграх з українською айдентикою, які характеризуються високою ціновою категорією та реалізуються в подарунковій упаковці [11, с. 246].

Хоча кожен з цих виробників пропонує своїм покупцям різні ігри, найбільшу частку ринку займають виробники настільних ігор, які випускають низку хітових ігор, що генерують найбільші обсяги продажів, які, в свою чергу, формують частку ринку кожного виробника.

Найбільші частки ринку настільних ігор належать таким українським брендам: «ТАКА МАКА» – 22%. «Feelindigo» – 19%, «Bombat Game» – 15%, «DankoDanko toys» – 10%, «Thinkers» – 7% та «Kozak Games» – 6%. Зазначені виробники володіють значною часткою ринку настільних ігор в Україні [11, с. 247].

Однак, виявилось, що лише незначна частина респондентів – 8,3% знає всі ці бренди, і половина опитаних – 50%, навіть не мають знання про жоден з цих брендів. Це свідчить про те, що виробники настільних ігор мало зосереджуються на популяризації своїх торгових марок. Це може бути великою проблемою на сучасному ринку настільних ігор в Україні.

Проте, українські виробники настільних ігор вже навчилися конкурувати на ринку, створюючи якісний товар, який не поступається за дизайном закордонним аналогам. Вони також приділяють увагу безпеці сировинних матеріалів. Крім того, українські виробники мають перевагу у ментальному спілкуванні зі споживачами, оскільки їхні ігри відповідають смакам та уподобанням місцевого ринку.

Крім, вище розглянутих лідерів виробники настільних ігор в Україні є менш популярні виробники настільних ігор: «Енергія Плюс», «Віп-Тойс», «Art Made», «Нега», «Древич», «Vigecotoys», які пропонують логічні та розвиваючі настільні ігри, «Мир Лео» – виробник пазлів, розвиваючих та творчих наборів, «Kidsori Toys» – виробник настільних ігор та розвиваючих іграшок [16, с. 182].

Що стосується популярних настільних ігор серед сімених ігор, в які грають не тільки діти, а й дорослі є «Колонізатори» («The Settlers of Catan»), «Каркассон» («Carcassonne») і «Манчкін» («Munchkin») ці ігри відомі своєю варіативністю і можливістю грати у різних версіях. Гра «Магія» («Magic: The Gathering») і колекційний варгейм з мініатюрами «Warhammer» також мають широку популярність. Ці ігри відрізняються своїм сценарієм і організацією турнірів, що залучають гравців з усього світу [16, с. 182]. Ці ігри є найбільш продаваними на ринку сучасних настільних ігор серед імпортованих продуктів цього напрямку.

Українці проводять більшу частину свого дозвілля з сім'єю, тому вони приділяють особливу увагу розвитку своїх дітей, тож для поєднання цих цілей споживачі постійно слідкують за ринком товарів, які дозволяють цікаво та корисно провести дозвілля, і при цьому, не потребують використання гаджетів. Зміна критеріїв вибору продукції для дітей, включаючи настільні ігри, вказує на зростання уваги до безпеки виробу. Батьки все більше звертають увагу на відомість торгової марки, країну виробництва і наявність сертифікатів якості та гігієнічних висновків. Це свідчить про більш відповідальний підхід до вибору іграшок для своїх дітей [7, с. 5].

Також, важливо визначити цільову аудиторію для настільних ігор. Згідно з дослідженнями, студенти становлять більшість клієнтів настільних ігор – 44%, оскільки вони люблять проводити час у компанії та розвиватися. Батьки з маленькими дітьми становлять 31%, це значна група споживачів, оскільки вони активно залучають своїх дітей до розвивальних гуртків та ігрових активностей. Молоді сім'ї – 17%, які живуть окремо від батьків і мають можливість організувати розваги вдома. Найменшу частку займають дорослі люди, у яких вже є дорослі діти, – це фанати улюблених ігор, які іноді знаходять вільний від роботи час або пенсіонери, які шукають компанію [11, с. 245].

При дослідженні ринку настільних ігор, який активно функціонує не лише в секторі розваг, але й в освітній діяльності для різних цільових аудиторій, актуальним також вбачається вивчення процесу продажів компаній-виробників

та дистриб'юторів на ринку настільних ігор, особливо зараз, під впливом воєнних дій в Україні, що дав ще більший поштовх на використання електронної комерції та SMM-маркетингу, можуть бути важливими інструментами для просування та продажу будь-якої настільної гри.

## **2.2. Етапи роботи над дизайном настільних ігор: від задуму до прототипу**

Графічний дизайн впливає на весь візуальний аспект гри і створює унікальну художню атмосферу, яка допомагає гравцям зануритися у гру та відчутти її характер: розробка пакування, що взаємодіє з гравцем та привертає його увагу, дизайн персонажів, створення ігрового поля, проектування навігації – символи, графічні елементи, що допомагає гравцям орієнтуватися у процесі гри, розробка карток, фішок та правил. Усі ці компоненти будують художню атмосферу та формують характер гри.

Ігри, це такий продукт, який розробляється «з нуля» і проходить певні етапи. На першому і основному етапі «pre-production» графічний дизайнер займається створенням елементів, що взаємодіють з гравцем. Це включає розробку пакування, яке привертає увагу споживача, дизайн персонажів, створення ігрового поля, навігаційні символи та графічні елементи, що допомагають гравцям орієнтуватися у грі, а також розробку карток, фішок та правил. Ключовим є створення єдиного стилю та візуальної концепції гри. Це допомагає виробникам і розробникам гри сформуванню чіткої системи візуальних образів, з метою мінімізації витрат, ризику і економії часу [13, с. 274].

На етапі «pre-production» при проектуванні треба чітко розподілити завдання: креслення, як форма роботи, використовується для пошуку композиції та створення візуальних концепцій. Це може бути лінійна техніка, використання олівців, лайнерів, маркерів та ручок для намічення контурів і структури об'єктів. Цей процес дозволяє дизайнерам експериментувати з різними композиціями та вибрати найбільш вдалу. Крім того, дизайнерам потрібно розробляти конкретні завдання передачі матеріалу, кольору та фактури об'єктів гри. Вони використовують різні традиційні та новітні методи та матеріали зображення для створення бажаного ефекту. Це може включати в себе використання комп'ютерних графічних програм, цифрове малювання, використання текстур та інших художніх елементів [19, с. 263].

Перед дизайнерами та художниками ігрової індустрії стоїть ряд завдань, часто мотивованих комерційними та маркетинговими цілями, які він має вирішити за допомогою продукту своєї діяльності [13, с. 274].

Другий етап розробки гри називається «production». Він включає в себе визначення єдиного жанрового та стилістичного оформлення, що створюватиме цілісну систему. В сфері ігрової індустрії це прийнято називати «сеттингом» – використовується для позначення антуражу або оточення, в якому відбуваються події гри. Він охоплює всі графічні елементи, що створюють візуальну атмосферу гри і надають їй цілісність. Сеттинг є важливим аспектом геймдизайну, оскільки він визначає стиль, настрій та атмосферу гри, а також допомагає ідентифікувати світ, в якому відбуваються події. Графічне оформлення гри має велике значення, оскільки воно привертає увагу та створює перший враження у гравців. Художній стиль може стати однією з головних привабливих родзинок проекту та залучити значну частину цільової аудиторії. Він також допомагає визначити ідею гри і підкреслити її концепцію.

Оформлення гри впливає на багато факторів, таких як жанр гри, можливості програмного ігрового рушія (game engine), креативність розробників та естетичні вимоги. Враховуючи ці фактори, графічний дизайнер створює візуальну концепцію гри, використовуючи різноманітні графічні елементи, колірну гаму, текстури та інші візуальні ефекти, щоб доповнити та зміцнити геймплей та інші аспекти гри [13, с. 274].

