

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ КИЇВСЬКИЙ
НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну

Кафедра графічного дизайну

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

на тему

Розробка фірмового стилю для сюжетно-рольової гри «Scarlet eye»

Рівень вищої освіти: перший (бакалаврський)

Спеціальність: 022 Дизайн

Освітня програма: Графічний дизайн

Виконала: студентка групи БДг 5-22

Заєць А. М.

Науковий керівник: к.філос.н., доц.

Ільницька Л. В.

Рецензент: д. мист., професор,

професор кафедри графічного дизайну

Михайлова Р.Д.

КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГІЙ
ТА ДИЗАЙНУ

Факультет дизайну

Кафедра графічного дизайну

Рівень вищої освіти перший (бакалаврський)

Спеціальність 022 Дизайн

Освітня програма Графічний дизайн

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри графічного дизайну

д. філос. Л. С. ЖУРАВЕЛЬ-ЗМЄЄВА

“ _____ ” _____ 2026 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ

Заєць Анастасії Михайлівни

1. Тема кваліфікаційної роботи: «Розробка фірмового стилю для сюжетно-рольової гри “Scarlet eye”»

Науковий керівний роботи: Ільницька Любов Віталіївна, канд. філос. н., доц. затверджені наказом КНУТД від «17» березня 2026 р. №62-уч.

2. Вихідні дані до кваліфікаційної роботи: наукові публікації та джерела за темою та дослідження фірмового стилю

3. Зміст кваліфікаційної роботи: Вступ. Розділ 1. Теоретичний огляд актуальних можливостей графічного дизайну. Розділ 2. Розробка концепції «Scarlet eye» та дослідження ігрових аналогів. Розділ 3. Розробка фірмового стилю та дизайн персонажів гри «Scarlet eye». Загальні висновки, Список використаних джерел, Додатки.

4. Дата видачі завдання: лютий 2026

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапу кваліфікаційної роботи (проєкту)	Орієнтовний термін виконання	Примітка про виконання
1	Вступ	лютий 2026	
2	Розділ 1. Теоретичний огляд актуальних можливостей графічного дизайну.	березень 2026	
3	Розділ 2. Розробка концепції «Scarlet eye» та дослідження ігрових аналогів.	березень 2026	
4	Розділ 3. Розробка фірмового стилю та дизайн персонажів гри «Scarlet eye»	березень 2026	
5	Висновки	квітень 2026	
6	Оформлення (чистовий варіант)	травень 2026	
7	Подача кваліфікаційної роботи (проєкту) науковому керівнику для відгуку (за 14 днів до захисту)	травень 2026	
8	Подача кваліфікаційної роботи (проєкту) для рецензування (за 12 днів до захисту)	червень 2026	
9	Перевірка кваліфікаційної роботи (проєкту) на наявність ознак плагіату (за 10 днів до захисту)	червень 2026	
10	Подання кваліфікаційної роботи (проєкту) на завідувачу кафедри (за 7 днів до захисту)	червень 2026	

З завданням ознайомлений:

Студент(-ка)

(підпис)

Анастасія ЗАЄЦЬ

Науковий керівник

(підпис)

Любов ІЛЬНИЦЬКА

АНОТАЦІЯ

Засць А.М. Розробка фірмового стилю для сюжетно-рольової гри «Scarlet eye».

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня бакалавра за спеціальністю 022 Дизайн – Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, 2026 рік.

В кваліфікаційній роботі розроблено основні елементи фірмового стилю та ігрового оточення для комп'ютерної гри «Scarlet eye». Обрано джерела електронних та паперових видів інформації та виконано професійний аналіз, зроблено концепцію, дизайн персонажів, ескіз логотипа, візуальних елементів гри. Проведено аналіз концепт - артів у сучасних тенденціях гейм-дизайну та реалізовано ігровий сюжет та функціональна концепція.

Ключові слова: графічний дизайн, логотип, фірмовий стиль, гейм-дизайн, дизайн, концепт-арт, персонажі.

ANNOTATION

Zayets A.M. Development of corporate identity for the computer game "Scarlet eye".

Qualification work for obtaining a bachelor's degree in the specialty 022 Design - Kyiv National University of Technologies and Design, Kyiv, 2026.

The qualification work developed the main elements of the corporate identity and game environment for the computer game "Scarlet eye". Sources of electronic and paper types of information were selected and a professional analysis was performed, a concept, character design, a sketch of the logo, and visual elements of the game were made. An analysis of concept art in modern trends in game design was conducted and a game plot and functional concept were implemented.

Keywords: graphic design, logo, corporate identity, game design, design, concept art, characters.

ЗМІСТ

<u>ВСТУП</u>	3
<u>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД АКТУАЛЬНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ</u>	3
1.1 Аналіз взаємодії сучасних компаній з цільовою аудиторією.....	6
1.2 Важливість дизайну в сфері маркетингу.....	11
1.3 Дослідження ринку відеоігор	22
<u>РОЗДІЛ 2. РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ «SCARLET EYE» ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ІГРОВИХ АНАЛОГІВ</u>	23
2.1 Дослідження впливу популярних відеоігор на ігрову індустрію.....	23
2.2 Формування концепції гри та особливі механіки	28
2.3 Аналіз відеоігор аналогів з механікою відкритого світу.....	35
Висновки до розділу другого.....	40
<u>РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ ТА ДИЗАЙН ПЕРСОНАЖІВ ГРИ «SCARLET EYE»</u>	41
3.1 Дизайн головних героїв та другорядних персонажів, проектування локацій	41
3.2 Розробка фірмового стилю комп'ютерної гри «Scarlet eye»	48
3.3 Розробка рекламної та сувенірної продукції.....	53
Висновки до розділу третього	57
<u>ВИСНОВКИ</u>	58
<u>ДОДАТКИ</u>	60

ВСТУП

Розробка фірмового стилю для сюжетно – рольової гри «Scarlet eye»гри це не просто ілюстрації, а совокупність графічних елементів та героїв за яких будемо грати та взаємодіяти. Це продукт який створений для розважальних цілей, проходження головного сюжету, та дослідження по відкритому світу знаходячи різні артефакти, скарби, матеріали для прокачки героїв та взаємодії з різними персонажами для додаткової інформації про сам сюжет.

Актуальність теми дослідження ринку конкурентів техніки та геймерських товарів, це різниця між товарами у багатьох різна та мінімальна. Ключову роль у виборі цільової аудиторії відіграє не тільки якість продукту, а й його візуальне оформлення, впізнанність бренду та асоціальне сприйняття. Сучасний дизайн бренду в гейм - індустрії, це не просто звичайний набір візуальних елементів, а цілісна система досвіду, яку гравець проживає під час взаємодії з грою та її візуальність.

Ринок продажу техніки та геймерських товарів в Україні формується під впливом кількох ключових чинників: високої конкуренції, постійної адаптації до умов безпеки, розвитку омніканальних стратегій та зміни споживацьких очікувань. Вітчизняні мережі активно змагаються не лише за якість продукту, а й за емоційний контакт із покупцем через оформлення торгових просторів, брендові кольори, маскотів, рекламні кампанії та акційні комунікації. У цьому контексті дизайн, айдентика та маркетинг стають не менш важливими за сам товар, оскільки саме спосіб подачі продукту визначає рівень залученості споживача, його емоційне сприйняття та лояльність до бренду.

Об'єктом дослідження є процес формування брендової айдентики та дизайн-проектування у сфері продажу техніки та геймерських товарів, а **предметом** – комплексне застосування елементів дизайну бренду для підвищення впізнаваності компаній, створення позитивного споживчого

досвіду та відмінності від конкурентів. Метою роботи є аналіз практики українських мереж роздрібної торгівлі технікою та геймерськими товарами з точки зору дизайну бренду, виявлення ефективних прийомів айдентики та розробка концепції власного дизайн-проєкту на основі отриманих знань.

Для досягнення поставленої мети у роботі визначено такі завдання: проаналізувати сучасний стан ринку техніки та геймерських товарів в Україні; дослідити основні елементи дизайну бренду провідних мереж «Розетка», «Фокстрот», «Цитрус», «Мойо» та «Конфі»; оцінити вплив айдентики на сприйняття споживачем торговельної мережі; визначити ефективні методи візуальної комунікації та створення емоційного досвіду; розробити концепцію дизайн-проєкту з урахуванням аналізу кращих практик.

Концепція. Сюжетна гра з відкритим виміром, в стилі «Дарк Фентезі». Гра про хлопця який не очікував поворотів в своєму житті та застряг в часовому циклі який треба зупинити.

Завдання курсової роботи:

- Детально проаналізувати ринок відеоігор та дослідити тенденцію продажів віртуальних продуктів.
- Дослідити історично важливі продукти ігрового ринку.
- Розробити фірмовий стиль та рекламу продукцію (логотип, іконку гри, шрифт, слоган, плакати)
- Розробити концепт-арти основних персонажів та локацій (головного героя, одного другорядного персонажа, антагоніста та ігрову локацію).

Методи дослідження включають аналіз літературних джерел та методичних матеріалів з теорії дизайну, порівняльний аналіз вітчизняних торговельних мереж, спостереження за їхнім візуальним оформленням, а також синтез отриманої інформації для створення власної концепції дизайн-проєкту.

Практичне значення отриманих результатів. Значення у формуванні брендової айдентики та дизайн-проєктування у сфері продажу техніки та геймерських товарів, а предмет – комплексне застосування

елементів дизайну бренду для підвищення впізнаваності компаній, створення позитивного споживчого досвіду та відмінності від конкурентів. Для отримання найкращих результатів, було прийнято участь у Міжнародної науково-практичної конференції з тезою «Культурний вплив «Braide» на індустрію відеоігор», це результат дослідження цікавого аналогу з подібною до основного проєкту механікою. Метою роботи є аналіз практики українських мереж роздрібної торгівлі технікою та геймерськими товарами з точки зору дизайну бренду, виявлення ефективних прийомів айдентики та розробка концепції власного дизайн-проєкту на основі отриманих знань. роботи полягає у можливості застосування розроблених рекомендацій і методик для покращення дизайну торгових просторів, рекламної продукції та брендового оформлення, що сприятиме підвищенню ефективності комунікації зі споживачем та конкурентоспроможності компанії.

Структура та обсяг роботи. Ця курсова робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків до кожного розділу та також загального висновку. В структуру входить список використаних джерел та додатків. Загальний обсяг фахової курсової роботи становить 67 сторінок і 5 додатків.

РОЗДІЛ 1.

ТЕОРЕТИЧНИЙ ОГЛЯД АКТУАЛЬНИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ

1.1 Аналіз взаємодії сучасних компаній з цільовою аудиторією

В умовах стрімкого розвитку цифрового суспільства взаємодія компаній із цільовою аудиторією стала важливим елементом успішного функціонування бренду. Зростаюча конкуренція, розвиток цифрових технологій і зміна поведінкових моделей споживачів змушують підприємства адаптуватися, шукаючи нові та ефективніші методи комунікації. У цьому контексті графічний дизайн відіграє роль не лише засобу оформлення, а й стратегічного інструмента для побудови стійких відносин між брендом та його аудиторією. Сучасний підхід у бізнесі дедалі більше орієнтований на клієнтоцентричність, де споживач виступає центральною фігурою всіх бізнес-процесів. Це передбачає ретельне вивчення його потреб, інтересів та поведінкових особливостей задля створення персоналізованої взаємодії. Візуальна комунікація у цьому процесі надзвичайно важлива, оскільки формує перше враження про бренд, передає його цінності та встановлює емоційний зв'язок із потенційним споживачем.

Візуальна комунікація стала одним із головних інструментів взаємодії між брендами та їхньою аудиторією в умовах сучасного цифрового суспільства. У світі, де інформаційні потоки постійно зростають, а увага споживача стає дедалі більш обмеженим ресурсом, саме візуальний контент дозволяє компаніям швидко привернути увагу, передати ключове повідомлення та сформувати емоційний зв'язок із цільовою аудиторією. Сьогодні споживачі все частіше сприймають інформацію через зображення, відео, інфографіку, анімацію та інші візуальні елементи, що робить візуальну комунікацію одним із найбільш ефективних маркетингових інструментів.

Однією з головних причин зростання ролі візуальної комунікації є зміна поведінки споживачів у цифровому середовищі. Соціальні мережі, такі як [Instagram](#), [Pinterest](#), [TikTok](#) та [YouTube](#), побудовані саме на візуальному сприйнятті контенту. Користувачі переглядають стрічки новин за лічені секунди, тому брендам необхідно створювати яскравий, зрозумілий і привабливий візуальний контент, який здатний зацікавити людину з першого погляду. Саме перше враження часто визначає, чи буде користувач взаємодіяти з брендом надалі.

Візуальна комунікація виконує не лише інформаційну, а й емоційну функцію. За допомогою кольорів, форм, шрифтів, стилістики зображень та дизайнерських рішень бренд може передавати свої цінності, характер та позиціонування на ринку. Наприклад, використання мінімалістичного дизайну часто асоціюється з інноваційністю та преміальністю, тоді як яскраві кольори можуть підкреслювати динамічність, енергійність або орієнтацію на молодіжну аудиторію. Таким чином, візуальні елементи стають частиною ідентичності бренду та допомагають формувати його впізнаваність.

