



УДК 766

ОСОБЛИВОСТІ ФОРМУВАННЯ ДИЗАЙНУ АЙДЕНТИКИ КОМП'ЮТЕРНИХ ВІДЕОІГОР

ЧУЄВА Оксана, ШИЛИК Ярослава

Київський національний університет культури і мистецтв, Київ, Україна
aksanas@gmail.com, yaroslava.shilik.s@gmail.com

Метою дослідження є визначення базових засад формування айдентики для комп'ютерних ігор, що дозволить грамотно сформованому візуальному ряду підсилити впізнаваність продукту серед конкурентів. Розглянуто банерну рекламу як основну і найдієвішу складову в рекламі та просуванні ігрових продуктів.

Ключові слова: айдентика, комп'ютерні ігри, банерна реклама, композиційні засоби.

ВСТУП

Комп'ютерні відеоігри відіграють важливу роль у нашому сьогоденні, слугуючи формою розваги, соціальної взаємодії, едукації та джерелом відпочинку. Вони також надають унікальну платформу для творчого самовираження та оповідання різних історій, а також можуть бути потужним засобом спілкування художників і дизайнерів з аудиторією за допомогою нових та захоплюючих засобів, які дозволяють користувачам відчувати себе частиною створеного виміру та проживати події на глибокому емоційному рівні.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою дизайну айдентики є створення послідовного та впізнаваного іміджу, який представляє бренд або юридичну особу, допомагає створити пізнаваність бренду та сформувати до нього лояльність користувачів [1]. Тож, айдентика відеоігор орієнтується на візуальне представлення бренду чи іміджу самої гри. У процесі розвитку та ускладнення комп'ютерних ігор змінювалося і їхнє оформлення, де більше уваги приділялося візуальному дизайну, маркетингу та брендингу. Поява мобільних та онлайн-ігор також мала значний вплив на розвиток айдентики відеоігор. Їхнє стрімке зростання призвело до однієї з найбільших проблем – диференціації на переповненому конкурентному ринку. Ігри стають все більш одноманітними й схожими, з точки зору ігрового процесу, тому їм важко виділитися.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Задля подолання цієї проблеми, розробники відеоігор почали приділяти більше уваги візуальним і нарративним елементам корпоративного стилю, таким як колірні схеми, шрифти та леттерінговим композиціям, загальному візуальному стилю тощо.



Дизайн інтерфейсу користувача є критично важливим аспектом розробки, оскільки він відіграє вирішальну роль у формуванні досвіду гравця та успішного проходження гри.

Створення візуально привабливої та інформативної айдентики для комп'ютерної гри – це процес, який складається з багатьох етапів: розробки логотипу або емблеми гри, вибір елементів типографіки, узгодження композиційних засобів і прийомів для всіх візуальних складових, створення конкретних персонажів та розробка локацій [2]. Вкрай важливою складовою є створення головного банера гри, в який закладається ретельно продумана композиція, що має одразу викликати у глядача певний спектр емоцій. «Існують різні експертні оцінки тенденцій Інтернет-реклами в даній сфері. Однак, аналіз дозволив виявити, що до основних напрямів відносяться використання банерної реклами та відеореклами, а також затребованого на даний момент блогерства та його окремих напрямків» [3]. Це популярний та зручний формат. Дослідник інтернет-маркетингу Брадулов П.О. зазначив, що «такі банери мають вигляд зазвичай прямокутного графічного елемента, який розміщують на вебсторінці, що містить рекламне повідомлення, яке може виглядати як статичне або анімоване зображення, а в окремих випадках містить інтерактивні елементи, щоб привертати увагу споживачів до рекламowanego ресурсу [4]. Композиції (макети) наступних додаткових банерів та похідних капсул створюються для використання в менших форматах відповідно до їхнього функціоналу, але з повним збереженням вже заявлених графічних констант.

Під час роботи над дизайном інтерфейсу користувача для початкового та вихідного екранів розробляються композиційні ілюстрації, що будуть використані в дизайні рекламних банерів. В процесі гри, в залежності від сюжету та проходження рівнів можливе змінення настрою, що відтворюється у загальній колірній гамі та загальному освітленні картинки (сцени) наприклад: композиція для початкового екрана інтерфейсу користувача була розроблена мінімалістичною, досить похмурою та темною. В кольоровій гамі переважали темні та приглушені тони, що створювало відчуття напруги та передчуття майбутніх викликів. А от фінальний екран навпаки, відтворює протилежний настрій – тепле світло, світло надії, а тому має протилежну колірну гамму та освітлення.