Епоха постмодернізму та класичного мистецтва можуть сильно впливати на естетичну складову ігрового контенту і концепційну ідею наративу гри. Класичні техніки та елементи мистецтва можуть бути використані для створення візуальної композиції гри, включаючи взаємодію ліній, форм і об'ємів. Ці техніки можуть додати практичність та структуру для роботи художників і дизайнерів. Базові геометричні форми та їх композиції є інструментом для організації твору мистецтва і формування естетичних показників образів у гейм-дизайні [18, с. 105]. Вони можуть використовуватися для створення стилістики ігрового світу, персонажів та ігрових ресурсів. Підбір

відповідного референтного матеріалу, такого як фотографії і ескізи, може допомогти в розробці цих елементів [13, с. 274].

Однак, успішність проекту в ігровій індустрії не залежить лише від сеттингу. Розробка ігрових персонажів також має велике значення. Створення цілісного образу головних героїв, неігрових персонажів і груп персонажів є важливим етапом. Ці персонажі можуть бути контрольованими гравцем або взаємодіяти з гравцем у різних ролях. Вони можуть бути представленими як союзники, противники, напарники або нейтральні персонажі. Розробка персонажів враховує бажання гравців відносно ролей, які вони хотіли б відтворити в ігровому світі. Все це допомагає створити цілісну і привабливу гру, де гравець може відчувати себе у ролі персонажів і сприймати віртуальний світ [17, с. 90].

Головне завдання дизайнера полягає в створенні персонажів, які не тільки відповідають сюжету і ролі в грі, але й є привабливими та не прикріпленими до гравця. Це досягається шляхом гармонійного поєднання психологічної характеристики персонажа, його поведінки та зовнішнього вигляду. При створенні персонажа дизайнери враховують візуальні параметри, які люди зазвичай спостерігають у повсякденному житті. Це можуть бути такі фактори, як будова тіла, зріст, вага, стать, статура, одяг та інші. Аналізуючи сюжет і роль персонажа у світі гри, дизайнери створюють унікальний образ, який зацікавить гравців.

Важливо пам'ятати, що дизайн персонажів включає не лише створення протагоністів, але й антагоністів, а також другорядних персонажів та масовку. Навіть масовка, яка зустрічається гравцеві, повинна мати свою унікальність. Надмірна одноманітність у вигляді подібних персонажів може порушити реалістичність ігрового світу і завадити гравцеві повністю зануритися в гру. Тому у сучасному гейм-дизайні це є суворою вимогою. Тому, створення персонажів, які відповідають сюжету, ролі та атмосфері гри, має велике значення для успіху проекту. Гармонійне поєднання внутрішньої сутності персонажа, його зовнішнього вигляду та психологічної характеристики



допомагає створити цікавих та запам'ятовування героїв, які не дратують гравця і додають глибини іммерсії в ігровий світ [17, с. 90-91].

Останній етап, але не менш важливим у розробці є «post production». Це етап внесення останніх корективів, покращення, об'єднання всіх елементів разом та тестування. Тут є важливим проробка та усунення усіх недоліків гри [13, с. 275]. Якщо хоч один із елементів у ході тестування здається неправильним, або механіка гри відійшла від задуму, або немає єдиного стилістичне рішення то весь проект може піти під укіс. Ось чому «post production» такий важливий, тому що редактори, дизайнери можуть виправити ці проблеми, а також зробити так, щоб все виглядало красиво та якісно.

### **2.3. Аналіз аналогів**

Аналіз аналогів та прототипів є одним із перших етапів створення проекту, що дозволяє не тільки перевірити реалізацію технічних ідей, а й продемонструвати роботу майбутнього проекту.

Розглянемо існуючі настільні ігри для вивчення мистецтва, які найбільш поширені серед користувачів, щоб визначити усі недоліки та переваги того чи іншого продукту, які слід враховувати під час розробки при визначені функціональних вимог якими повинна володіти власна настільна гра.

Настільна гра «Modern Art» («Сучасне мистецтво») – карткова гра з механікою аукціону, в якій гравці мають розумно розпоряджатися готівкою для досягнення мети гри.

Механіка гри заключається у 4 раундах, протягом яких гравці по черзі виставляють на продаж свої картини через аукціон. Який тип застосовується до того чи іншого полотна, вказано на карті з картиною. Переможець аукціону оплачує купівлю аукціоністу, а провідний аукціону платить банку. Закінчення раунду настає, коли на лот потрапляє 5 картина одного художника. Після цього визначається популярність художників, виходячи з якої призначається вартість картин під час їх продажу гравцями банку. Перемагає у грі мистецтвознавець, який зміг заробити найбільшу суму грошей (Додаток Б, рис. Б.1) [36].

Переваги: єдине стилістичне оформлення усіх компонентів гри; раціональне поєднання тексту з ілюстраціями, які гармонійно поєднуються та повною мірою розкривають заявлену тему; присутні текстові та кольорові акценти, що дають можливість простежити різницю між інформацією та ілюстраціями; зрозуміла механіка гри: мета гри, хід гравців, кількість раундів та час закінчення, як визначається переможець.

Недоліки: ігрове поле має активну кольорову гаму, важко виділити місце на полі для жетонів, які використовуються у процесі аукціонної гри; використання темного фону, акцентних, контрастних кольорів та декоративного шрифту для карток відволікає від представлених ілюстрацій на картках, це все не поєднуються у цілісну картину та виглядає хаотично.

Настільна гра «Живопис» (Canvas) – учасникам пропонується поринути у дивовижний світ мистецтва та творчості, і позмагатися один з одним (Додаток Б, рис. Б.2) [34].

Перед початком партії в центр столу розміщується килимок полотна та всі інші елементи. У свій хід гравець повинен виконати дію: взяти художню картку. Якщо в руці у гравця менше 5 карток, він може взяти з килимка одну. Для цього потрібно помістити по 1 жетону натхнення на кожен карту живопису, що була пропущена. Перша карта дістається йому безкоштовно, разом із жетонами натхнення. За допомогою прозорих карток з елементами ілюстрацій вони створюватимуть свої картини. На картах розміщені значки, які створюють унікальну комбінацію при накладанні карток.

Кінець гри: коли всі гравці завершать 3 картини, гра закінчується. Підраховуються бали з урахуванням набору стрічок. Перемагає гравець із найбільшою кількістю балів.

Переваги: застосовано виразні колірні контрасти та динаміка композиції. Динамікою композиції є імітація руху: «вітру», «шляху» та «стрічок». Колірними контрастами виступають зображення з підсиленням білого кольору, що створюють гармонію у композиційному ряді та виділяють й згруповує всі об'єкти між собою. Кожне зображення має свою послідовність на вжитому

форматі, тему та пов'язані елементи, тобто, використане певне зонування простору.

Недоліки: шрифт на темному фоні карток не є зручним для висвітлення короткої інформації. Деякі деталі не мають певної практичної цілі – використання великої кількості символів/знаків повторів внизу композиції, які ускладнюють та не дають змоги зробити акценти на основних деталях композиції.

«Питання та відповіді про мистецтво» – книга-гра, гра-головоломка. У цій книзі-грі, гравці знайдуть відповіді на питання про мистецтво, художників і скульпторів (Додаток Б, рис. Б.3) [32, с. 2-3].

Механіка гри подана у форматі відповідей на запитання: «Так чи ні?», «Як?», «Чому?», «Коли?», «Де?», «Хто?». Для того щоб дізнатися відповіді необхідно заглянути під «стулки» (це спеціальні віконця) ілюстрації. Чергу питань визначається гравцем. Ця гра-книга призначена на розширення кругозору, а ніяк не на конкуренцію, тому тут немає переможця і того, хто програв. В неї можна грати як самотужки, так й великою компанією.