Важливою складовою візуальної комунікації є брендинг. Логотип, фірмовий стиль, упаковка, рекламні макети, дизайн вебсайту та сторінок у соціальних мережах усе це формує цілісний образ компанії в очах споживача. Послідовне використання візуальних елементів сприяє зміцненню довіри до бренду, оскільки створює відчуття професійності, стабільності та надійності. Окрім цього, візуальна комунікація значно підвищує ефективність передачі інформації. Дослідження показують, що людина значно швидше сприймає та запам'ятовує візуальні образи порівняно з текстовою інформацією. Саме тому компанії активно використовують інфографіку, короткі відеоролики, анімацію та інтерактивний контент для пояснення складних ідей, демонстрації переваг продукту або формування лояльності аудиторії.

У сучасному маркетингу візуальна комунікація також стала інструментом залучення користувачів до взаємодії з брендом. Фото- та відеоконтент мотивує аудиторію залишати коментарі, ділитися публікаціями, створювати

власний контент і брати участь у рекламних кампаніях. Це перетворює комунікацію з одностороннього процесу на діалог, де споживач стає активним учасником формування брендової історії. Отже, візуальна комунікація сьогодні є не просто доповненням до маркетингових повідомлень, а стратегічно важливим інструментом, який визначає успішність взаємодії бренду з його аудиторією. Саме через візуальні образи компанії формують емоції, передають цінності, підвищують впізнаваність і створюють довготривалі відносини зі споживачами в умовах висококонкурентного ринку.

Якщо раніше графічний дизайн переважно розглядався як засіб оформлення продукту, то сьогодні він виконує стратегічну функцію: допомагає формувати імідж, забезпечує впізнаваність і сприяє встановленню емоційного зв'язку зі споживачем. Це особливо актуально для індустрії комп'ютерних ігор, де візуальне оформлення є визначальним фактором у залученні користувачів. За останні десятиліття ігрова індустрія зазнала суттєвих змін через стрімкий розвиток цифрових технологій, зростання конкуренції та підвищення очікувань споживачів. Сюжетно-рольові ігри сьогодні впевнено виходять за межі лише програмних продуктів, перетворюючись на повноцінні віртуальні світи зі складними сюжетами, багатогранними персонажами, унікальною графікою та естетикою. У цьому контексті створення фірмового стилю для гри стає критично важливим завданням, адже саме він дозволяє виокремити продукт серед конкурентів і створити його впізнаваний образ.

Фірмовий стиль у геймдизайні це гармонійний набір візуальних елементів, які працюють як єдина система, формуючи цілісний образ гри. До таких елементів належать логотип, колірна палітра, шрифти, ілюстрації, дизайн інтерфейсу, рекламні матеріали й інші складники айдентики. Їхнє завдання відображати унікальність гри, роблячи її зрозумілою та привабливою для аудиторії. Особливо важливо створити відповідну візуальну атмосферу для сюжетно-рольових ігор. Саме вона передає характер і зміст

ігрового світу, жанрові риси та емоційний настрій. Через використання кольорів, форм, композицій і символів дизайнери формують у гравців певні асоціації та очікування ще до того, як вони почнуть грати. Це підкреслює роль фірмового стилю як ефективного інструменту для маркетингової стратегії й залучення аудиторії.

На прикладі теми дипломного проєкту «Scarlet Eye» створення фірмового стилю передбачає розробку візуальної концепції, що відображатиме основну ідею сюжету гри разом із її атмосферою та тематичними акцентами. Назва «Scarlet Eye» задає певний напрям асоціації з таємничістю, напруженням і драматизмом, що мають знайти своє втілення через ретельно продумані дизайнерські рішення. Вибір відповідної палітри кольорів, стильних шрифтів, тематичних графічних елементів та символів створить завершений і добре впізнаваний образ бренду. Сучасний графічний дизайн у гейм-індустрії стає не просто візуальним додатком до гри, а й потужним інструментом у побудові її бренду. Розробка фірмового стилю для сюжетно-рольової гри «Scarlet Eye» є невіддільною частиною створення успішного продукту, здатного завоювати увагу цільової аудиторії й налагодити міцний зв'язок між грою та її майбутніми користувачами. Особливість сучасного ринку полягає в тому, що споживач перестав бути пасивним отримувачем інформації. Завдяки соціальним мережам, цифровим платформам і інтерактивним сервісам він став активним учасником комунікативного процесу. Сьогодні користувачі не лише сприймають контент, але й активно діляться ним, оцінюють, коментують і навіть створюють власний. Це значно впливає на репутацію бренду і спонукає компанії переходити від односторонньої комунікації до діалогових та інтерактивних форматів. Ключовим інструментом комунікації стає фірмовий стиль, який забезпечує цілісність візуального образу та сприяє впізнаваності бренду. Елементи айдентики, такі як логотип, кольорова гамма, типографіка та графічні компоненти, формують у свідомості споживача асоціації, емоції

та рівень довіри. Розробка фірмового стилю повинна враховувати психологічні характеристики аудиторії й базуватися на детальному її аналізі.

Особливо важливою є взаємодія з аудиторією у сфері індустрії розваг, наприклад, у створенні сюжетно-рольових ігор. Гравець тут занурюється у вигаданий світ з його унікальною атмосферою та емоційним наповненням. Фірмовий стиль таких ігор виконує стратегічну функцію: він передає сюжетні ідеї, підсилює емоційне враження та допомагає формувати спільноту довкола продукту. Для гри Scarlet Eye це означає необхідність розробки впізнаваної візуальної ідентичності, яка співвідноситься із жанром гри, віковою категорією цільової аудиторії та її естетичними очікуваннями. Сучасні тренди акцентують увагу на використанні емоційного дизайну як засобу ефективної взаємодії з аудиторією. Мета цього підходу створення візуальних образів, здатних викликати у споживача бажані емоції: цікавість, довіру, захоплення або почуття причетності. Особливо це актуально для брендів у сфері ігрової індустрії, де можливість встановлювати емоційний контакт зі споживачами підвищує рівень їх залученості й забезпечує глибший досвід.

1.2 Важливість дизайну в сфері маркетингу

Дизайн виступає одним із головних інструментів маркетингу, котрий суттєво впливає на створення іміджу бренду, рівень впізнаваності продукції та її сприйняття споживачами. Сьогодні його роль виходить далеко за межі естетичних функцій, перетворюючись на дієвий засіб взаємодії між компанією та цільовою аудиторією. Дизайн допомагає транслиувати цінності бренду, підкреслювати його унікальність і представляти конкурентні переваги. Маркетинг спрямований на задоволення потреб клієнтів через створення, просування та реалізацію продуктів чи послуг. У цьому процесі дизайн відіграє ключову роль: він привертає увагу потенційних клієнтів, формує перші враження і викликає інтерес до продукту. Наукові дослідження підтверджують, що люди швидко засвоюють інформацію через візуальні канали, тому якісне дизайнерське оформлення здатне значно підвищити ефективність маркетингових стратегій. Одним із базових напрямів застосування дизайну у маркетингу є розробка фірмового стилю бренду. До нього входять логотип, кольорова гама, типографіка, графічні елементи, дизайн пакування, рекламні матеріали та інші візуальні атрибути, що створюють цілісне уявлення про бренд або продукт. Узгоджене використання цих елементів підкреслює ідентичність бренду, забезпечує довіру аудиторії та будує емоційний зв'язок зі споживачами [2].

У сучасному цифровому світі значущість дизайну ще більше зростає завдяки масштабному використанню онлайн-платформ і соціальних мереж. Візуальний контент став головним засобом привернення уваги користувачів, адже саме через зображення, відео, анімацію чи графіку можна швидко донести важливі повідомлення до аудиторії. Високоякісний дизайн сприяє зацікавленості користувачів, формуванню позитивного сприйняття бренду та розвитку лояльних стосунків з клієнтами. Особливо велика роль дизайну у сфері розваг, зокрема в індустрії відеоігор. Тут саме візуальна складова часто стає вирішальним фактором у виборі користувачем тієї чи іншої гри [12].

Упаковка, логотип, рекламна продукція, персонажі, інтерфейс і загальна візуальна стилістика створюють перше враження, яке формує очікування від гри. Для сюжетно-рольових ігор дизайн набуває ще більшого значення, він формує атмосферу віртуального світу та сприяє емоційному зануренню гравця у події сюжету. Через грамотні дизайнерські рішення передаються унікальні риси гри: її жанр, настрій, ідентичність та загальний характер. Успішний дизайн не тільки робить гру впізнаваною серед конкурентів, але й допомагає залучити широку аудиторію.

У межах проєкту Scarlet Eye важливість дизайну в маркетингу проявляється у розробці фірмового стилю гри. Він має відображати концепцію проєкту й слугувати потужним інструментом його просування. Візуальна ідентичність повинна передавати атмосферу, підкреслювати унікальність сюжету та привертати увагу потенційних гравців ще задовго до знайомства з самим ігровим процесом. У маркетингу дизайн виконує стратегічну роль як засіб комунікації між брендом і споживачами. Він допомагає формувати сильний імідж бренду, збільшує його конкурентну спроможність і сприяє посиленню лояльності аудиторії. Це складний процес розробки візуальних рішень, орієнтованих на просування продуктів, послуг чи бренду, створення позитивного іміджу компанії та налагодження ефективної комунікації з цільовою аудиторією. Одним із головних завдань візуального контенту є привернення уваги цільової аудиторії. Людина сприймає візуальну інформацію значно швидше, ніж текстову, тому яскраві зображення, продуманий дизайн, кольорові акценти та сучасні графічні рішення допомагають брендам миттєво зацікавити потенційного клієнта. Це особливо важливо в цифровому середовищі, де користувачі переглядають контент у соціальних мережах, на вебсайтах або рекламних платформах протягом кількох секунд, приймаючи рішення про подальшу взаємодію практично миттєво.

Крім функції привернення уваги, візуальна комунікація виконує важливу переконливу роль. Через дизайн упаковки, рекламні матеріали,

фотографії продукції, відеоогляди та візуальне оформлення бренду компанія формує у споживача певне уявлення про якість товару, його цінність та унікальність. Наприклад, естетично приваблива упаковка може створювати асоціацію з високою якістю продукту, навіть якщо покупець ще не мав досвіду його використання. Особливе значення візуальний контент має у процесі формування довіри до бренду. Послідовне використання фірмових кольорів, логотипу, стилю комунікації та графічних елементів допомагає створити цілісний образ компанії, який легко впізнається споживачами. Це сприяє підвищенню лояльності клієнтів та формуванню довготривалих відносин між брендом і його аудиторією [9].

Не менш важливим є емоційний вплив візуальної комунікації. Зображення, відео та дизайнерські рішення здатні викликати певні емоції — радість, довіру, інтерес, натхнення або відчуття потреби. Саме через емоції часто формується остаточне рішення про покупку, оскільки споживачі нерідко керуються не лише логічними аргументами, а й власними враженнями та відчуттями. На відміну від класичного графічного дизайну, який переважно акцентує увагу на естетичному аспекті, маркетинговий дизайн має чітко визначену комерційну мету. Його головна задача створити такий візуальний контент, який не лише передає головне повідомлення бренду, але й формує емоційний зв'язок зі споживачем, мотивуючи до дії: здійснення купівлі, підписки, реєстрації чи взаємодії з брендом. Ця сфера поєднує три ключові компоненти. Перший графічний дизайн, який відповідає за візуальне втілення ідеї. Його елементи охоплюють логотипи, рекламні банери, упаковку, фірмовий стиль компанії, вебдизайн, ілюстрації тощо. Візуальні елементи служать основою для формування першого враження про бренд, тому їхня естетична привабливість має гармонійно поєднуватися з функціональністю та змістовністю. Другий компонент психологія споживача. Вона сприяє розумінню того, як люди сприймають візуальну інформацію і які емоції вона проковує. Наприклад, кольори мають потужний вплив: червоний асоціюється з енергійністю та пристрастю, синій із довірою та стабільністю,

чорний із престижем і впевненістю. Форми, шрифти та композиційні рішення також можуть підсилювати сприйняття бренду й впливати на рішення споживачів.

Третій компонент маркетингова стратегія, вона визначає як саме застосовуватиметься візуальний контент для досягнення бізнес-цілей. Ефективний маркетинговий дизайн повинен враховувати позиціонування бренду, характеристики цільової аудиторії, актуальні тенденції ринку та конкурентне середовище. Це дозволяє створити не просто привабливі візуальні матеріали, а справжній інструмент для просування. Одним із ключових завдань цього напрямку є забезпечення впізнаваності бренду. Використання єдиної стилістики кольорових рішень, шрифтів, логотипів і графічних символів допомагає формувати цілісний образ бренду, завдяки якому компанія або її продукція стають помітними та легко запам'ятовуються серед конкурентів. Особливо це важливо в умовах насиченої конкуренції, коли споживач стикається з величезною кількістю рекламного контенту щодня.

Ще одна важлива функція маркетингового дизайну утримання уваги потенційних клієнтів. У сучасному інформаційному просторі користувачі часто переглядають контент швидко й поверхово, залишаючи брендам лічені секунди, щоб справити враження. Саме продуманий дизайн допомагає зробити повідомлення такими, що привертають увагу, легко зрозумілими й запам'ятовуваними. Особливе значення професійно виконаний маркетинговий дизайн має у сферах цифрових продуктів і гейм-індустрії. У відеоіграх візуальні аспекти часто стають вирішальним фактором для вибору споживача. Логотипи ігор, рекламні матеріали, дизайн персонажів, інтерфейс, оформлення сайтів і соціальних сторінок формують загальне сприйняття про гру та можуть суттєво вплинути на її конкурентоспроможність.