На прикладах представлено авторську розробку авторської VR-гри «Dream of war» Ярослави Шилик. Гра у віртуальній реальності розповідає про наслідки подій відкритої агресії росії у 2022 році. Гра під назвою «Dream of war» покликана занурити гравців у реалії війни та висвітлити вплив конфлікту на окремих людей і громади.

Дизайн інтерфейсу користувача є критично важливим компонентом цього проєкту. В основі головного банера гри закладена ретельно продумана композиція, яка викликає у глядача цілий спектр емоцій. На банерах переважають квадратні форми зруйнованих і масивних будівель, а також бетонні стіни та завали, що ніби тиснуть на глядача. Розташування цих елементів створює шлях, що веде в темряву, символізуючи подорож гравця спершу темним і складним світом гри. Колірна гамма основного банера темно-



синя і похмура, часто перетікає в плями чорної темряви. Лінія горизонту зміщена над серединою, щоб підкреслити важкість композиції та контур, який вона формує. Це створює відчуття неспокою та напруги. Композиції наступних додаткових банерів та похідних капсул були створені для використання в менших форматах, відповідно до їхнього функціоналу, з акцентом на загальну атмосферу, а не на окремі деталі. Це дозволило підкреслити дещо більший контраст між невеликими елементами «бункерного» побуту, масивною типографією та логотипом. Завдяки поєднанню контрастних композицій, колірних гам і стратегічних ракурсів, ці банери ефективно передають зміст та різносторонність гри. Для відтворення настрою композицій на даних банерах було використано теплу колірну гамму з відтінками жовтих, помаранчевих та коричневих кольорів, що також імітують аварійне освітлення. Ця колірна гамма була обрана, щоб продемонструвати, як, попри всю складність і небезпеку свого становища, українці вміють створити затишок і безпеку навіть серед бетонних стін бункера. Теплі кольори також створюють відчуття надії та позитиву, врівноважуючи темряву та похмурість головного банеру в межах системи всієї айдентики.



Рис. 1. VR-гра «Dream of war», Ярослава Шилик, 2022



Завдяки поєднанню контрастних композицій, колірних гам і стратегічних ракурсів, ці банери ефективно передають зміст та різносторонність гри. Тож важливо при створенні рекламної айдентики наслідувати основні аспекти дизайну та функціональності гри, аби не ввести в оману потенційного користувача, а правильно налаштувати його на сприйняття пропонованого продукту.

ВИСНОВКИ

Комп'ютерні ігри стали невід'ємною частиною сучасної культури – не тільки платформою для розваг, навчання, а й соціальної взаємодії. Вони слугують засобом поширення ідей і висвітлення нагальних проблем, що робить їх потужним засобом художнього вираження та формування певного середовища для розв'язання нагальних проблем суспільства. Успіху таких проєктів сприяє ефективне використання сучасних дизайнерських інструментів та маркетингових технологій. Завдяки професійно створеній, унікальній айдентичі до комп'ютерних ігор відбувається знайомство та подальша комунікація між творцями відеоігор та потенційними користувачами.

ЛІТЕРАТУРА

1. Павлюк І. А. Айдентика як інструмент конкурентної боротьби. Актуальні проблеми та стратегії розвитку підприємництва, торгівлі і маркетингу в умовах сучасного ринку: Матеріали III всеукраїнської науково-практичної конференції. Тернопіль, 2021. С. 189 -191.
2. Jeffrey B. Holmes. How to Look at Videogames: A Visual Analysis Toolkit. США, Арізона, 2013. С. 28-32. ULR: https://www.academia.edu/7633425/How_to_look_at_videogames_A_visual_analysis_toolkit
3. Луценко О. І., Цимбалюк К. В. Інтернет-реклама як основний чинник просування товару в сучасних умовах. Хмельницький, 2021. С. 288–293.
4. Брадулов П. О. Порівняння традиційного та інтернет-маркетингу. Збірник тез доповідей міжнародної науково-практичної інтернетконференції «Світ економічної науки». Тернопіль, 2018. С. 40–47.

CHUIEVA O., SHILYK Y.

EATURES OF THE FORMATION OF IDENTITY DESIGN OF COMPUTER VIDEO GAMES

The purpose of the study is to determine the basic principles of identity formation for computer games, which will allow a competently formed visual series to strengthen product recognition among competitors. Banner advertising is considered as the main and most effective component in the advertising and promotion of game products.

Keywords: *identity, computer games, banner advertising, composition tools.*