Переваги: чітко сформульована інформація, рознесена в часі (описаний конкретний період). Всі елементи органічно зв'язані між собою: текстова інформація має ієрархію: заголовок, підзаголовок та основна інформація. Яскраві та детально розроблені ілюстрації – все підтримано у вибраній колірній гаммі, з вкрапленнями синього для фокуса погляду на тексті і червоного для концентрування на найважливіших деталях. Грамотне композиційне рішення на форматі, все має своє місце, неординарна подача та рішення щодо подання фактів з історії мистецтва.

Недоліки: через кольорові рішення втрачається фіксація на головних елементах; хоч елементи та ілюстрацію у композиції мають своє місце, але не вистачає вільного простору на аркуші, ще й підсилює перевантаження допоміжні символи фону, які ускладнюють концентрацію на тексті та ілюстрації.

Настільна гра «Академія Мистецтв» (Abstract Academy) (українська версія) – у цій грі пропонують продемонструвати свій талант художника та створити найвитонченіше полотно у настільній картковій сімейній грі (Додаток Б, рис. Б.4) [31].

Для початку учасники сортують карти та отримують у своє розпорядження за однією карткою натхнення та 3 карти полотна. Гра складається з 3-х раундів: «Теорія кольору», «Композиція» та «Фінальний проект». У першому раунді потрібно викласти з кожної стопки одну картку кольорових завдань, у другому – дві випадкові карти професора, а третьому – дві випадкові карти колірних завдань та одну карту професора. Кожен раунд ставить завдання, які учасникам необхідно виконати, щоб здобути переможні очки. На завершенні кожного раунду всі карти полотна відправляються на скидання. Виконуючи хід, активний гравець вибирає 1 з 3 карт у своїй руці та викладає її на загальне поле. І оскільки полотно одне на всіх, гравець намагається не лише виконати завдання, а й ускладнити виконання завдання своєму супернику. За підсумком гравець, який створив кращий шедевр, отримує всі переможні бали і перемагає у грі.

Переваги: у грі використано аналогову колірну гармонію, що слугує вдалим акцентним рішенням. Деталі виділенні жовтим, синім або рожевим кольором, що несуть основну інформацію. Текстова частина виконана в білому кольорі на темному фоні, що сприяє зоровому сприйняттю глядача. Так як на темному фоні кольори сприймаються більш контрастними, тому зробити акценти простіше. У композиційному рішенні присутня градація інформації разом з ілюстраціями.

Недоліки: маючи активну кольорову гаму, важко сприймається використання яскравих та детально розроблених ілюстрацій та інформаційні блоки тексту, також у цьому випадку, при використанні темного фону та декоративного шрифту з обмеженим вільним простором, сприйняття тексту вкрай низьке. Є питання до механіки гри, особливо до кількості ігрових раундів і як саме гравець ускладнює задачу супернику: які методи використання

ускладнень, їх кількість, і чому саме ускладнення йде у кінці раундів, а не на кожному етапі виконуваного завдання, ця сукупність викликає ускладнення особливо для новачків гри.

Настільна карткова гра «Кілька хвилин дизайну: 52 вправи, що пробудять вашу креативність» (українська версія) – мета гри полягає у розвитку своєї креативності (Додаток Б, рис. Б.5) [30].

Механіка гри заключається у п'ятдесят дві вправи та активності, які покликані звільнити творчість і допомогти проявити креативність. Картки охоплюють весь спектр дизайну: від шрифтів до архітектури. Картки підходять, новачкам, досвідченим дизайнерам-практикам та просто креативним людям, які мають бажання цікаво та корисно провести вільний час. Кожна із вправ займе мінімум 15 хвилин, варіативність та час обирає сам гравець, тут немає правильної чи не правильної відповіді, але кожен вибір повинен бути обґрунтованим.

Переваги: якість друку пакування та карток – двосторонній повноколірний. Визначена тематика гри та виклад інформації, яка передається за допомогою карток, має основні розділи для ознайомлення гравця з мистецтвом та її особливостями, які визначені за допомогою контрастних кольорів, встановлюють зв'язок між різними поняттями. Конкретно простежуються ключові елементи дизайну: ілюстрації у єдиній стилістиці в поєднанні з текстовими блоками, в яких присутня ієрархія: заголовок, підзаголовок та основна інформація. Цікаве рішення щодо форми пакування та карток – поєднання геометрії та скруглення, яке привертає увагу глядача. Зрозуміла механіка гри: що потрібно зробити, навіщо, скільки часу займає процес вправи та варіативність гри.

Недоліки: немає в комплекті правил гри з ними можна ознайомитись лише на самому сайті коли замовляєш гру, хоч правила і не складні, але не є зручним для гравця. На зворотній стороні пакування розміщена цитата, чим корисна гра, для того щоб ознайомитись з інформацією вам постійно треба брати коробку до рук, це не є практичним у використанні, особливо для гравця. Складність у

читабельність інформації на задній стороні пакування і боковій частині, через малий розмір шрифту. Занадто велика контрастність, через поєднання білого кольору на темно-синьому фоні, ще й з виделенням головних аспектів: зеленим, помаранчевим і рожевим – не дає можливості сконцентруватися на інформації і не поєднується у цілісну картину та виглядає хаотично.

## РОЗДІЛ ІІІ

### ПРОЕКТУВАННЯ НАСТІЛЬНОЇ ГРИ

#### 3.1. Формування концепції проєкту

Створення та розробка власної настільної гри є складною задачею і вимагає великої продуманої роботи. Перед тим як розпочати розробку дизайну настільної гри «Мистецтво в грі», було визначено етапи роботи, а саме: продумування ідеї, теми, яка визначає жанр гри, мета, хід гри, як визначається переможець, тривалість, компоненти, структура гри, і головне – цільова аудиторія (вік потенційних гравців).

Головна ідея проєкту – створення творчого простору на базі вивчення головних аспектів не тільки класичного мистецтва, а й сучасного графічного дизайну. Ця гра не претендує на повне уявлення про всесвітню історію мистецтва та аспекти графічного дизайну, гра створює умови, для мозкового штурму через асоціації і дає можливість створити власний творчий простір з різною варіативністю і часом проведення дозвілля. Доречі, саме з цих аспектів і була сформована назва проєкту «Мистецтво в грі».

Жанр гри – мозковий штурм або гра на спритність та уважності, в якій потрібно якомога точніше передавати слова, зображення, символи, які ти бачиш на картках за допомогою асоціативного поля.

Мета гри – задача кожного гравця заплутати інших гравців (потенційних суперників) та стати переможцем. Чим більше описів, тим більше шансів вгадати вашу асоціацію з карток.

Хід гри: помістіть ігрове поле з іконками посередині столу, воно має бути добре видно всім гравцям. Розподіліть колоду карт за складністю: жовтий колір – легкий рівень, синій колір – середній рівень, пурпуровий колір – складний рівень та покладіть обличчям вниз, щоб ви бачили візерунок, а не склад картки. Кожен гравець обирає набір фішок – це ваші коштовні інструменти для пояснення! У будь-який спосіб виберіть чергу ходів гравців і приступайте до гри.

Перед початком визначтеся як ви хочете грати: з'єднати всі картки різного рівня, або вибрати 2 рівні складності, можливий і один рівень складності для гри. Тільки після цього можна приступити до гри.

Гравець бере карту концепту з колоди (вибирає з рівнів складності) і розміщує фішку на тій іконці поля, яка найбільше підходить загаданого слова, картини або символу. Іконки поля розподілені на колони за такими ознаками: форма, колір, розміщення на форматі, вид композиції, прийоми композиції, текст та 2 колонки періодів мистецтва: Первісне (доісторичне), Античне, Середньовіччя, Відродження, Бароко, Класицизм, Рококо, Романтизм, Реалізм, Імпресіонізм, Експресіонізм, Кубізм, Сюрреалізм, Дадаїзм, Абстракціонізм, Супрематизм, Поп-арт, Кінетизм, Фовізм, Неопластицизм, Футуризм, Мінімалізм, Оп-арт, Спеціалізм і загальне позначення всіх останніх течій сучасного мистецтва [21]. Також на полі присутня колонка, яка розміщена посередині поля з позначеннями «?», «?!» для жетонів допомоги, кожен гравець може покласти свою фішку і поставити запитання якщо не розуміє асоціації іншого гравця.