Основною концепцією графічного інтерфейсу користувача є використання вікон, піктограм, меню та вказівників. Ця парадигма базується на застосуванні віртуальних елементів управління, таких як вікна, кнопки,

меню та піктограми, з якими користувачі можуть взаємодіяти за допомогою фізичних пристроїв введення, зокрема миші чи тачпада. Ключовим елементом графічного інтерфейсу є вікно, яке представляє собою прямокутну область екрану, де відображається інформація та графічні об'єкти. Користувачі мають можливість змінювати розмір вікна, переміщати його, а також закривати або відкривати нові вікна відповідно до своїх потреб.

Піктограми виконують функцію візуальних символів, які репрезентують програми, файли чи функції. Зазвичай вони розташовуються на робочому столі або у складі меню, забезпечуючи швидкий доступ до програм чи виконання необхідних дій шляхом одного натиснення. Меню являє собою структурований список доступних опцій чи команд, які користувач може обрати для виконання певних дій. Його можна зустріти на панелях інструментів, у верхній частині вікон або як частину контекстного меню, яке викликається правою кнопкою миші. Вказівники використовуються переважно для позначення об'єктів або виконання різноманітних дій на екрані. Найчастіше вказівник представлений у вигляді стрілки, яка слугує основним інструментом для навігації й взаємодії з графічними компонентами інтерфейсу. Загалом користувачі здійснюють взаємодію з графічним інтерфейсом через такі дії, як клацання миші, перетягування об'єктів, натискання кнопок чи введення тексту за допомогою клавіатури. Комп'ютер обробляє ці сигнали й виконує відповідні команди або генерує відповідний відгук у вигляді результату на екрані залежно від дій користувача.

1.3 Дослідження ринку відеоігор

Для глибшого розуміння сучасної ігрової індустрії та особливостей просування ігрових продуктів важливо проаналізувати ключові типи розробників ігор, а також їхні підходи до створення й популяризації власного продукту. Особливий акцент варто зробити на незалежних розробниках (інді), оскільки саме цей сегмент найбільше асоціюється з творчою свободою, унікальними концепціями та необхідністю виразного візуального стилю. Інді-розробники це окремі автори або невеликі команди, які працюють над створенням ігрових продуктів без суттєвої фінансової підтримки з боку великих інвесторів чи видавців. Їхньою головною особливістю є незалежність у прийнятті рішень, що відкриває можливість реалізувати власні ідеї, сміливо експериментувати з візуальними рішеннями та створювати оригінальні концепції без зовнішнього тиску.

На відміну від великих студій, які орієнтуються переважно на масовий ринок і враховують комерційні ризики, інді-розробники мають більше свободи у творчому процесі. Це дозволяє їм створювати унікальні ігрові світи, незвичних персонажів і свіжі сюжетні лінії, які часто стають опорою для успішного бренду. Саме тому для інді-проектів вирішальне значення має формування сильного фірмового стилю, здатного виділити продукт на перенасиченому ринку. У сучасних умовах, коли гравців щоденно обтяжує величезна кількість нових ігор, візуальна ідентичність стає критично важливим фактором першого враження. Логотип, кольорова гама, шрифти, дизайн персонажів і рекламні матеріали нерідко стають першими елементами, які взаємодіють із потенційним гравцем. Тому створення фірмового стилю для незалежного проекту є не просто декоративним аспектом, а ключовим елементом дизайн-маркетингу.

Сюжетно-рольова гра «Scarlet Eye», яка створюється як творчий концептуальний проект, демонструє всі характерні риси інді-продукту: авторське бачення, оригінальний сюжет, акцент на атмосфері та емоційному

зануренні. У такому випадку фірмовий стиль виходить за межі простого оформлення й стає важливим інструментом для комунікації із цільовою аудиторією. Він передає характер гри, її жанрову специфіку, емоційний тонус та допомагає формувати цілісний бренд. Проте незалежні розробники часто стикаються з обмеженим бюджетом, браком маркетингових ресурсів і високою конкуренцією. Тому якісний дизайн і чітко продумана візуальна айдентика можуть стати критично важливою конкурентною перевагою. Вони допоможуть привернути увагу потенційних гравців, забезпечити високу впізнаваність продукту та посилити його комерційний потенціал. Створення фірмового стилю для інді-проектів, таких як сюжетно-рольова гра «Scarlet Eye», є важливим етапом у процесі розробки продукту. Це дозволяє не лише підкреслити його унікальність, але й досягти ефективного позиціонування та успішного просування в умовах насиченого конкурентного ринку.

Окрему групу в ігровій індустрії складають розробники ігор масштабні студії, які спеціалізуються на створенні високобюджетних проєктів, орієнтованих на глобальний ринок і широку аудиторію. Ці ігри вирізняються значними інвестиціями, участю великих команд спеціалістів, тривалим періодом розробки та високими стандартами щодо якості графіки, технічної реалізації й рекламної кампанії. Розробка проєктів супроводжується високим економічним ризиком, адже для повернення вкладених коштів необхідно забезпечити значний обсяг продажів. Тож студії приділяють велику увагу маркетинговим стратегіям, брендингу та формуванню візуальної ідентичності продукту з самого початку. У таких умовах створення фірмового стилю набуває особливого значення, адже саме він формує початкове враження про гру і забезпечує її впізнаваність на міжнародному рівні.

На відміну від незалежних розробників, які мають більше простору для творчих експериментів, великі студії змушені орієнтуватися на запити аудиторії, тренди ринку та очікування інвесторів. Це накладає обмеження на художню концепцію гри, змушуючи дизайнерів працювати в рамках чітко визначених комерційних вимог. Однак саме такі проєкти встановлюють

високі стандарти у сфері графічного дизайну, анімації, розробки інтерфейсів і маркетингової комунікації. Сучасний ігровий ринок показує, що успіх гри залежить не лише від технічної якості, але й від потужності її бренду. Провідні студії створюють комплексні візуальні екосистеми, де кожен елемент - логотип, постери, трейлери, персонажний дизайн, рекламні матеріали та інтерфейс - узгоджено працює задля формування довготривалої лояльності аудиторії. Аналіз даного сегменту дає можливість перейняти сучасні підходи до створення сильного бренду, хоча ця сюжетно-рольова гра не належить до високобюджетних комерційних продуктів, принципи, які застосовують провідні студії, можуть бути адаптовані для розробки її власного стилю. Це включає цілісну візуальну концепцію з акцентом на логотип, кольорову гаму, дизайн персонажів, рекламні матеріали та графіку інтерфейсу. Використання підходів студій для «Scarlet Eye» допоможе сформувати професійний та конкурентоспроможний образ гри. Це посилить впізнаваність бренду, зацікавить цільову аудиторію та сприятиме успішному позиціонуванню продукту на ринку цифрових розваг. Взагалі створення фірмового стилю є ключовим для успішності будь-якого ігрового продукту. Навіть для авторських чи інді-проектів, таких як «Scarlet Eye», застосування професійних підходів до брендингу та дизайну може значно підвищити конкурентоспроможність і затребуваність гри.

Здатність бренду створити зрозумілу, емоційно привабливу та комфортну взаємодію з продуктом є ключовою для формування довіри, зацікавленості з боку цільової аудиторії. Особливу вагу це має в контексті ігрової індустрії, де враження користувачів формується під впливом візуального сприйняття, атмосферності та загального стилю гри. Враховуючи зазначене, процес розробки фірмового стилю сюжетно-рольової гри «Scarlet Eye» має базуватися не лише на естетичних аспектах, але й на створенні комплексного, якісного користувацького досвіду.

Аналіз сучасного стану ринку відеоігор засвідчує стрімке зростання важливості та популярності ігрової індустрії на глобальному рівні. Згідно з

останніми статистичними даними, чисельність осіб, що регулярно користуються відеоіграми, перевищує три мільярди, що свідчить про поширення цифрових розваг і значний потенціал цього ринку для впровадження нових ігрових продуктів. Такий розвиток підтверджує, що відеоігри отримали статус невіддільної складової сучасної культури, інтегруючись у повсякденне життя споживачів різного віку. Найбільша концентрація гравців спостерігається в азійському регіоні, що вказує на високий рівень впровадження цифрових технологій та домінування мобільного й онлайн-геймінгу. У той же час ринки Європи та Північної Америки залишаються ключовими сегментами для розвитку високобюджетних та сюжетно-орієнтованих ігрових проєктів.

Демографічні дослідження ігрової аудиторії демонструють, що більшість гравців перебуває у віковому діапазоні від 18 до 34 років. Саме ця група характеризується активністю, високим рівнем технологічної обізнаності та більшою готовністю експериментувати з новими ігровими продуктами. З огляду на це, розробка гри «Scarlet Eye» має враховувати сучасні візуальні тренди, інноваційні дизайнерські рішення та створення бренду з потужною емоційною складовою, орієнтованого на молоду аудиторію. Ключовим аспектом також є вибір платформи для запуску гри. Згідно зі статистикою, мобільні пристрої, особливо смартфони, залишаються найпопулярнішими завдяки своїй доступності та зручності використання. Це накладає додаткові вимоги на дизайн ігрового продукту: візуальний стиль, інтерфейси та маркетингові матеріали повинні бути адаптовані для різних цифрових середовищ.

Особливе значення має врахування жанрових уподобань користувачів. Незважаючи на популярність казуальних ігор, значна частина гравців віддає перевагу сюжетним та рольовим проєктам з глибоким зануренням у віртуальний світ. Гра «Scarlet Eye» належить саме до цієї категорії і потребує створення не лише інтригуючого сюжету, але й виразної візуальної ідентичності, яка стане невід'ємною частиною загального користувацького

досвіду. Не менш важливими є мотиви, що спонукають користувачів звертатися до відеоігор. Для багатьох із них відеоігри стають засобом відпочинку, емоційного перезавантаження та втечі від рутинної дійсності. У цьому контексті надзвичайно важливими є атмосфера гри та її емоційний вплив, які значною мірою формуються через графічний дизайн, колористику, стиль персонажів і загальну концепцію візуального оформлення.

Проведений аналіз сучасного ринку відеоігор підтверджує важливість комплексного підходу до створення нового ігрового продукту, в основі якого лежить глибоке розуміння цільової аудиторії, її поведінкових характеристик, технічних уподобань та емоційних потреб. В умовах високої конкуренції на глобальному ігровому ринку успіх нового проєкту залежить не лише від технічної якості чи графічного виконання, а й від здатності розробників створити продукт, який максимально відповідає очікуванням потенційних гравців та формує з ними стійкий емоційний зв'язок. Одним із ключових аспектів успішної розробки є детальне вивчення цільової аудиторії. Сучасний геймер це не просто споживач розважального контенту, а активний учасник ігрової екосистеми, який має власні вподобання, цінності, стиль споживання контенту та очікування від ігрового процесу. Для одних користувачів важливими є сюжетна глибина та емоційна залученість, для інших динамічний геймплей, соціальна взаємодія або можливість самовираження через персонажа чи ігровий світ. Саме тому аналіз демографічних, психографічних та поведінкових характеристик цільової аудиторії є фундаментом для прийняття ключових дизайнерських і маркетингових рішень.

Не менш важливим фактором є врахування платформених переваг користувачів. Сьогодні ринок відеоігор охоплює різні технічні середовища: персональні комп'ютери, ігрові консолі, мобільні пристрої та хмарні сервіси. Кожна з платформ має свої особливості використання, технічні обмеження та очікування користувачів щодо інтерфейсу, продуктивності та способу взаємодії з грою. Врахування цих особливостей дозволяє адаптувати продукт

до потреб конкретного сегмента ринку та підвищити його доступність для ширшої аудиторії. Особливе значення у сучасній ігровій індустрії мають емоційні очікування гравців. Сучасні користувачі прагнуть отримати не лише розвагу, а й повноцінний досвід пережити певні емоції, зануритися в атмосферу, відчувати причетність до історії та мати можливість впливати на розвиток подій. Саме тому емоційний дизайн, наративна складова, візуальна стилістика та музичний супровід стають критично важливими елементами створення конкурентоспроможного продукту.

У контексті розробки гри «Scarlet Eye» ці аспекти формують основу її концепції та визначають напрямок творчої реалізації. Унікальний стиль гри має поєднувати в собі оригінальну візуальну айдентику, продуманий сюжет, атмосферний ігровий світ та механіки, які забезпечують залучення користувача на всіх етапах взаємодії з продуктом. Важливо, щоб гра не лише відповідала технічним стандартам сучасного ринку, а й вирізнялася серед конкурентів завдяки власній ідентичності та впізнаваності. Крім того, формування сильного бренду «Scarlet Eye» є важливим стратегічним завданням, адже в умовах перенасиченого ринку саме брендова впізнаваність дозволяє проєкту зайняти стійкі позиції та сформувати лояльну спільноту гравців. Унікальна назва, стильова цілісність, послідовна комунікація та емоційне позиціонування гри сприятимуть не лише первинному залученню аудиторії, а й довготривалому утриманню інтересу до продукту.

Висновок до першого розділу

У першому розділі було здійснено теоретичний огляд актуальних можливостей графічного дизайну в контексті сучасних комунікаційних та маркетингових процесів. Розглянуто особливості взаємодії компаній із цільовою аудиторією, що дозволило визначити зростаючу роль візуальної комунікації у формуванні бренду та підтриманні ефективного діалогу зі споживачем. Також встановлено, що дизайн у сфері маркетингу є не лише засобом естетичного оформлення, а й стратегічним інструментом впливу на аудиторію. Він забезпечує впізнаваність бренду, формує емоційний зв'язок зі споживачем та суттєво підвищує ефективність рекламних і комунікаційних кампаній. Особливо важливим є поєднання графічного дизайну з принципами психології сприйняття та маркетингового планування.