Перший гравець, який правильно вгадає карту, забирає її собі, якщо ніхто не вгадав асоціацію іншого гравця, то картка скидається. Після цього наступні ходи гравців йдуть за годинниковою стрілкою.

До гри є уточнення для кращого розуміння ходів гри:

- Ви можете використовувати будь-яку кількість фішок, щоб допомогти іншим відгадати слово, картину або символ, проте зайва інформація може заплутати гравців. Жодних обмежень і штрафів, що залежать від кількості використаних фішок, немає!
- Порядок, у якому ви викладаєте фішки на полі, може виявитися дуже важливим, подумайте як краще це зробити.
- Відповіді на питання можуть бути в ключі: «так» чи «ні», тому потрібно чітко формулювати свої питання.

Закінчення гри: гра завершується після того, як один із гравців набере 5 карток. Гравець (або гравці), що зібрав 5 карток, оголошується переможцем.



Тривалість гри, буде залежати від рівня складності карток: легкий, середній та складний та й від варіативності гри, які можуть обрати гравці: настільна карткова гра або карткова гра з полем. Виходячи з цього було визначена умовна тривалість гри, яка не перевищує 90 хв.

Структура гри: пакування, 1 правила, 1 ігрове поле з іконками асоціацій, 4 набори фішок, 9 жетонів допомоги, 100 ігрових карток з різними рівнями складності позначені конкретним стильових рішенням та кольором.

Після визначення основних етапів розробки настільної гри, було обрано потенційну аудиторію. Слід зазначити, що майже будь-який проєкт, який несе у собі ідею створення творчого простору має широку цільову аудиторію, але кожний проєкт несе різні цілі, тому було виділені фактори, які впливають на сегмент аудиторії. Основні фактори: демографічні, географічні, мотиваційні та психологічні.

По-перше, головна ідея проєкту є створення творчого простору на базі вивчення головних аспектів не тільки класичного мистецтва, а й сучасного графічного дизайну з урахуванням сучасних технологій та нововведень на засадах психологічного впливу покоління з 1999-2012 рр. Цей сегмент має певні психологічні особливості: швидкість та легкість сприйняття інформації, спостережливість (через постійну комунікацію у соціальні мережі та при спілкування наживо), виявлення своїх емоцій та вражень, схильність до швидких рішень.

По-друге, зважаючи на демографічні та географічні особливості, визначається, що основною аудиторією для проєкту є молоде населення, так як мистецтво має широке коло використання, то й стать та сімейний стан не є головним аспектом для визначення, але у категорії освіти та професії варто вказати мистецьке спрямування. Для географічних ознак характерне вузьке спрямування – це україномовне населення.

Окремо виділяється аудиторія більш старшого покоління (30-45+) творчих професій, яких може зацікавити поглиблення своїх знань або ж невеликий

мозковий штурм для отримання натхнення, генерацією ідей та поширення свого художнього бачення.

Спираючись на проаналізовану інформацію, сформувалась цільова аудиторія – україномовне населення, 18-23 років: студенти, магістри творчих спеціальностей, 30-45+ років: люди з мистецьких напрямом професії, які бажають розширити свої знання та час дозвілля.

### **3.2. Пошук стилістичного рішення проєкту**

У процесі розробки дизайн-проєкту невід'ємною частиною є не лише формування концепції та механіки гри, а визначення основних композиційно-гармонійних образів, єдиного стилістичного рішення, який буде передавати креативність, особливість оздоблення у поєднанні з визначеною кольоровою гамою.

Так як жанром є мозковий штурм та гра на спритність та уважності, в якій потрібно якомога точніше передавати слова, зображення, символи, які ти бачиш на картках за допомогою асоціативного поля на базі створення творчого простору, то й стилістичне рішення повинно легко сприйматися та простежуватися не лише через ілюстрації, а й через графічні знаки та композицією й поєднанням різних шрифтових гарнітур.

Для оформлення ігрових та неігрових компонентів гри було обрано такі стилі:

- Скетчинг – ескіз, начерк, зарисовка. Вважається, що скетчинг це більше, ніж просто зручний спосіб вирішення проектних завдань, а є основним засобом мислення дизайнера [39, с. 2]. Ось чому, для пошуку єдиного образу який збиратиме усі складові гри було обрано цей стиль для компонентів настільної гри (Додаток В, рис. В.1).
- Digital art – націлені на відображення інформаційного змісту шляхом матеріалізації концепцій у цифровому форматі [37, с. 98], за допомогою нього було зроблену імітацію традиційних інструментів та технік:

текстури фарби та шерохуватість, яка нагадує акварельний папір (Додаток В, рис. В.2).

- Модерн або ар-нуво – природа і наука, девіз цього стилю. Об'єднуючою рисою було спрощення форм заради більшої органічності мистецтва, навіть деяка примітивізація та відтворення природних ритмів [40, с. 5]. Використання цього стилю було обумовлене тим, щоб полегшити візуальне та смислове навантаження на глядача за допомогою абстрактних ліній та форм, які повторюють природні мотиви та викликають асоціації з побаченого (Додаток В, рис. В.3).
- Векторна графіка, як ключовий елемент збору усіх компонентів гри: оформлення іконок для ігрового поля асоціацій, ілюстрацій для карток, внутрішніх сторін правил гри, жетонів і фішок (Додаток В, рис. В.4).

### **3.3. Технічна реалізація**

Визначивши тему, мету, завдання, об'єкт дослідження, цільову аудиторію, формулювання концепції, механіки та пошуково-проектний процес – переходимо до реалізування проекту та його технічне виконання.

Короткий опис, який складається з таких частин: розмір та дизайн пакування, розмір поля та його складові, різнорівневі картки, фішки та жетони допомоги для позначень асоціації, правила гри, основні шрифти, програми у яких проводилась компонування та редагування проекту.

Основна кольорова модель проекту – СМΥК. Акцент при виборі кольорової гармонії зроблений на аналогово-комплементарній для акцентування уваги глядача на основних деталях та виділення різниці між текстовою інформацією та зображеннями: #F9E6AD, #EAB818, #DC911B, #9094C7, #302B70, #C40050, #69AEE3, #00A1D2, #17436E, #0D112C (див.рис.3.1) [9].



Рисунок 3.1 – Кольори проекту

Основні шрифти проекту – Century Gothic для основного тексту та Advokat Modern Regular для заголовків (див.рис.3.2).

**ADVOKAT MODERN REGULAR**  
Century Gothic Regular

Рисунок 3.2 – Шрифти проекту

Для макету схеми пакування обрано режим СМУК для друку та простір робочого профілю U.S. Web Coated (SWOP) v2.

У ході роботи над пакуванням були виконані наступні дії:

- вибір форми коробки – квадратна;
- розробка викрійки з висічками та припусками у 2 мм. Кришка, дно та захисний клапан коробки розміром – 400х400мм. Бокові сторони коробки– 80х400мм. На кожній зі сторін боковини коробочки присутні місця для склеювання 80х60мм. Також у схемі розроблено механізм закриття коробки розміром – 55х25мм та отвір на одній із бічних сторін дна коробки розміром – 55х5мм (Додаток Г, див. рис. Г.1).

Для розробки ілюстрацій пакування гри було обрано режим General СМУК Profile у програмі Procreate з розміром холсту – 400х400 мм з урахуванням припусків 2 мм:

- розроблено ескіз де провідною ідеєю було поєднання комп'ютерних технологій і класичного мистецтва [12]. Технічний процес висвітлює – штучний інтелект у вигляді хлопця, а класичне мистецтво – це інформація, яка йде від штучного інтелекту, тобто, новий процес бере свій

початок від класичного мистецтва та продовжує його у сучасних тенденціях;

- деталізація та опрацювання елементів за допомогою кольорів у Procreate: #17436E, #0D112C, #00A1D2, #C40050, #302B70, #9094C7, #EAB818 з додаванням текстури шерохватості для більшої фактури і об'єму; додачу тексту Advokat Modern Regular для заголовку пакування розміром – 81 пт., Century Gothic для підзаголовку розмір – 40 пт., текст-інформації розміром – 26 пт.; редагування та групування ілюстрації та тексту з допоміжними елементами дизайну: логотип дизайн ЗНУ, штрих-коду, Q-коду, графічними знаками та картками у єдину композицію для остаточного вигляду пакування у програмі Adobe Illustrator (Додаток Г., рис. Г.2).

Для макету гральних карт різних рівнів обрано режим General CMYK Profile у програмі Procreate з розміром – 60x90 мм з урахуванням припусків у 2 мм:

- виконання лицьової сторони карток у стилістичному рішенні модерн через передачу природних ритмів.
- деталізація та опрацювання елементів за допомогою кольорів у Procreate. Для карток легкого рівня: #EAB818, #274469, #F9E6AD, #0D112C, #C40050, для карток середнього та складного рівнів: #69AEE3, #DC911B, #EAB818, #274469, #F9E6AD, #0D112C, #C40050 з додаванням текстури шерохватості для більшої фактури і об'єму;
- ілюстрації виконані єдиному стилістичному оформленні у поєднанні з явно підкресленою геометрією та без особливих рис облич (картини відомих художників кожного періоду) та плавністю графічних знаків (Додаток Г., рис. Г.3)[10];
- додачу тексту Century Gothic для текст-інформації розміром 6 пт., шрифтові заголовки розміром 26 пт., та 34 пт.
- редагування та групування ілюстрації та тексту у єдину композицію для остаточного вигляду гральних карт у програмі Adobe Illustrator (Додаток Д., рис. Д.1).

Для розробки асоціативного поля, фішок та жетонів була використана векторна програма Adobe Illustrator з робочим простором U.S. Web Coated (SWOP) v2.

- розмір поля: 600x600мм, розмір від краю до розташування іконок – 60мм, відстань між парами іконок – 40 мм, блоки для розміщення карток – 240x90мм, розмір самих іконок – 30x30 мм (Додаток Г.,рис. Г.4);
- поле розроблено у вигляді іконок з закругленими краями квадратів та розподілені на колони за такими ознаками: форма, колір, розміщення на форматі, вид композиції, прийоми композиції, текст та 2 колонки періодів мистецтва;
- основні кольори поля: #EAB818, #F9E6AD, #C40050, #274469;
- графічні символи та знаки були виконані за допомогою векторної графіки без явних об'ємів та деталізації (Додаток Д.,рис. Д.2);
- розмір фішок: 20x20мм;
- фішки оформлені у вигляді лампочок чотирьох видів, таке рішення вибране через впізнаваність та популярність образу, як генерацію ідей (Додаток Г.,рис. Г.5);
- основні кольори фішок: #F9E6AD, #EAB818, #DC911B, #17436E, #0D112C;
- розмір жетонів допомоги: 30x30мм, які оформлені, як іконки асоціативного поля з позначками «?», «?!». Без об'ємів та деталізації для легкого сприйняття та не відволікання від поля (Додаток Г.,рис. Г.5);
- основні кольори жетонів: #EAB818, #F9E6AD, #C40050, #274469 (Додаток Д.,рис. Д.3).

Кінцевим компонентом гри є правила у яких зібрана вся інформація яка знадобиться гравцю починаючи від цілі гри, закінчуючи визначенням переможця. Реалізація макету виконана у векторній програмі Adobe Illustrator з робочим простором U.S. Web Coated (SWOP) v2.

- розмір правил: 594x420мм, один розворот розміром – 297x 210мм, розмітки від краю до краю з усіх сторін – 20мм, (Додаток Г.,рис. Г.6);

- лицьова сторона правил виконана у такому ж стилі як пакування та картки, а внутрішня сторона виконана за допомогою графічних символів без об'ємів для об'єднання усіх компонентів гри (див. рис.3.3);



Рисунок 3.3 – Правила настільної гри

- додачу тексту Advokat Modern Regular для заголовку розвороту розміром – 48 пт., Century Gothic Bold для підзаголовку розмір 21 пт., шрифт Century Gothic Regular для текст-інформації розміром – 14 пт (Додаток Д.,рис. Д.4).

Завершенням роботи було оформлення усіх компонентів у демонстраційний плакат на форматі А0.

## ВИСНОВКИ

Тож результатом проробленої роботи є настільна гра «Мистецтво в грі», – особливий вид поліграфічної продукції, яка має свою пізнавальну й естетичну цінність. Це оригінальний продукт з своїм баченням та розумінням тексту, ілюстрацій, графічних знаків. У якому присутні нестандартні художні й дизайнерські рішення: синтез класичного мистецтва та комп'ютерних технологій й графіки.

На основі аналізу джерельної бази щодо поняття настільної гри, її історії та класифікації було визначення актуальності теми та предметної області загалом. Було ознайомлення та поглиблення інформації з історії настільних ігор та встановлено, що це один з найперших видів розваг, який розвивався, змінювався протягом усієї історії людства.

При дослідженні тематики настільних ігор у контексті сучасного дизайну було зроблено висновок, що сучасні настільні ігри вже давно вийшли за межі звичайних карток, полів та фішок, індустрія все більше збільшує попит на незвичні матеріали, нестандартні елементи дизайну, пропрацювання взаємодії гравців з ігровими механіками та підвищенням здатності чітко та швидко розпізнавати інформацію. А отже, і аудиторія та попит на настільні ігри на сучасному ринку все більше зростає, викликає інтерес не тільки у дизайнерів, а й у маркетологів.

Виявленням основних ігрових та неігрових складових дизайну настільних ігор дало плацдарм для визначення основних компонентів для власної настільної гри: ігрові картки різного рівня складності, 9 видів жетонів допомоги, ігрове поле з іконками асоціацій, 4 види фішок, пакування та правила гри.

За допомогою структурування та ознайомлення з різними механіками настільних ігор, було визначено, що перед тим як розробляти дизайн треба пройти декілька етапів: продумування ідеї, теми, яка визначає жанр гри, мета



або ціль, хід гри, як визначається переможець, тривалість, компоненти, структура гри, і головне – цільова аудиторія (вік потенційних гравці);

Розробка дизайн-концепції та художнє оформлення настільної гри «Мистецтво в грі» проходило в декілька етапів. «Pre-production» проектування багатой варіативності продукту за допомогою скетчингу. «Production» з формуванням єдиного стилістичного рішення та систему візуальних образів. «Post production» внесення останніх корективів, усунення недоліків, покращення, об'єднання всіх елементів разом.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Беленька Г. В., Рухницька П. В. Роль казок В. О. Сухомлинського в процесі виховання морально-етичних якостей дітей старшого дошкільного віку. *Молодий вчений*. 2018. №8. С. 18-21.
2. Богословська Ю. В., Малік Т. В. Графічний дизайн як засіб передачі рекламної ідеї у поліграфії. *Культура і сучасність : альманах*. 2021. № 2. С. 136–139.
3. Божко М. О. за ред. Л. І. Кравець. Граємось – розвиваємось: настільні ігри від давнини до сучасності: *Інформаційний путівник для читачів-учнів 5-9 кл. ЦБС Шевченківського району*. Київ, Центральна районна б-ка ім. Є. Плужника, 2019. 48 с. URL: <https://www.calameo.com/read/00275381117c4d3a98362> (дата звернення 20.05.2023)
4. Голіус В. А. Шрифт у графічному дизайні. *The XIV International Science Conference «Theoretical foundations in practice and science»*. Bilbao. Spain. 2021. С. 38-43.
5. Горелов В. О., Даріуш С. І. Гейміфікація навчання. *Інформаційні технології та комп'ютерне моделювання: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф.*. Івано-Франківськ. ДВНЗ: Прикарпат. нац. ун-т ім. Василя Стефаника. 2017. С. 136-139.
6. Громова О. В., Скурідіна Е. В. Дизайн пакування – мистецтво чи наука? *Журнал для виробників та споживачів тари і упаковки*. Нац. ун-т харчових технологій. ТОВ «ІАЦ «Упаковка». Київ: ДП «Експрес-Поліграф». 2011. № 3. С. 69-71.
7. Дідченко Ю. О., Юдіна Н. В. Дослідження ринку дитячих товарів в Україні. *Актуальні проблеми економіки та управління: збірник наукових праць молодих вчених*. Київ: КПІ ім. Ігоря Сікорського. 2018. Вип. 12, № 47. С. 3-11.