Окрему увагу приділено дослідженню ринку відеоігор, яке показало високу конкуренцію в індустрії та значну роль візуальної складової у формуванні успішного продукту. Встановлено, що сучасні ігрові проекти, незалежно від масштабу, потребують продуманої візуальної ідентичності, яка забезпечує їхню впізнаваність, привабливість та конкурентоспроможність. Отже, проведений аналіз підтверджує, що графічний дизайн є ключовим інструментом сучасної цифрової комунікації, а його ефективне застосування є необхідною умовою створення успішного продукту в індустрії відеоігор. Отримані результати становлять теоретичну основу для подальшої розробки фірмового стилю сюжетно-рольової гри «Scarlet Eye».

РОЗДІЛ 2.

РОЗРОБКА КОНЦЕПЦІЇ «SCARLET EYE» ТА ДОСЛІДЖЕННЯ ІГРОВИХ АНАЛОГІВ

2.1 Дослідження впливу популярних відеоігор на ігрову індустрію

Індустрія відеоігор знаходиться під сильним впливом успішних і популярних ігрових проєктів, які визначають тренди у геймдизайні, візуальному стилі, маркетингових стратегіях та створенні користувацького досвіду. Саме такі ігри стають орієнтиром для розробників, задаючи напрямки розвитку жанрів, технологічні стандарти та підходи до взаємодії з аудиторією. Особливо велике значення мають проєкти категорії А, які суттєво впливають на формування сучасних стандартів якості. Вони демонструють відмінний рівень графічного опрацювання, анімації, звукового оформлення та дизайну інтерфейсу користувача. Це підвищує очікування гравців від нових продуктів і стимулює розробників вдосконалювати як технічні, так і художні аспекти своїх ігор. Важливу роль також відіграють візуальні тренди, які формуються завдяки успішним проєктам. Вони задають напрямки у стилістиці, колірних рішеннях, дизайні персонажів і інтерфейсів. Наприклад, ігри з унікальною атмосферою або сильним художнім стилем можуть створювати нові стандарти естетики, які швидко переймаються іншими студіями, включаючи інді-розробників.

Не менш значущим є вплив популярних ігор на маркетингові стратегії. Такі проєкти активно використовують багатоканальну комунікацію: соціальні мережі, трейлери, інтерактивні кампанії та брендований контент. Візуальна складова тут відіграє центральну роль, адже вона забезпечує сильне перше враження та сприяє залученню аудиторії. Успішні ігри також формують тренди в сюжетних і механічних рішеннях. Наприклад, популярність сюжетно-рольових проєктів із глибокою оповідністю, складними персонажами та емоційним залученням стимулює інші студії до

впровадження подібного підходу. Це підвищує загальний рівень ігрового контенту на ринку. Підготовка концепції сюжетно-рольової гри «Scarlet Eye» передбачає детальний аналіз впливу таких популярних проєктів. Це дозволяє визначити актуальні тенденції та адаптувати їх до особливостей гри, зокрема в частині формування виразного візуального стилю, створення атмосфери та ефективної комунікації з цільовою аудиторією.

Популярні відеоігри є значущою силою розвитку індустрії, впливаючи на стандарти якості, формуючи естетичні тренди та вдосконалюючи маркетингові підходи. Їхній внесок залишається ключовим для сучасного геймдизайну та слугує базою для розробки нових конкурентоспроможних проєктів, таких як «Scarlet Eye». Як видно з усього викладеного, відеоігри стали важливою та невід’ємною частиною сучасного життя. З моменту поширення комп’ютерних ігор серед широкого загалу, науковці з різних дисциплін активно вивчають їхній вплив як на суспільство в цілому, так і на кожну особистість окремо. На суперечливих аспектах впливу відеоігор на психофізіологічний стан людини ми зосередилися в попередньому розділі. У цьому ж розглянемо соціальні практики та явища, які виникли або зазнали змін завдяки відеоіграмі. Рівень інтеграції відеоігор у сучасне суспільство яскраво ілюструють статистичні дані.

Таблиця 2.1 -Розподіл користувачів залежно від ігрової платформи

Платформа	Відсоток користувачів, %
Смартфони	54
Консолі	35
Персональні комп’ютери	32

Дані таблиці свідчать про те, що найбільш популярною ігровою платформою серед користувачів є смартфони, частка яких становить 54%. Це пояснюється доступністю мобільних пристроїв, зручністю використання та постійним розвитком мобільного геймінгу. Консолі займають друге місце з показником 35%, що підтверджує стабільний інтерес користувачів до спеціалізованих ігрових платформ. Частка персональних комп’ютерів

становить 32%, що також свідчить про їх важливу роль у розвитку ігрової індустрії, особливо у сегменті сюжетно-рольових та багатокористувацьких ігор. Для проєкту «Scarlet Eye» це означає необхідність адаптації візуального стилю та інтерфейсних рішень з урахуванням особливостей різних платформ, зокрема мобільних пристроїв як найбільш поширеного середовища взаємодії користувачів із цифровими продуктами.

Одним із ключових напрямів розвитку сучасної ігрової індустрії та цифрового маркетингу є гейміфікація, що активно застосовується для підвищення рівня залученості користувачів, формування стійкої лояльності до бренду та створення позитивного користувацького досвіду. Це явище полягає у впровадженні ігрових механік та елементів у контексти, які традиційно не є ігровими, з метою стимулювання активнішої взаємодії користувачів із продуктом або сервісом. У сучасному цифровому маркетингу гейміфікація зарекомендувала себе як потужний інструмент для залучення та утримання аудиторії. Багато цифрових платформ, мобільних додатків та онлайн-сервісів інтегрують елементи гри для підвищення зацікавленості користувачів, встановлення емоційного зв'язку з брендом і стимуляції активної участі. У результаті користувачі перестають бути лише споживачами продукту, натомість стаючи його інтерактивними учасниками.

Основні елементи гейміфікації включають систему винагород, яка мотивує користувачів досягати визначених цілей; елементи змагання, що посилюють активність через прагнення перевершити інших; рейтингові системи та таблиці лідерів, які актуалізують почуття прогресу; візуалізацію досягнень, що сприяє відстеженню особистих успіхів; а також наратив та сторітелінг, які поглиблюють емоційне занурення та спонукають до продовження взаємодії. Особливе значення гейміфікація надає аспектам візуального дизайну, адже саме через графічне оформлення користувач сприймає систему інтерфейсу й нагород, а також загальну атмосферу продукту. Вдало розроблені елементи айдентики, зокрема кольорова палітра,

іконографіка та анімаційні рішення, не тільки посилюють емоційний вплив, але й роблять процес взаємодії інтуїтивно зрозумілим і захопливим.

Особливо важливу роль принципи гейміфікації відіграють у розробці сюжетно-рольових ігор, таких як проєкт «Scarlet Eye». Основу подібних продуктів становить не просто механіка гри, а повноцінний ігровий досвід, що об'єднує розробку захопливого сюжету, унікальної атмосфери, систем винагород і досягнень, побудови персонажів та створення виразної візуальної ідентичності. Саме дизайн фірмового стилю стає визначальним фактором першого враження користувача, яке впливає на подальше сприйняття гри та рівень його залучення. Крім того, сучасні тенденції демонструють стрімке поширення ігрових механік у різних сферах діяльності від маркетингу й освіти до соціальних платформ. Це доводить ефективність ігрового формату як інструменту комунікації, особливо із молодого аудиторією, яка орієнтується на цифрові форми взаємодії й візуально насичений контент.

Гейміфікація є одним із найважливіших елементів сучасної цифрової культури, що активно впливає на формування нових форматів взаємодії між користувачем і цифровим продуктом. У сучасному інформаційному суспільстві вона виходить далеко за межі традиційного ігрового середовища та дедалі частіше використовується в різних сферах освіти, маркетингу, бізнесі, соціальних мережах і цифрових сервісах. Це свідчить про її універсальність та високу ефективність як інструменту підвищення зацікавленості, мотивації та залученості користувачів. Основна цінність гейміфікації полягає у здатності поєднувати функціональні переваги цифрового продукту з емоційною складовою взаємодії. Користувач отримує не лише доступ до певного сервісу чи контенту, а й позитивний досвід використання, який супроводжується відчуттям прогресу, досягнення, винагороди та особистої участі у процесі. Саме ці механізми формують глибший рівень залученості, що є надзвичайно важливим у сучасному конкурентному цифровому середовищі.

Окрему роль у процесі гейміфікації відіграє візуальна складова. Дизайн інтерфейсу, стилістика персонажів, система символів, анімація, кольорова палітра та інші графічні елементи не лише покращують естетичне сприйняття продукту, а й виступають важливими інструментами комунікації з користувачем. Саме через візуальні образи формується перше враження, створюється атмосфера та забезпечується емоційний зв'язок між користувачем і продуктом. У цьому контексті фірмовий стиль стає не просто дизайнерським рішенням, а важливим стратегічним інструментом позиціонування.

У межах розробки фірмового стилю сюжетно-рольової гри «Scarlet Eye» принципи гейміфікації набувають особливого значення. Їх адаптація дозволяє створити цілісний ігровий продукт, у якому всі елементи від логотипу та кольорової гами до дизайну персонажів і користувацького інтерфейсу працюють на формування єдиного образу гри. Це сприяє посиленню впізнаваності проєкту, створенню унікальної атмосфери та підвищенню емоційної цінності взаємодії для гравця. Крім того, використання гейміфікованих підходів у розробці «Scarlet Eye» забезпечує більш глибоке залучення користувачів у сюжетну та ігрову складову. Завдяки системі винагород, механікам прогресу, інтерактивним елементам та візуальним тригерам гравець відчуває постійний інтерес до проходження, мотивацію досягати нових результатів та бажання повертатися до гри. Це позитивно впливає не лише на користувацький досвід, а й на довгострокову популярність проєкту. Не менш важливо, що впровадження принципів гейміфікації дозволяє адаптувати продукт до актуальних потреб сучасної аудиторії. Сучасні користувачі очікують від цифрових продуктів не лише функціональності, а й персоналізованого досвіду, емоційної залученості, інтерактивності та можливості самовираження. Саме тому гра, побудована на принципах гейміфікації, має значно більше шансів бути успішною в умовах динамічного ринку.

2.2 Формування концепції гри та особливі механіки

Розробка відеоігор є складним і багатогранним процесом, який інтегрує творчий підхід, технічні знання та художнє бачення з метою створення оригінального цифрового продукту. У контексті сучасної ігрової індустрії успіх гри залежить не лише від якості її технічної реалізації, а й від унікальності концепції, здатності викликати емоційне враження у користувачів та забезпечення цілісного й захопливого ігрового досвіду. Одним із ключових етапів у створенні будь-якого ігрового продукту є формування концепції гри, оскільки саме тут визначаються фундаментальні аспекти проєкту: основна ідея, жанрова спрямованість, профіль цільової аудиторії, основні механіки та загальна візуальна стилістика. У випадку сюжетно-рольової гри «Scarlet Eye» цей етап має особливе значення, адже він слугує базисом для розробки унікального фірмового стилю та візуальної ідентичності. Процес формування концепції для «Scarlet Eye» охоплює кілька ключових послідовних етапів.

1. *Формування ідеї гри.* Розробка будь-якого ігрового проєкту розпочинається з формулювання ідеї, яка стає основою майбутнього продукту. Основна задумка «Scarlet Eye» полягає у створенні насиченого сюжетно-рольового світу, побудованого на атмосфері загадковості, емоційної глибини та драматизму. Назва гри «Scarlet Eye» («Багряне око») виконує важливу концептуальну функцію, оскільки спрямована на формування образів, що символізують напруженість, таємничість та внутрішній конфлікт. Ці аспекти знаходять своє відображення як у сюжетному наповненні, так і в естетичних характеристиках візуального оформлення.

2. *Визначення цільової аудиторії.* Наступний визначальний етап стосується визначення профілю потенційної аудиторії. Гра «Scarlet Eye» орієнтована насамперед на молодь віком від 18 до 35 років. Це користувачі, які надають перевагу сюжетно-рольовим іграм, наповненим атмосферою пригод та інтерактивними історіями. Дана аудиторія вирізняється особливим інтересом

до не лише захопливого геймплею, але й високоякісної візуальної естетики, глибоких сюжетів та потужного емоційного аспекту. Урахування потреб цієї демографічної групи дозволяє розробникам приймати оптимальні дизайнерські рішення та адаптувати фірмовий стиль гри відповідно до їхніх очікувань і вподобань.

3. *Жанр* є ключовим елементом у процесі формування концепції, оскільки він задає основні особливості ігрового процесу. Гра «Scarlet Eye» належить до сюжетно-рольових ігор (RPG) з елементами пригодницького та атмосферного екшену. Цей жанр характеризується активною участю гравця у розвитку подій, можливістю прийняття рішень і впливу на хід сюжету. Такий формат сприяє створенню глибокого зв'язку між користувачем і грою.

4. *Сетинг* є не менш важливим аспектом концепції це художній контекст, у якому відбуваються події гри. У випадку «Scarlet Eye» дія розгортається в похмурому фантастичному світі з містичними елементами, що посилюють атмосферу драми й забезпечують сильну основу для розробки візуальної айдентики.

5. *Формування унікальних механік*. Ігрові механіки займають центральне місце у формуванні впізнаваності та привабливості продукту для користувачів. Для «Scarlet Eye» заплановані інтерактивна система вибору з наслідками, розвиток персонажа, дослідження світу, виконання сюжетних завдань, а також взаємодія з іншими героями. Ці механіки сприятимуть глибокій залученості гравців у процес і дозволять їм максимально емоційно зануритися в історію.