8. Історія настільних ігор: якою була перша / найдавніша настільна гра?  
URL: <https://gamescows.com/uk>. (дата звернення: 12.01.23)
9. Іттен Й. Мистецтво кольору: Суб'єктивний досвід і об'єктивне пізнання як шлях до мистецтва. Київ: ArtHuss. 2022. 96 с.
10. Іттен Й. Наука дизайну та форми: Вступний курс, який я викладав у Баухаузі та інших школах. Київ: ArtHuss. 2021. 136 с.
11. Карпій О. П. Ринок настільних ігор України: сучасний стан та перспективи розвитку. *Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення та проблеми розвитку*. Львів : Національний університет Львівська політехніка. 2022. № 2 (8). С. 244–252.
12. Куленко М. Основи графічного дизайну. Київ: Кондор. 2006. 492 с.
13. Ключевська, А. В., Дубрівна А. П. Особливості сучасного графічного проектування комп'ютерних ігор. *Інноватика в освіті, науці та бізнесі: виклики та можливості: матеріали II Всеукраїнської конференції здобувачів вищої освіти і молодих учених*. Київ : КНУТД. 2021. Т. 1. С. 272-276.
14. Колісніченко С. В. Як створити настільну навчальну гру : Методичний посібник для вчителів історії, основ правознавства та громадянської освіти. Кропивницький : КЗ КОШПО імені Василя Сухомлинського. 2021. С. 35-41
15. Лугова Т. А., Блажко Т. А. Проектування комп'ютерних ігор для навчання : навч. підручник. Одеса : Одес. нац. політехн. ун-т, 2018. 209 с.
16. Луців Н. В. Стан, проблеми та перспективи розвитку ринку дитячих іграшок в Україні. *Вісник Львівського торговельно-економічного університету. Технічні науки*. Львів : ЛТЕУ, 2020. № 23. С. 180-186.
17. Петровська Ю., Кузьмич В. Особливості створення образів персонажів для комп'ютерних ігор. *Дизайн-освіта як галузь креативних індустрій: матер. Всеукр. наук.-практ. конф.* Київ: КНУКіМ, 2019. С. 89-92.

18. Полетаєва Г. Н. Естетика в мистецтві гейм-дизайну. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції*. Херсон: ХНТУ, 2018. С. 105–107.
19. Попова І. Сучасні тенденції скетчингу в дизайні предметно-просторового середовища. *Актуальні проблеми сучасного дизайну : Міжнародна науково-практична конференція*. Київ: КНУТД, 2021. С. 262-265.
20. Райниш В. В. Ігровий підхід до проектування упаковки як вторинної продукції. *Наукові розробки молоді на сучасному етапі*. Київ : Київський національний університет технологій та дизайну, 2018. С. 475-476.
21. Стівен Х., Сеймур К. Графічні стилі. Від вікторіанців до хіпстерів. Київ: ArtHuss. 2019. 288 с.
22. Стрельник М. О. Гральні кості (II тис. до. н.е. – XIV ст. н. е.) з колекції. Національного музею історії України. *Археологія*. Київ : НАНУ, 2009. № 2. С. 34-49.
23. Стрельник М. О., Сорокіна С. А., Хомчик М. А. Ігри давнього населення України. *Наукові записки. Теорія та історія культури*. Київ: НаУКМА, 2010. Т. 101. С. 46-54
24. Удріс Н. С. Упаковка: засіб справити враження. *Упаковка*. Київ: ДП "Експрес-Поліграф" 2012. № 3. С. 67-70.
25. Удріс Н. С. Упаковка перед та після (щодо проблеми формування середовищного мислення та екологічного дизайну). *Упаковка*. Київ: ДП "Експрес-Поліграф". 2012. № 5. С. 64-67.
26. Хамайко Н. Настільні ігри Давньої Русі. Історія цивілізації. Україна. Том 2. Від Русі до Галицького князівства (900–1256). Харків: Фоліо, 2021. 590 с.
27. Хведчин Ю. Й., Угрин Я. М., Регей І. І. Основи пакувальної справи : Навч.-метод. посіб. Львів: Укр. акад. друкарства, 2016. №2. С.140-141.
28. Шилович Т. Б., Шилович І. Я. Основи конструювання упаковок. Київ : КПІ, 2016. с. 57.

29. Юдіна Н.В. Технологізація управління маркетинговою діяльністю. *Економічний вісник Національного технічного університету України*. Київ: КПІ. №12. 2015. С. 318-325.
30. Настільні ігри, що пробудять вашу креативність | *ArtHuss*. URL: <https://www.arthuss.com.ua/books-blog/nastilni-ihry-shcho-probudyat-vashu-kreatyvnist> (дата звернення: 18.03.23)
31. BBG. URL: <https://boardgamegeek.com>. (дата звернення: 18.03.23)
32. Daynes. K. *Lift-the-Flap Questions and Answers about Art*. London. Usborne Publishing Ltd. 2018. 14 p.
33. Deineko Zh., Zeleniy O., Lyashenko V., Tabakova I. Color space image as a factor in the choice of its processing technology. *Abstracts of I International scientific practical conference «Problems of modern science and practice»*. Boston. USA, 2021. Pp. 389-394.
34. Hoby House. URL: <https://ho-ho.com.ua/ru/jivopis.html> (дата звернення: 30.03.23)
35. Kennedy R., Waltzer J. *Monopoly: The Story Behind the World's Best-Selling Game* : 1 st ed. Gibbs Smith, 2004. 96 p.
36. Настільна гра Modern Art (Сучасне мистецтво) CN | *Lord Kit*. URL: <https://igrokot.com.ua/nastolnye-igry/nastolnaya-igra-modern-art-sovremennoe-iskusstvo-cn> (дата звернення: 30.03.23)
37. Marcos A. F. Digital art: when artistic and cultural muse merges with computer technology. *IEEE Computer Graphics and Applications*. 2007. 27(5), 98-103 pp.
38. Piccione P. A. In search of the meaning of Senet. New York: Archaeological Institute of America. 1980. pp. 55-58. URL: [https://www.academia.edu/8169696/In\\_Search\\_of\\_the\\_Meaning\\_of\\_Senet](https://www.academia.edu/8169696/In_Search_of_the_Meaning_of_Senet) (дата звернення 18.05.2023)
39. Shrestha S. K. The Role of Study Sketches in Design Thinking and Design Process. Kansas State University. 2013. p. 5. URL: [https://www.academia.edu/12933917/The\\_Role\\_of\\_Study\\_Sketches\\_in\\_Design](https://www.academia.edu/12933917/The_Role_of_Study_Sketches_in_Design)

n\_Thinking\_and\_Design\_Process (дата звернення: 18.03.23)

40. Stephan T. M. The Art Nouveau Style: A Comprehensive Guide with 264 Illustrations. (Dover Fine Art, History of Art). Norway: Dover Publications . 2011. 496 p.
41. Top Six Rules for Rulebook Writing. URL: <https://www.meeplemountain.com>. (дата звернення: 11.04.23)

## ДОДАТОК А

### Найдавніші та сучасні настільні ігри



Рисунок А.1 – Найдавніші настільні ігри



Рисунок А.2 – Перші настільні ігри ХХ століття

## ДОДАТОК Б

### Аналіз аналогів



Рисунок Б.1 – Настільна гра «Modern Art» («Сучасне мистецтво»)



Рисунок Б.2 – Настільна гра «Живопис» (Canvas)



Рисунок Б.3 – «Питання та відповіді про мистецтво» – книга-гра





Рисунок Б.4 – Карткова гра «Академія Мистецтв» (Abstract Academy) (укр.версія)



Рисунок Б.1 – Настільна гра «Кілька хвилин дизайну: 52 вправи, що пробудять вашу креативність» (українська версія)

## ДОДАТОК В

### Стилістичне оформлення проєкту

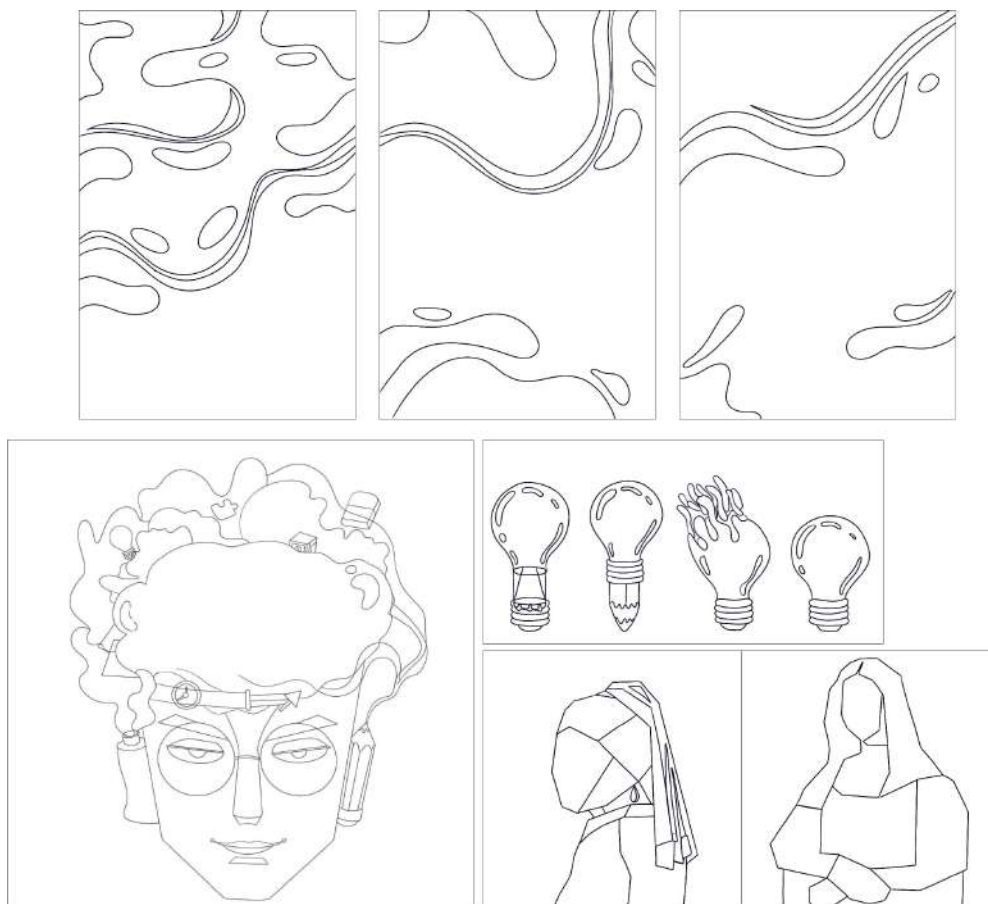


Рисунок В.1 – Ескізні рішення проєкту



Рисунок В.2 – Оформлення ілюстрації у стилі Digital art



Рисунок В.3 – Оформлення вигляду лицьової сторони карток та правил у стилі Модерн

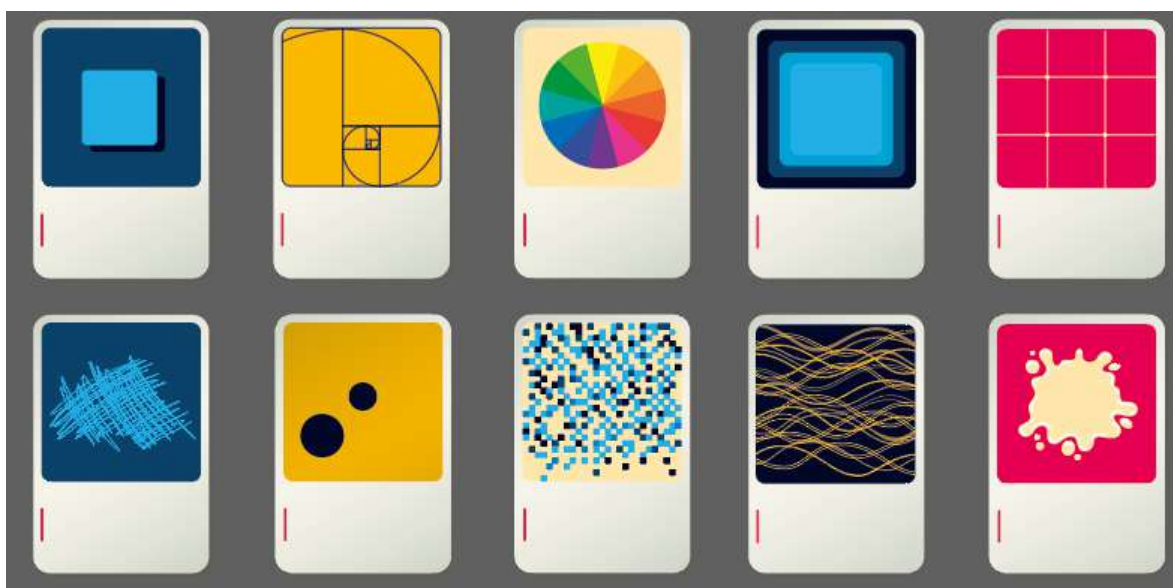


Рисунок В.4 – Оформлення у стилі векторної графіки на прикладі внутрішньої сторони гральних карт