6. *Візуальна концепція та фірмовий стиль*. Фінальним етапом формування концепції є розробка візуального образу гри, що стане основою її впізнаваного стилю. Він включає визначення кольорової палітри, типографіки, створення логотипу, графічних символів і стилістики персонажів. У випадку «Scarlet Eye» заплановане використання темних тонів у поєднанні з яскравими багряними акцентами, які підкреслюють назву гри, її атмосферність і сюжетну напругу.

Визначення концепції гри є одним із базових етапів у розробці будь-якого ігрового продукту, адже саме на цьому етапі окреслюються фундаментальні параметри, зокрема основна ідея, сюжетна архітектура, стилістичні пріоритети, цільова аудиторія та ключові механіки, що стануть основою майбутнього проекту. У випадку з сюжетно-рольовою грою «Scarlet Eye» цей процес набуває особливої значущості, оскільки він закладає основу для створення унікального ігрового всесвіту та формування індивідуального стилю. Концептуальна модель гри «Scarlet Eye» орієнтована на створення атмосферного сюжетно-рольового проекту, в якому на перший план виходить глибоке емоційне залучення користувачів, драматична динаміка розвитку подій та посилена інтерактивність у взаємодії з ігровим середовищем. Назва гри, яка містить виразний символізм «Scarlet Eye» («Багряне око»), уже задає певний тональний канон, асоціюючись із загадковістю, ризиком, внутрішньою силою та високонапруженою емоційною атмосферою. Відтак, ці смислові акценти визначають як сюжетну складову, так і візуальний стиль гри. Центральною темою гри є створення багат шарового світу, у якому гравець поступово занурюється в складну історію, побудовану навколо розкриття таємниць, подолання випробувань та поступового розвитку власного персонажа. Особливий акцент зроблено на нелінійності сюжету, яка дозволяє гравцеві активно впливати на напрямок розвитку подій завдяки власним рішенням. Цей підхід суттєво підвищує рівень інтерактивності й залученості користувача, сприяючи виникненню відчуття персональної участі в ігровому процесі.

Візуальна складова є важливим аспектом концепції гри. Естетика світу «Scarlet Eye» передбачає гармонійний баланс стилістичного оформлення, яке водночас буде емоційно виразним та чітко впізнаваним. Пропонується використання контрастної кольорової гами зі значним акцентом на насичених темних відтінках та багряних елементах, що відображають назву проекту і підтримують його загальний емоційний настрій. Така візуальна стратегія дозволить сформувати сильну ігрову айдентику, яка стане центральним

елементом фірмового стилю. Ключовою характеристикою гри є її механіки, які забезпечують оригінальні можливості для користувацького досвіду. До найбільш важливих із них належать:

- система вибору і наслідків, у якій рішення гравця безпосередньо впливають на розвиток сюжету та фінал;
- механіка вдосконалення персонажа шляхом здобуття нових здібностей, розвитку навичок і персоналізації героя;
- інтерактивні можливості дослідження ігрового світу, стимулюючи пошук прихованих локацій, артефактів та нюансів сюжетної лінії;
- багаторівнева структура квестів і випробувань, яка посилює динаміку ігрового процесу, зберігаючи інтерес до проходження;
- система емоційної взаємодії з персонажами, що поглиблює драматизм та багатогранність сюжету.

Концепція «Scarlet Eye» представляє комплексну модель проекту з фокусом на атмосферності, інтерактивності та персоналізації користувацького досвіду, забезпечуючи високий рівень залучення гравців і естетичне задоволення від гри. Підсумовуючи, створення концепції гри «Scarlet Eye» це багатогранний процес, що поєднує ідею, жанр, орієнтацію на цільову аудиторію, механіки та візуальну стилістику. Цей етап задає ключовий напрямок розвитку гри і закладає основу для її унікального фірмового стилю. Однією з головних рис гри «Scarlet Eye» є акцент на атмосферності та глибокому емоційному впливі. Завдання проекту полягає не лише у створенні механічних викликів, а й у пробудженні у гравця почуттів напруженості, зацікавлення та повного занурення в ігровий світ. Саме тому дизайн інтерфейсу, музичний супровід, анімація й графічні елементи повинні функціонувати як органічно цілісна система. Створення концепції «Scarlet Eye» є визначальною стадією формування цілісного ігрового продукту, оскільки саме на цьому етапі закладаються основні ідеї, принципи та творчі рішення, які надалі визначатимуть унікальність, конкурентоспроможність і впізнаваність гри на ринку. Концепція є фундаментом усього проекту, адже

вона поєднує в єдину систему сюжетну основу, візуальну стилістику, ігрові механіки, емоційний досвід користувача та загальну ідентичність продукту.

Першочерговим елементом формування концепції є розробка сюжетної основи гри. Саме сюжет визначає логіку ігрового світу, його внутрішню структуру, мотивацію персонажів та послідовність подій. Для «Scarlet Eye» сюжет виступає не лише інструментом розкриття історії, а й засобом формування емоційного зв'язку між гравцем та ігровим світом. Добре продумана сюжетна лінія дозволяє створити атмосферу занурення, зацікавити користувача та стимулювати його до подальшого проходження гри. У цьому контексті важливими є не лише основні сюжетні події, а й деталі світу, передісторія персонажів, конфлікти та можливість вибору, які роблять гру більш живою та динамічною.

Не менш важливою складовою концепції є естетика гри. Візуальна стилістика «Scarlet Eye» повинна бути унікальною та впізнаваною, оскільки саме вона формує перше враження користувача та створює атмосферу ігрового світу. Колірна палітра, художній стиль, архітектура локацій, дизайн персонажів, освітлення та графічні ефекти мають працювати як єдина система, яка підтримує сюжетну ідею та підсилює емоційне сприйняття гри. Саме через естетику користувач отримує перший емоційний контакт із продуктом, тому її роль є стратегічно важливою.

Окреме місце у формуванні концепції займають ігрові механіки. Вони визначають спосіб взаємодії користувача з ігровим середовищем, рівень складності, динаміку проходження та загальний ігровий досвід. Для «Scarlet Eye» важливо створити механіки, які не лише відповідатимуть жанру сюжетно-рольової гри, а й підкреслюватимуть її індивідуальність. Це можуть бути елементи дослідження, система розвитку персонажа, нелінійний вибір, інтерактивна взаємодія з оточенням та спеціальні ігрові можливості, які формуватимуть унікальність проєкту.

Важливою складовою концепції є також візуальна ідентичність гри. Вона охоплює назву, логотип, шрифтове оформлення, фірмові кольори,

символіку та інші елементи брендингу, які формують цілісний образ продукту. Саме візуальна ідентичність забезпечує впізнаваність гри серед конкурентів, допомагає будувати комунікацію з аудиторією та створює емоційне сприйняття бренду. Для «Scarlet Eye» це особливо важливо, оскільки сильний фірмовий стиль дозволить не лише виділитися на ринку, а й сформувати довготривалу асоціацію з продуктом.

Крім того, етап створення концепції дозволяє чітко визначити цільову аудиторію гри та адаптувати всі складові майбутнього продукту відповідно до її потреб, інтересів і поведінкових особливостей. У сучасній ігровій індустрії успіх проєкту значною мірою залежить від того, наскільки точно розробники розуміють свою аудиторію та здатні запропонувати їй релевантний ігровий досвід. Саме тому на концептуальному етапі важливо провести аналіз потенційних користувачів, враховуючи їхній вік, ігрові вподобання, технічні можливості, мотивацію до гри та емоційні очікування. Для гри «Scarlet Eye» це означає необхідність формування такого продукту, який буде зрозумілим і привабливим для обраної цільової групи. Насамперед це стосується вибору жанрових рішень. Якщо гра орієнтована на поціновувачів сюжетно-рольових проєктів, важливо забезпечити глибокий сюжет, розвинену систему персонажів, нелінійність проходження та можливість впливу гравця на розвиток подій.

Саме такі механізми створюють відчуття особистої участі та підсилюють емоційне занурення у віртуальний світ. Не менш важливим є визначення візуальної мови гри. Вона повинна відповідати очікуванням цільової аудиторії та водночас формувати унікальний стиль продукту. Для одних користувачів привабливими є реалістичні візуальні рішення, для інших стилізована графіка або художня інтерпретація світу. У випадку «Scarlet Eye» візуальна концепція має не лише підтримувати сюжетну атмосферу, а й створювати сильний емоційний вплив, який сприятиме формуванню впізнаваності гри серед інших проєктів на ринку.

Також на етапі концептуалізації визначається рівень складності гри та її темп. Це важливий аспект, оскільки надто складна гра може відштовхнути частину аудиторії, а надто проста швидко втратити її інтерес. Баланс між викликом і доступністю є одним із ключових чинників позитивного користувацького досвіду. Для «Scarlet Eye» важливо передбачити таку систему ігрового прогресу, яка дозволить гравцеві відчувати власний розвиток, досягнення та мотивацію до подальшого проходження. Окрему увагу слід приділити стилю комунікації з майбутніми користувачами. Йдеться не лише про внутрішньоігрові тексти, діалоги та наратив, а й про зовнішню комунікацію бренду: рекламні повідомлення, соціальні мережі, промоматеріали та загальну тональність позиціонування гри. Усі ці елементи повинні бути узгодженими між собою та відповідати образу, який розробники прагнуть сформувати навколо продукту. Такий комплексний підхід дозволяє значно точніше позиціонувати гру на ринку. Завдяки чіткому визначенню аудиторії та адаптації продукту до її очікувань зростає ймовірність того, що гра буде сприйнята позитивно, отримає ширше охоплення та сформує лояльну спільноту користувачів.

Загалом створення концепції «Scarlet Eye» є ключовим етапом розробки, на якому закладається стратегічна основа всього майбутнього проєкту. Саме на цьому етапі відбувається інтеграція сюжету, візуальної естетики, ігрових механік, емоційної складової та фірмової ідентичності в єдину цілісну систему. Така синергія забезпечує не лише гармонійність і завершеність продукту, а й його унікальність, впізнаваність та здатність ефективно конкурувати на сучасному ринку відеоігор, де успіх визначається не лише технічними параметрами, а й силою ідеї та її якісною реалізацією.

2.3 Аналіз відеоігор аналогів з механікою відкритого світу

Одним із ключових етапів розробки концепції сюжетно-рольової гри «Scarlet Eye» є ретельне вивчення існуючих відеоігор-аналогів, які застосовують механіку відкритого світу. Такий аналітичний підхід сприяє ідентифікації найбільш оптимальних дизайнерських рішень, дослідженню популярних ігрових механік і визначенню особливостей, що формують позитивний користувацький досвід. Механіка відкритого світу займає центральну позицію серед сучасних форматів ігор завдяки своїй здатності забезпечити гравцям свободу переміщення, самостійне планування проходження та більш глибоке занурення у віртуальне середовище. Сутність механіки відкритого світу полягає у створенні просторово масштабного ігрового середовища, в межах якого користувачів стимулюють до дослідження локацій, виконання основних і додаткових завдань, інтерактивної взаємодії з персонажами та самостійного контролювання темпу проходження гри. Такий формат не лише підвищує рівень залученості гравців, але й сприяє формуванню індивідуалізованого ігрового досвіду.

Одним із найбільш знакових прикладів успішної реалізації відкритого світу є The Witcher 3, Wild Hunt. Ця гра відзначається ретельно деталізованим ігровим середовищем, глибокою сюжетною складовою та структурованою системою побічних завдань, які органічно інтегруються у наратив основної історії. У контексті розробки «Scarlet Eye» цей проєкт слугує як орієнтир для створення атмосферного світу та ефективної побудови сюжетної лінії. Іншим важливим референтом є The Legend of Zelda. Breath of the Wild, яка встановила новий стандарт для ігор з відкритим світом завдяки високому рівню свободи дій, нелінійності наративу та стимулюванню гравця до незалежного дослідження середовища. Її ключовою особливістю є відсутність суворих обмежень у процесі проходження, що забезпечує унікальне відчуття свободи для користувача.

Ще одним прикладом значного досягнення у відкритому світі є Red Dead Redemption 2, яка демонструє виняткову деталізацію ігрового середовища та інтерактивних елементів. Одним із найбільш примітних аспектів цієї гри слугує створення «живого світу», де NPC мають автономну поведінку, а перебіг подій змінюється залежно від дій гравця. Саме така динаміка стала одним із важливих орієнтирів при формуванні концепції гри «Scarlet Eye». Для сучасних відеоігор із відкритим світом характерними є низка ключових механік, які визначають їхній ігровий процес:

1. Безперешкодне дослідження території, що забезпечує користувачеві свободу у виборі маршрутів.
2. Нелінійна побудова сюжету, яка передбачає вплив рішень гравця на хід подій та розвиток історії.
3. Система побічних завдань, що інтегрується в основний сюжет, доповнюючи його та збагачуючи ігровий досвід.
4. Прогресія персонажа, яка включає вдосконалення навичок, здібностей та умінь.
5. Інтерактивне середовище, здатне реагувати на дії користувача та створювати відчуття динамічного світу.
6. Зміна погодних умов і циклів доби, які слугують засобами поглиблення атмосфери гри та формування її реалістичності [2].

У контексті гри «Scarlet Eye» впровадження механік відкритого світу виступає одним із ключових елементів концептуального дизайну, що суттєво впливає на глибину ігрового досвіду та рівень залучення користувача. Такий підхід дозволяє відійти від лінійної структури проходження і створити більш гнучке, динамічне середовище, у якому гравець отримує свободу дій, самостійно обирає маршрут дослідження та темп проходження сюжету. Це, у свою чергу, формує відчуття реального впливу на ігровий світ та підсилює ефект занурення. Відкритий світ у межах даного проєкту має розглядатися не лише як велика інтерактивна карта з різними локаціями, а як цілісна екосистема, що функціонує за власними правилами. Кожна зона повинна

мати власну атмосферу, історичний контекст, набір персонажів та унікальні події, які розкривають загальну сюжетну лінію гри. Таким чином, дослідження світу стає не другорядним елементом, а важливою складовою наративного розвитку. Особливу роль у відкритому світі відіграє інтерактивність середовища. Гравець повинен мати можливість взаємодіяти з об'єктами, впливати на оточення, знаходити приховані елементи та відкривати нові сюжетні фрагменти. Це можуть бути приховані документи, аудіозаписи, загадки, секретні локації або альтернативні шляхи розвитку подій. Такий підхід стимулює дослідницьку поведінку та заохочує гравця до глибшого вивчення ігрового світу, а не лише виконання основних завдань.

Важливою складовою є також система сюжетно інтегрованих завдань. На відміну від стандартних другорядних місій, вони повинні органічно вплітатися у загальну історію та доповнювати основний сюжет. Це дозволяє уникнути відчуття штучності або відокремленості ігрових завдань від загальної наративної структури. Кожне завдання має не лише ігрову, а й сюжетну цінність, розкриваючи нові деталі світу, персонажів або конфліктів.

Крім того, механіки відкритого світу сприяють формуванню індивідуального ігрового досвіду. Кожен гравець може проходити гру у власному темпі, обирати різні шляхи розвитку подій та самостійно визначати пріоритети дослідження. Це підвищує рівень реіграбельності та робить кожне проходження унікальним. Таким чином, впровадження відкритого світу в «Scarlet Eye» забезпечує не лише розширення ігрового простору, а й глибшу інтеграцію сюжету, механік та взаємодії з середовищем. Це створює багатовимірний ігровий досвід, у якому дослідження, сюжет і свобода вибору об'єднуються в єдину цілісну систему, що підсилює емоційне залучення гравця та підвищує загальну якість продукту.

Особливо важливим аспектом розробки гри «Scarlet Eye» є створення високоякісної візуальної складової відкритого світу. Атмосферність локацій, використання контрастної палітри кольорів, унікальні архітектурні рішення та тематичний дизайн середовища повинні не лише підтримувати загальну

концепцію гри, але й сприяти посиленню її естетичної ідентичності. Таким чином, аналіз успішних аналогів відеоігор із механікою відкритого світу демонструє, що ефективність таких проєктів значною мірою залежить від гармонійного поєднання свободи дій користувача, цікавого сюжету, інтерактивності середовища та потужного візуального стилю. Ці принципи можуть слугувати міцною основою для розробки сюжетно-рольової гри «Scarlet Eye», забезпечуючи її унікальність і потенціал для успіху.

Перед початком розробки сюжетно-рольової гри «Scarlet Eye» важливим кроком є проведення передпроєктного аналізу. Цей процес допомагає вивчити досвід успішних ігрових проєктів, оцінити сучасні тренди у геймдизайні та визначити підходи, які сприятимуть створенню яскравої візуальної ідентичності. Завдяки аналізу стає можливим розробити чітку концепцію гри, окреслити її унікальні характеристики та зменшити ризик типових помилок на етапі проєктування. Для проведення дослідження було обрано ряд популярних відеоігор, які мають стилістичні, механічні або концептуальні особливості, що перетинаються з майбутнім проєктом «Scarlet Eye». Серед них особливий інтерес викликали такі проєкти, як «GRIS», «Neva», «Sky: Children of the Light», «Alice: Madness Returns» та «Stray». Аналіз цих ігор дозволяє глибше зрозуміти принципи створення художнього стилю, атмосферності, ігрового середовища та візуального брендування.

Основними критеріями для оцінки обраних ігор стали дизайн стилю і композиції, кольорова палітра, UI/UX-рішення, дизайн логотипу, технологічні аспекти реалізації та загальна концепція проєкту. Такий всеосяжний підхід надає можливість виділити сильні сторони кожного аналога та адаптувати їх у розробці власної гри. Яскравим прикладом для глибокого аналізу стала гра «GRIS» двовимірний пригодницький платформер від іспанської студії Nomada Studio. Цей проєкт вирізняється емоційним візуальним сторітелінгом завдяки унікальному художньому стилю, акварельній графіці, плавній анімації та метафоричній розповіді сюжету.

Головною особливістю «GRIS» є її візуальна мова, що майстерно передає емоції, настрої і внутрішній розвиток персонажа. Кожна локація гри оформлена за допомогою індивідуальної кольорової палітри зі значущою символікою, що збагачує емоційне сприйняття сюжету. Використання кольору як ключового інструменту для просування наративу є важливим аспектом, який може бути застосований у «Scarlet Eye» для створення більш занурюючої атмосфери та посилення емоційного зв'язку з гравцем. Ще одним важливим дизайнерським рішенням є мінімалістичний інтерфейс, який не відволікає уваги від основного візуального та сюжетного сприйняття. Це підкреслює необхідність досягнення балансу між зручністю користувацького інтерфейсу та художньою завершеністю проєкту.

Для «Scarlet Eye» гра «GRIS» є джерелом натхнення завдяки своєму підходу до передання емоцій через візуальний стиль, використанню кольорової драматургії та цілісному дизайну, який гармонійно поєднується із сюжетом і робить геймплей більш захопливим. Тобто проведення аналізу відеоігор-аналогів є надзвичайно важливим етапом у створенні концепції «Scarlet Eye». Така робота дозволяє сформуванню ідейну базу проєкту, визначити найбільш актуальні рішення в дизайні та закласти основи для розробки унікальної візуальної ідентичності майбутньої гри.

Висновки до розділу другого

У другому розділі проведено аналіз концептуальних засад створення сюжетно-рольової гри «Scarlet Eye» та визначено сучасні тенденції, що впливають на формування ігрових продуктів. Особливу увагу приділено дослідженню популярних відеоігор, які визначають поточний стан індустрії, а також їхньому впливу на розвиток візуального стилю, геймплейних механік і маркетингових стратегій. У ході дослідження встановлено, що успішні ігрові проєкти відіграють значну роль у формуванні очікувань користувачів, задають нові стандарти якості та окреслюють основні напрями розвитку індустрії. Це дозволило визначити ключові вимоги до сучасних сюжетно-рольових ігор, зокрема потребу у створенні вражаючого візуального образу, опрацьованої атмосфери та унікального геймерського досвіду.

У процесі формування концепції гри «Scarlet Eye» було чітко окреслено її базову ідею, жанрову належність, цільову аудиторію та основні ігрові механіки. Гра позиціонується як сюжетно-рольова пригодницька гра з елементами відкритого світу, основними складовими якої є нелінійний сюжет, свобода дослідження, розвиток персонажа і глибоке емоційне занурення до ігрового всесвіту. Аналіз ігор із відкритим світом і виразним художнім стилем дозволив визначити найефективніші дизайнерські рішення для застосування у власному проєкті. Дослідження таких ігор, як «GRIS», «Neva», «Sky: Children of the Light», «Alice: Madness Returns» та «Stray», підкреслило важливість цілісної візуальної концепції, створення атмосферного середовища, продуманого дизайну та емоційної взаємодії з гравцем. Результати дослідження засвідчили, що розробка концепції гри є основоположним етапом у створенні успішного цифрового продукту. Отримані висновки дозволили сформулювати чітке бачення майбутньої гри «Scarlet Eye», визначити її ключові концептуальні характеристики.

РОЗДІЛ 3. РОЗРОБКА ФІРМОВОГО СТИЛЮ ТА ДИЗАЙН ПЕРСОНАЖІВ ГРИ «SCARLET EYE»

3.1 Дизайн головних героя та другорядних персонажів гри, їх особливості

Після завершення етапу формування концепції гри та визначення її основних механік наступним важливим кроком є розробка візуального оформлення, яке стає основою фірмового стилю майбутнього проєкту. Саме на цьому етапі починається створення графічних елементів, що формуватимуть унікальний образ гри «Scarlet Eye» та забезпечуватимуть її впізнаваність серед цільової аудиторії. Візуальний стиль гри виконує не лише естетичну функцію, але й є важливим інструментом передачі атмосфери, настрою та сюжетного контексту. Через кольорову палітру, стилістику персонажів, оточення та інтерфейс користувача формується цілісне сприйняття ігрового світу. Для «Scarlet Eye» особливе значення має узгодженість усіх візуальних елементів, адже саме вона дозволяє створити відчуття занурення та емоційного зв'язку гравця з подіями гри. На цьому етапі зазвичай розробляються перші ескізи персонажів, локацій та ключових об'єктів, які поступово деталізуються і перетворюються на фінальні концепт-арти. Важливу роль відіграє також дослідження референсів та визначення художнього напрямку реалістичного, стилізованого або комбінованого. Це дозволяє сформувати єдину візуальну мову проєкту та уникнути стилістичних розбіжностей у подальшій розробці. Окрему увагу приділяють дизайну інтерфейсу користувача, оскільки він повинен бути не лише зручним та інтуїтивним, але й органічно вписуватися в загальну стилістику гри.

Етап створення візуального оформлення є ключовим для формування ідентичності проєкту та закладає основу для подальшої графічної реалізації гри. Першим етапом художньої розробки є створення скетчів початкових графічних ескізів, які відображають основні візуальні ідеї проєкту. До таких елементів належать концепти персонажів, ігрових локацій, інтерфейсних

елементів, символіки, логотипу, ігрових предметів та ключових сюжетних сцен. Використання скетчів дозволяє швидко візуалізувати ідеї, оцінити їхню відповідність загальній концепції гри та вносити зміни ще на ранньому етапі, що значно оптимізує процес подальшої розробки. Створенням таких візуальних рішень займається концепт-художник (Concept Artist), основним завданням якого є візуалізація ідей та формування художнього напрямку проєкту. У процесі роботи над грою «Scarlet Eye» концепт-арт виконує кілька важливих функцій.

По-перше, він допомагає перетворити концептуальні ідеї в конкретні графічні образи, що дозволяє команді чітко побачити майбутній візуальний стиль гри та погодити основні дизайнерські рішення.

По-друге, концепт-художник формує унікальний художній стиль, який відповідає атмосфері гри. Для «Scarlet Eye» це означає створення похмурого, емоційно насиченого візуального середовища з використанням темних відтінків, контрастних багряних акцентів та символічних образів, що підсилюють основну ідею проєкту.

По-третє, концепт-арт дозволяє вирішувати функціональні дизайнерські завдання, пов'язані з геймплеєм. Це стосується візуального оформлення персонажів, предметів, ігрових просторів та елементів інтерфейсу таким чином, щоб вони були не лише естетично привабливими, а й зрозумілими та зручними для користувача.

Ще одним важливим аспектом є створення загальної атмосфери гри. Саме через концепт-арт визначається стилістика проєкту, його кольорова палітра, композиційні рішення та візуальний настрій. Для «Scarlet Eye» це має особливе значення, оскільки атмосфера гри є одним із ключових факторів емоційного залучення користувача.

У процесі розробки також можуть використовуватися референси візуальні приклади, які допомагають точніше сформулювати художнє бачення проєкту. Це можуть бути фотографії, ілюстрації, кадри з фільмів або приклади з інших ігор. Проте для створення оригінального продукту, такого

як «Scarlet Eye», важливо не копіювати існуючі рішення, а використовувати референси як джерело натхнення для формування власної унікальної стилістики. На відміну від фінальних графічних елементів, концепт-арти не є завершеним продуктом, а виступають основою для подальшої реалізації фірмового стилю. Саме на їх базі створюються логотип, рекламні матеріали, ігровий інтерфейс, персонажі та інші складові візуальної ідентичності гри. Етап створення скетчів і концепт-арту є важливою складовою розробки фірмового стилю гри «Scarlet Eye», оскільки саме він дозволяє сформувати цілісний художній образ проєкту, визначити його атмосферу та закласти основу для подальшого графічного оформлення. Розглянемо на прикладі сценарію гри, опису персонажів.

На момент прибуття у новий всесвіт Томи було вісімнадцять років. Він опинився тут раптово й без будь-якого попередження, проте вже тоді відчував, що його чекає щось надзвичайне. Світ навколо був незнайомим і водночас сповненим тихої величі. Йому не довелося довго адаптуватися: місцеві прийняли його гостинно, сприймаючи як звичайного мандрівника. Та навіть у найспокійніші моменти Тома відчував внутрішнє напруження: спокій лише ілюзія, і попереду його чекало щось значно більше, ніж він міг собі уявити.

Тома має різний колір очей: одне звичайне, а друге яскраво-блакитне. Це результат рідкісної мутації генів гетерохромії, яка проявилася ще при народженні. Світле око він ховає під чёлкою, аби не привертати зайвої уваги. Воно не пов'язане з жодною хворобою або фізичною слабкістю, але згодом ця риса стане ключовою у розкритті його зв'язку з антагоністом. Ця особливість додає Томи відчуття унікальності, але водночас приносить тінь тривоги: кожен, хто помітить його блакитне око, може зрозуміти більше, ніж він хотів би показати. Під час вирішальної битви з Аллом Тома отримав серйозну рану. У момент зіткнення Алл заразив його власною кров'ю, а разом із нею передалася частинка його спотвореного існування.