## ДОДАТОК Г

## Технічна реалізація

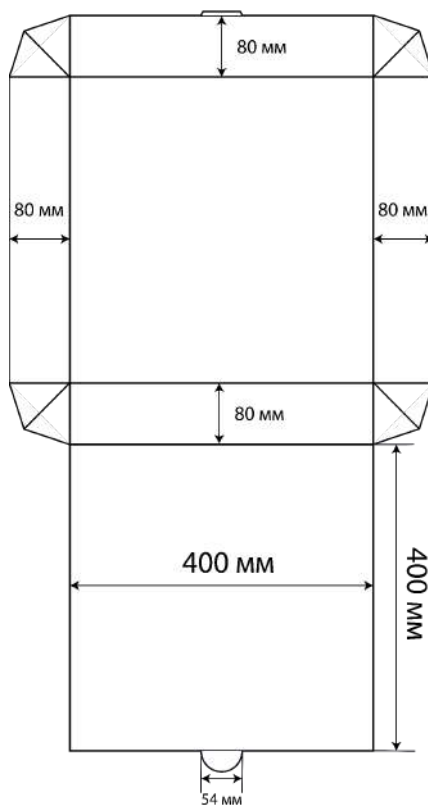


Рисунок Г.1 – Схема пакування гри



Рисунок Г.2 – Схема пакування з усіма елементами дизайну



Рисунок Г.3 – Приклад ілюстрацій карток

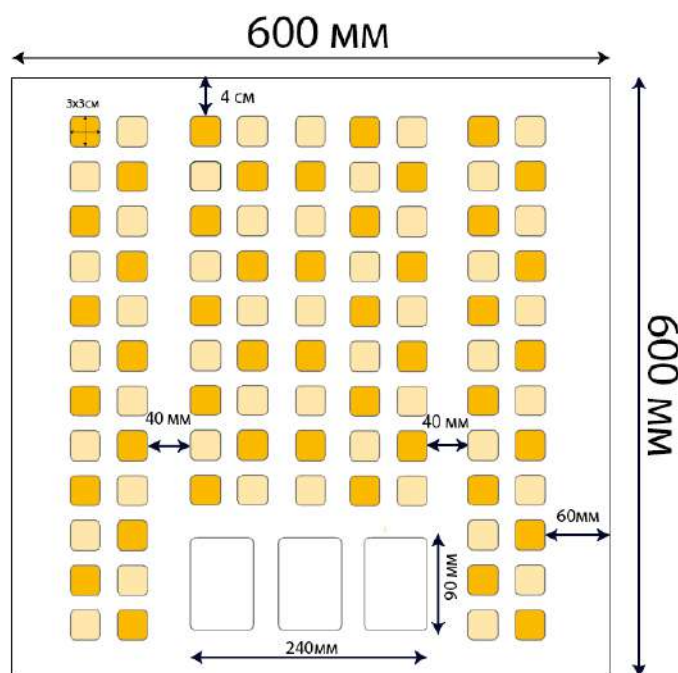


Рисунок Г.4 – Схема асоціативного поля



Рисунок Г.5 – Схема фішок та жетонів

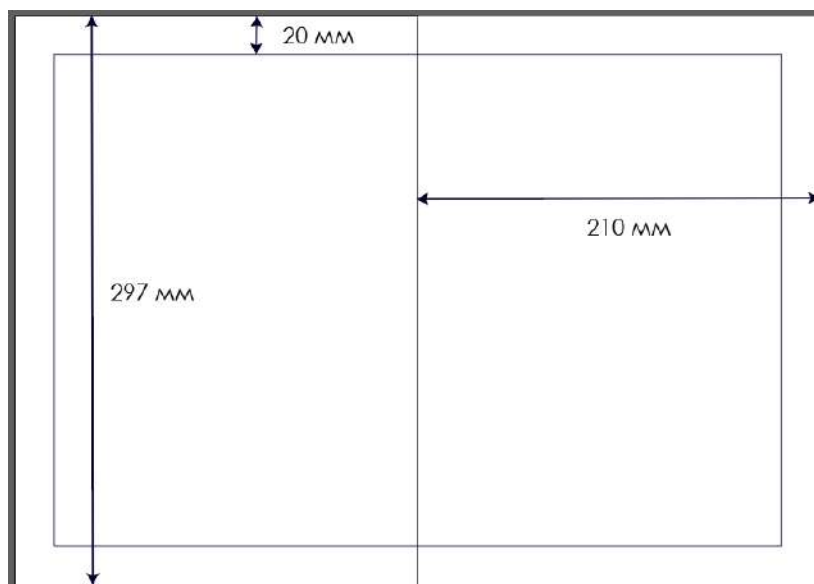


Рисунок Г.5 – Розміри правил гри

## ДОДАТОК Д

### Складові настільної гри



Рисунок Д.1 – Кінцевий вигляд пакування



Рисунок Д.2 – Кінцевий вигляд карток різного рівня складності

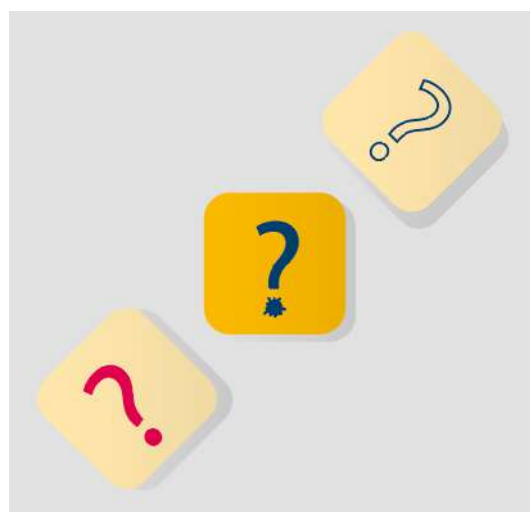


Рисунок Д.3 – Кінцевий вигляд фішок та жетонів допомоги





## ПРАВИЛА ГРИ

**Мета гри:**

Гра розроблена на 2 до 4 гравців. Залежнo кожного гравця – з'являються інші гравці, чим більше опцій, тим більше шанси на перемогу, якщо один з гравців вгадає колір асоціації картки переходить до нього. Якщо ж ніхто з тих, хто відгадає, так і не зрозумів асоціацію – картка скидається і хід переходить до іншого гравця. Гра завершується коли один з учасників набирає 5 карток.

**Компоненти:**



Коробка



Гравці



Ігрове поле з асоціаціями



4 набори фішок



9 жетонів-допомог



100 ігрових карток

**Підготовка до гри:**

Помістіть ігрове поле з іконками посередині столу, воно має бути добре видно всім гравцям. Розподіть колоду карт за складністю: жовтий колір – легкий рівень, синій колір – середній рівень, пурпуровий колір – складний рівень та покладіть обличчям вниз, щоб ви могли звернутися, а не склад картки. Кожен гравець обирає набір фішок – це ваші кошти для пояснення і будь-який спосіб вибери чергу ходів гравця і приступає до гри.

**Хід гри:**

Перед початком визначтеся як ви хочете грати: з'являти всі картки рівного рівня, або вибрати 2 рівні складності, можливий і один рівень складності для гри. Ну що, вирішили? Чи готові дивитися щось нове про історію мистецтва? Тоді приступаємо до гри.

Гравець бере карту концепту з колоди (вибирає з рівня складності) і розміщує фішку на ній ілюстративну, яка найбільше підходить загального стилю, картини або символу.

Перший гравець, який правильно вгадає карту, збирає її собі, якщо ніхто не вгадав асоціації іншого гравця, то картка скидається. Після цього наступні ходи гравців йдуть за годинниковою стрілкою.

**Уточнення:**

- Іконки поля розподілені на колонки за такими **зв'язками**: форма, колір, розміщення на форматі, вид композиції, прийом композиції, темат та 2 колонки періодів мистецтва: Ренесанс, Антик, Середньовіччя, Відродження, Барокко, Класицизм, Романтизм, Реалізм, Імпресіонізм, Експресіонізм, Кубізм, Сюрреалізм, Дадаїзм, Абстракціонізм, Супрематизм, Поп-арт, Кінетизм, Фовізм, Неопримітивізм, Футуризм, Мінімалізм, Сті-арт, Спеціалізм і загальне позначення всіх останніх періодів сучасного мистецтва.
- Ви можете використовувати **будь-яку кількість** фішок, щоб допомогти іншим вгадати слово, картину або символ, проте заява інформації може залучити гравця. Жодних обмежень і штрафів, що заважає вам, кількості використаних фішок, немає!
- Поважайте, у якому ви використовуєте фішки на полі, можна виявитися дуже важливим, подумайте як краще це зробити.
- На полі є іконки допомоги у вигляді знаків «Т», «П», кожен гравець може показати свою фішку і поставити запитання якщо не розуміє асоціації іншого гравця, відповідь може бути в іконі: «так» чи «ні», тому чітко формулюйте свої питання.

**Закінчення гри:**

Гра закінчується після того, як один із гравців набере 5 карток. Гравець (або гравці), що зібрав 5 карток, оголошується переможцем.








Рисунок Д.3 – Кінцевий вигляд правил гри