Вірус не діє одразу, він повільний і підступний, поступово руйнує організм і проявляється лише через роки. Тома знав про це, але відчуття невідомості тиснуло на нього щодня, примушуючи бути обережним у кожному русі, у кожному контакті з іншими. Тільки через п'ять років після бою почали проявлятися перші ознаки зараження. На шкірі з'являлися почорнілі ділянки, м'язи час від часу тремтіли, тіло відчувало різкі перепади температури, а енергетичний стан змінювався небезпечно і непередбачувано. Щоб приховати це від інших, Тома замотує уражені частини бинтами, видаючи їх за старі шрами. Ці приховані зміни додавали йому внутрішнього напруження: він постійно обережно стежив за реакцією оточення. Згодом ці прояви стануть однією з причин, через які Алл так наполегливо прагне повернути собі його тіло, а Тома муситиме протистояти не лише зовнішнім ворогам, а й власним страхам і обмеженням, що накладає зараження. Після зустрічі з Аллом Тома зникає на п'ять років, не попередивши нікого зі своїх близьких. Це зникнення було вимушеним, він розумів що не може залишатися серед людей, поки вірус, зараження яким він отримав, ще не проявилось повною мірою. Тома потребував часу для ізоляції, щоб зрозуміти свій стан, дослідити власні сили та навчитися контролювати зараження. Він прагнув відійти від всього, що сталося після прибуття у вимір, внутрішні конфлікти, страх перед Аллом і небезпека, яку вірус представляв для його тіла, змушували його жити у самоті. Кожен день він присвячував тренуванням, які допомагали зміцнити тіло, витривалість та волю. Ці заняття були суворими й виснажливими: шрами, що покривали його тіло, нагадували про боротьбу із самим собою і зараженням, яке він намагався тримати під контролем. Частина шрамів з'явилася через тренування, інша від експериментів над власною силою, ще частина від необережних проявів вірусу. Психологічно ці п'ять років стали випробуванням на стійкість. Тома навчився тримати емоції під контролем, приховувати страх та біль, щоб не дати вірусу та Аллу влади над своїм розумом. Він зміцнив внутрішню

дисципліну, а самотність стала його союзником, адже лише в ізоляції він міг відчувати повну свободу для тренувань та дослідів.

На момент основних подій гри Тома 23-річний молодий чоловік, загартований випробуваннями, із тілом, яке носить сліди його боротьби, і духом, загартованим у самотності. Він має кілька основних цілей. По-перше, він прагне зупинити цикл часу, створений Аллом, який дозволяє антагоністу існувати поза природним ходом реальності та поступово накладати свій порядок на цей світ. По-друге, він має не допустити, щоб Алл остаточно заволодів його тілом, адже вірус може зламати його волю і перетворити Тому лише на оболонку для ворога. По-третє, він прагне уберегти сфери життя, які Алл планує використати для перезапуску світу; кожна сфера є ключовою ланкою плану антагоніста. Його особистий мотив звучить просто, але глибоко «Вперше за довгий час я хочу просто жити. Але щоб це стало можливим я маю закінчити те, що почалося п'ять років тому.» Ці слова відображають його готовність до боротьби, внутрішню силу та рішучість довести справу до кінця, незважаючи на небезпеки та втрати. Рудольф другорядний, але помітний персонаж у світі «Scarlet Eye», він виконує роль помічника Алла та виступає її надійною правою рукою. Хоча він не є центральною фігурою сюжету, його присутність суттєво впливає на буденний перебіг подій і допомагає тримати структуру світу стабільною.

Рудольф завжди знаходиться поруч із Аллом, діючи як тінь, він бере на себе переважно технічні та організаційні завдання, що дозволяє Аллу зосереджуватися на більш важливих справах. Він передає повідомлення та інструкції, супроводжує Алла в складних ситуаціях, допомагає вирішувати локальні питання та контролює виконання доручень на місцях. Саме завдяки його роботі складні процеси проходять без затримок, а Алл може зберігати ресурси для ключових подій. Рудольф володіє високим рівнем компетентності, тому Алл може повністю покладатися на нього. Він діє тихо та стримано, не прагне лідерства і не намагається привертати увагу до себе. Йому комфортно залишатися в другому ряду, забезпечуючи підтримку і

стабільність у світі, де хаос і непередбачуваність можуть швидко порушити рівновагу. Його відданість проявляється не яскраво, але глибоко. Рудольф працює чесно, без зайвих емоцій, завжди виконує свою частину роботи і дотримується чітких принципів. Це робить його незамінною опорою для Алла і одним із тих персонажів, на яких тримається внутрішній механізм світу «Scarlet Eye».

Рудольф виступає у сюжеті як разовий, але дуже запам'ятовуючийся бос, його поява стає переломним моментом для гравця, адже саме в цій битві герой уперше стикається з реальною силою світу та межами, які ще доведеться перейти. Він з'являється лише один раз, на межі великого сюжетного етапу, виконуючи наказ Алли перевірити, чи справді герой достатньо сильний, щоб рухатися далі. Його поява не драматична і не гучна. Він просто виходить вперед у потрібний момент, промовляючи: «Алла не приймає тих, хто слабкий. Якщо хочеш рухатись далі пройди через мене.»

Рудольф не є ворогом із ненавистю, не маніяком і не фанатиком. Він став босом не через власне бажання битися, а тому, що так потрібно системі, і він чесно виконує свою роль. Він стриманий, холодний і повністю зосереджений. У бою він не говорить зайвого, рухи точні, обдумані й важкі. Він не використовує показну силу лише чисту техніку та контроль. Його стиль бою характеризується міццю, витривалістю та постійним тиском. Унікальні риси бою включають повільні, але руйнівні удари, які карають за неправильний таймінг, зони тиску, де гравець отримує постійну шкоду, та становий ривок у другій фазі бою, коли броня Рудольфа темнішає, а удари стають більш агресивними. Він застосовує контратаки, якщо гравець б'є хаотично або занадто часто. Рудольф не намагається виглядати «крутим» його холодна впевненість лякає значно більше.

Він входить у трійку найсильніших персонажів поряд з Аллою, і гравець відчуває це з перших секунд бою. Його сила не магічна, а дисциплінована він тренувався роками, і кожен удар виглядає як результат величезної внутрішньої роботи. Гравець швидко розуміє, що якби Рудольф

був постійним босом, його б боялися всі. Після завершення бою Рудольф не вмирає. Він визнає силу героя і відходить у тінь, промовляючи «Ти справді пройшов. Я передам це Аллі.» Більше він не з'являється у сюжеті, але момент зустрічі з ним залишає сильний слід у пам'яті гравця. Він стає символом переходу від новачка до справжнього бійця. Після перемоги герой отримує значну кількість досвіду, ключовий предмет або ресурс, який відкриває наступну частину сюжету, а також можливо частину обладунків чи зброї Рудольфа, проте він забирає основне з собою, ця зустріч формує відчуття важливості бою та підкреслює зростання сили і майстерності гравця.

3.2 Дизайн антагониста та локацій

Алл центральний антагоніст гри та одна з найнебезпечніших істот у всьому всесвіті. Його ім'я викликає острах навіть у тих, хто ніколи не бачив його особисто. Він не просто ворог, а архітектор світу, що розпадається, і головна темна сила, яка формує конфлікт усього сюжету. Алл прагне переписати всю історію світу і перезапустити реальність згідно зі своїм баченням. Він вважає, що нинішній світ помилка, хаотичний фрагмент, створений неправильно. Тому його мета очистити все до основи і побудувати новий порядок, де кожна подія, дія та рух будуть підкорені його логіці. Для Алла це не зло це виправлення, для світу катастрофа.

Справжнє тіло Алла давно зруйноване, тому він захопив тіло головного героя і змінив його під себе. Щоб уникнути розкладання і зберегти тіло в ефективному стані, він створив «часовий цикл» замкнуту петлю, у якій час навколо нього постійно оновлюється. Цикл часу не дозволяє тілу старіти, блокує пошкодження та ізолює його існування від природних законів світу. Це робить його практично безсмертним, але прив'язаним до свого тимчасового виміру. Алл живе у паралельному вимірі, який існує між реальністю та її віддзеркаленням. Цей вимір доступний далеко не всім лише тим, кого Алл дозволяє або кого затуляє сам. Він не перебуває там постійно у фізичному сенсі, але його сутність розтягнута через безліч точок світу. Фрагменти його виміру можуть проявлятися будь-де: в тінях, у дзеркальних поверхнях, у спотворених ділянках простору або в зонах, де логіка починає ламатися. Саме тому він говорить головному герою: «Від мого зору не втекти. Я всюди, куди ти дивишся.» Це не метафора, що Алл буквально може з'явитися у будь-якій точці світу своїм проєкційним аватаром або частиною розуму. Алл холодний, логічний і абсолютно позбавлений емоційної імпульсивності. Він не кричить і не злиться він спостерігає, аналізує та контролює. Його спокій робить його ще небезпечнішим: він не поспішає, ніколи не реагує імпульсивно, завжди на кілька кроків попереду, а його

рішення є фатальними та обдуманими. Алл не вважає себе «поганим», він переконаний, що світ потрібно зламати, щоб привести його до досконалості. Хоч він з'являється рідко, кожна поява Алла знакова, тривожна і атмосферна. Він може говорити з героєм через розриви реальності, з'являтися через тіні чи спотворення простору, давати короткі холодні повідомлення або залишати сліди енергії, що руйнують навколишнє середовище. Він ніколи не приходить без причини.

Кожна поява Алла сигналізує про підвищення напруги сюжету. Він є причиною руйнування реальності, підвищеної агресивності монстрів та появи часових відхилень у різних точках світу. Його план запускає ланцюгову реакцію, яка веде гравця до фінального протистояння. Навіть коли його немає поруч, відчуття його присутності не зникає. Гравець бореться не просто проти монстра він бореться проти архітектора реальності, який вирішив її переписати. У цих локаціях панує постійний стан червоного неба, який став однією з найупізнаваніших рис цього виміру. Небо не просто пофарбоване в червоний воно нагадує нескінченний захід сонця, що ніколи не переходить у ніч і не повертається до дня. Сонця тут не існує зовсім, промені світла надходять невідомим способом, наче сама реальність світиться зсередини похмуро-червоними переливами. Місяць інколи можна побачити крізь туман і хмарні розломи, але він завжди блідий, розмитий, наче частина іншого, далекого світу. У деякі ночі місяць проявляється лише як відблиск або силует, що здається застиглим у часі. Це створює відчуття місця, де час зупинився або був навмисно спотворений, який ідеально підходить світу, де бере гору цикл часу Алла.

У певних регіонах повітря стало практично непридатним для дихання. Над землею постійно клубиться густий, отруйний газ, який заповнює навіть найменші щілини. Його концентрація різниться: від слабких отруйних випарів до щільних зеленуватих туманів, де можна загинути за хвилину. Повітря важке, «маслянисте», липне до горла і легенів. Температура в таких локаціях завжди вища за нормальну, ніби сама земля тут тліє. Через це деякі

зони вважаються проклятими територіями, і навіть досвідченим персонажам краще туди не заходити без захисту. Ці особливості локацій мають не лише естетичне значення, а й важливий сюжетний сенс. Червоне небо символізує межу між двома циклами часу, створеними Аллом. Відсутність сонця натякає на те, що природний порядок тут більше не працює. Токсичні гази наслідок нестабільності виміру та експериментів Алла з тілами й енергіями. Важке повітря впливає на геймплей: знижує витривалість, зменшує видимість, а в деяких місцях шкодить здоров'ю героя. Подібний світ виглядає мертвим, але живим одночасно він дихає, хоча його дихання отруйне. Атмосфера, освітлення та небезпечні умови створюють у гравця відчуття постійної напруги та необхідності обережності, роблячи кожну експедицію в такі локації випробуванням як фізичної сили, так і розуму.

Розробка дизайну персонажів у комп'ютерних іграх має свої унікальні особливості, які залежать від функцій, виконуваних кожним персонажем. Основними вимогами до таких персонажів є відповідність їхнім ролям, різноманітність для збагачення ігрового світу, а також наявність адаптивних поведінкових шаблонів, що змінюються залежно від умов гри. Крім того, NPC відіграють значну роль у просуванні сюжету. Функціонально займають досить важливе місце у процесі створення гри. Детальне опрацювання цих персонажів дозволяє зробити ігровий світ значно «живішим» і цікавішим для гравця. Що стосується локацій, це поняття в геймдизайні означає зони або місцевості, де відбуваються ігрові події. У реальному світі локація може асоціюватися з навігацією через цифрові сигнали, але в контексті відеоігор мова йде саме про ігрові області. Під час дослідження ігрового світу гравець змінює локації. Раніше для переходу між зонами карти могла знадобитися додаткова під завантаження, сьогодні ж розробники прагнуть створювати безшовні світи.

На етапі створення локацій у процесі розробки гри відсутні жорсткі обмеження щодо їх кількості, адже дизайнери можуть створювати десятки, сотні або навіть тисячі різноманітних ігрових зон. Кількість локацій залежить

насамперед від масштабу проєкту, творчого потенціалу команди, доступних технічних ресурсів та очікувань цільової аудиторії. Проте сам по собі великий обсяг контенту не гарантує успіху гри значно важливішим є баланс між кількістю створених просторів та якістю їх опрацювання. Особливу роль у формуванні привабливості ігрових зон відіграє наративний дизайн. Саме він дозволяє перетворити звичайну локацію на живий, наповнений змістом простір, який викликає у гравця інтерес до дослідження. Наративний дизайн охоплює всі елементи, що передають історію через середовище: текстові повідомлення, діалоги персонажів, кат-сцени, візуальні підказки, архітектурні особливості та символічні деталі, які формують загальне сприйняття локації.

Кожна окрема локація повинна розглядатися як самостійна мікросистема, що має власну внутрішню логіку та сюжетну цінність. Важливо, щоб вона мала:

- минуле передісторію, яка пояснює, як і чому ця зона стала саме такою, які події відбувалися тут раніше та як вони вплинули на її сучасний стан;
- теперішні актуальні події, конфлікти, персонажів або завдання, з якими взаємодіє гравець під час перебування в цій зоні;
- майбутнє потенційний розвиток подій, наслідки дій гравця або можливість змінити стан локації у подальшому проходженні гри.

Такий багаторівневий підхід дозволяє створити більш глибоке занурення у віртуальний світ, оскільки гравець починає сприймати локацію не лише як місце виконання завдань, а як окремий елемент великої ігрової історії. Крім того, добре продумані локації сприяють емоційному залученню користувача, стимулюють дослідницький інтерес та підвищують загальну цінність ігрового досвіду. Створення локацій є не просто технічним або художнім процесом, а складною творчою задачею, що поєднує дизайн середовища, сюжетну побудову та психологію взаємодії з гравцем. Саме завдяки цьому формується унікальний ігровий світ, здатний утримувати увагу користувача протягом тривалого часу.

У процесі розробки локацій важливо враховувати їхню функціональну роль у грі: кожна зона повинна не лише виконувати декоративну функцію, але й сприяти розвитку ігрового процесу. Локації можуть слугувати місцем виконання завдань, дослідження, взаємодії з персонажами або ж створення певного емоційного стану: напруження, спокою, небезпеки чи загадковості. Таким чином, простір гри стає активним елементом наративу, а не лише фоном для подій. Важливим аспектом є також побудова навігації та логіки простору. Гравець повинен інтуїтивно розуміти, куди рухатися далі, навіть без надмірних підказок інтерфейсу. Це досягається за допомогою композиції середовища, світлових акцентів, контрастів та розміщення ключових об'єктів. Правильно спроектована локація «веде» гравця, формуючи природний потік дослідження світу.

Не менш значущим є психологічний вплив простору, колірна гама, архітектура, щільність об'єктів і рівень деталізації, які можуть викликати різні емоційні реакції та підсилювати загальну атмосферу гри. Наприклад, вузькі темні коридори створюють відчуття напруження, тоді як відкриті простори відчуття свободи або вразливості. Таким чином, розробка локацій є комплексним процесом, який об'єднує художнє бачення, геймдизайнерські рішення та психологічні принципи, забезпечуючи глибоке занурення гравця у світ гри. Створення локацій є одним із ключових етапів розробки гри, оскільки воно поєднує художні, технічні та геймдизайнерські підходи. Саме продумане середовище формує основу ігрового світу, впливає на сприйняття сюжету та визначає рівень залученості гравця. Якісно спроектовані локації не лише забезпечують функціональність ігрового процесу, а й передають атмосферу, емоції та наративні елементи. Завдяки цьому гравець отримує більш глибокий і цілісний досвід взаємодії з грою, що підвищує її привабливість та запам'ятовуваність.

3.3 Розробка логотипу, рекламної продукції та мерчендайзу

У межах розвитку проєкту «Scarlet Eye» важливим елементом є створення сувенірної продукції, яка підкреслює атмосферу гри, її сюжетні та візуальні особливості, а також сприяє формуванню впізнаваного бренду. До основних концептів належать диск із грою, наліпки, значки та флешка. Диск (CD/DVD/Blu-ray) призначений для фізичного видання гри та є ключовим носієм інформації. Його дизайн має передавати темну атмосферу світу «Scarlet Eye», загадковість і постапокаліптичні мотиви, роблячи перше знайомство з грою яскравим і запам'ятовувачим.

Фон диску виконаний у відтінках червоного неба з темними хмарами, що символізує постійний захід сонця в ігровому світі. Центр диску прикрашений силуетом головного героя або символом його унікального ока, що підкреслює елемент гетерохромії та додає впізнаваності. Для посилення атмосфери можна додати напівпрозору ауру або ефект туману, що нагадує отруйний газ із важких зон гри. На зовнішньому кільці диску доцільно розмістити ключову цитату антагоніста Алла «Від мого зору нікуди не втекти», цей елемент створює відчуття присутності всередині гри та поглиблює інтерактивне сприйняття світу. Такий підхід до оформлення диску забезпечує візуальну ідентичність гри, передає її атмосферу та занурює користувача у світ «Scarlet Eye» вже з першого контакту. Диск стає не лише носієм даних, а й частиною колекційного досвіду, який підсилює інтерес до всього проєкту та формує емоційний зв'язок з його всесвітом.

Наліпки (Stickers) виконують декоративну та функціональну роль вони можуть використовуватися як колекційні предмети, елементи мерчу або маркування предметів, водночас підкреслюючи атмосферу та сюжетні особливості гри «Scarlet Eye». Форми наліпок різноманітні круглі, овальні, а також фігурні, що повторюють контури персонажів або ключових символів гри. Це дозволяє зробити дизайн більш динамічним та привабливим для колекціонерів. Візуальні елементи наліпок включають, силуети головного

героя з акцентом на пов'язки та шрами, символічні зображення антагоніста та його артефактів, а також амулети чи магичні сфери, що присутні у грі. Таке оформлення дозволяє передати сюжетні та естетичні особливості всесвіту та створити впізнавані образи. Кольорова гама наліпок включає червоні, чорні та темно-сірі відтінки, що відповідають загальній атмосфері світу гри. Для посилення ефекту можна додати декоративні елементи: туман, відблиски енергії або легке світіння, що створює відчуття магичності та динаміки. Наліпки не лише прикрашають та колекціонуються, а й поглиблюють емоційний зв'язок гравця з грою, дозволяють візуально ідентифікувати персонажів та символи, а також служать способом продовження атмосфери всесвіту «Scarlet Eye» за межами екрану.

Значки створюються як колекційні та декоративні предмети, що дозволяють фанатам демонструвати символіку гри на одязі, рюкзаках або інших аксесуарах. Вони виконують не лише естетичну, а й функціональну роль, сприяючи впізнаваності бренду та залученню фанатської аудиторії. Форма значків може бути круглою або фігурною, повторюючи силуети персонажів чи ключові символи світу «Scarlet Eye». Основний мотив дизайну поєднання темних тонів і яскравих акцентів, що підкреслюють важливі елементи: очі головного героя, магичні артефакти, символи та елементи лору. Для підвищення якості та візуальної привабливості значки можуть виготовлятися з металу або емалі, що забезпечує довговічність і презентабельний вигляд. Додаткові декоративні елементи включають рельєфні контури, гравіювання цитат, назв локацій або ключових подій гри. Значки дозволяють гравцям відчутти себе частиною всесвіту «Scarlet Eye», підтримувати емоційний зв'язок з персонажами та історією, а також підкреслюють приналежність до фан-бази. Вони є важливим елементом сувенірної продукції, який сприяє формуванню впізнаваного візуального бренду гри.

Флешка у рамках сувенірної продукції «Scarlet Eye» поєднує функціональність і колекційну цінність. Вона слугує носієм цифрових

матеріалів гри – повної версії, ексклюзивних артбуків, трейлерів, додаткових локацій або бонусного контенту – та одночасно є стильним сувеніром для фанатів. Корпус флешки стилізований під символічні елементи гри: форму ока головного героя, магічного артефакта або силует персонажа. Колірна палітра включає темно-червоні та чорні відтінки з металевими вставками, що підкреслює атмосферу світу гри та її похмурий, загадковий стиль. Для додаткової інтерактивності можливе використання LED-підсвітки, яка імітує енергію з локацій гри – наприклад, червоне тьмяне світіння при підключенні флешки до ПК. На корпусі може бути нанесений логотип «Scarlet Eye» або невелика цитата з гри, що створює ефект ексклюзивності та колекційності. Флешка поєднує естетичний та практичний аспекти, дозволяючи фанатам не лише зберігати цифрові матеріали, а й відчувати атмосферу світу «Scarlet Eye» у фізичній формі. Вона завершує концепт сувенірної продукції, підкреслюючи впізнаваний стиль гри та зміцнюючи емоційний зв'язок гравців із її всесвітом.

Маркетингові кампанії, акції та заходи з просування завершено, і тепер настав найвідповідальніший етап – випуск гри. На цьому етапі проєкт фактично переходить у фінальну стадію життєвого циклу розробки, коли вся увага команди зосереджується на стабільності продукту, його якості та готовності до взаємодії з кінцевим користувачем. Попри завершення основних робіт, розробники ще мають обмежену можливість вносити корективи, однак вони вже носять переважно точковий характер і не змінюють загальної концепції гри. Найчастіше такі доопрацювання стосуються саме візуальної складової. Це може включати покращення якості текстур, оптимізацію моделей персонажів та оточення, а також доопрацювання анімацій для забезпечення більш плавної та реалістичної взаємодії. Окрему увагу приділяють освітленню, постобробці та загальній кольоровій гармонії сцен, оскільки ці елементи суттєво впливають на сприйняття атмосфери гри.

Крім візуальних покращень, на фінальному етапі значна увага приділяється оптимізації продуктивності та загальній стабільності гри. Це

включає в себе виявлення й усунення можливих помилок (багів), які можуть впливати на ігровий процес, викликати збої або некоректну роботу окремих механік. Особливо важливо забезпечити стабільність роботи гри на різних платформах і пристроях, адже користувачі можуть мати різний рівень технічного забезпечення. Окремим напрямом є тестування навантаження, під час якого перевіряється, як гра поводить себе за умов високої активності наприклад, при великій кількості об'єктів на екрані, складних візуальних ефектах або тривалих ігрових сесіях. Це дозволяє виявити «вузькі місця» в продуктивності та заздалегідь їх усунути, щоб уникнути проблем після релізу.

Також на цьому етапі проводиться фінальне балансування ігрових механік, щоб забезпечити справедливий та комфортний ігровий досвід. Розробники аналізують відгуки тестувальників і за потреби коригують складність, швидкість прогресії або поведінку штучного інтелекту. Таким чином, етап випуску гри є завершальним і водночас одним із найвідповідальніших у всьому процесі розробки. Саме він визначає перше враження гравців, впливає на репутацію проєкту та підсумовує результат усієї попередньої роботи команди, демонструючи рівень якості та професійності реалізації гри.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі розглянуто практичні аспекти створення фірмового стилю сюжетно-рольової гри «Scarlet Eye» та визначено ключові етапи розробки її візуальної ідентичності. Особливу увагу приділено формуванню художньої концепції проєкту, яка стала фундаментом для подальшого графічного оформлення гри. У ході дослідження встановлено, що процес створення фірмового стилю розпочинається зі створення концептуальних ескізів і пошуку візуальних рішень. Ці дії допомагають визначити загальний художній напрям проєкту. Саме під час скетчування окреслюються основні образи персонажів, елементи ігрового середовища, символіка та особливості композиції, які в сукупності формують цілісний образ гри.

Особливу роль було відведено концепт-арту, який виявився ключовим у формуванні унікальної атмосфери «Scarlet Eye». Завдяки застосуванню концептуального дизайну вдалося створити візуальний стиль гри, що ґрунтується на комбінації темної кольорової палітри з багряними акцентами. Такий підхід не лише підкреслює назву проєкту, а й додає емоційної виразності та сюжетної напруги. Також проаналізовано значення референсів і допоміжних візуальних матеріалів. Їх використання сприяє пошуку творчих рішень та удосконаленню художнього бачення, дозволяючи інтегрувати сучасні дизайнерські тенденції відповідно до специфіки проєкту. Це, у свою чергу, забезпечує створення оригінального продукту.

Отримані результати підтвердили, що розробка фірмового стилю є невід'ємним етапом у створенні ігрового продукту. Вона визначає його візуальну впізнаваність, емоційний вплив та конкурентоспроможність. Проведена робота стала основою для фінальної реалізації графічних елементів гри «Scarlet Eye» та подальшого впровадження розробленої дизайн-концепції у готовий цифровий продукт.

ВИСНОВКИ

Проект «Scarlet Eye» представляє собою комплексний ігровий продукт, що поєднує багаторівневий сюжет, динамічну та глибоку бойову систему, а також унікально продуманий всесвіт із власною атмосферою та законами. Гравець занурюється у похмурий вимір, де постійно панує червоне небо, сонячне світло відсутнє, а місячне світло з'являється лише зрідка, створюючи відчуття ізоляції та постійної загрози. Деякі локації насичені отруйним газом, що ускладнює дихання і вимагає від гравця обережності та стратегічного планування. Таке оформлення середовища не лише підсилює атмосферу, але й стимулює гравця до активного дослідження світу та взаємодії з навколишнім оточенням.

Світ гри насичений таємницями, стародавніми артефактами, прихованими підказками, складними механізмами і ретельно опрацьованими локаціями, що дозволяє створити відчуття живого, функціонального всесвіту. Кожна зона має власну унікальну архітектуру, небезпечні ділянки та додаткові сюжетні підказки, що мотивує гравця досліджувати деталі і відкривати нові історії. Завдяки такому підходу гравець не лише проходить сюжет, а й активно взаємодіє з оточенням, знаходячи секрети, додаткові місії та взаємодіючи з NPC, які мають власні характерні риси та лінії розвитку. Головний герой Тома прибуває у цей вимір у віці 18 років і швидко стає центральною фігурою в боротьбі проти головного антагоніста Алла. Його особливості гетерохромія (різнокольорові очі), шрами на тілі, отримані під час попередніх боїв, а також здатність переносити вірусні ефекти після контакту з противником додають унікальності та роблять героя впізнаваним. Його особистий розвиток проходить через численні випробування, моральні вибори, взаємодію з NPC і виконання квестів, що відкривають лор персонажів, дозволяють отримувати додаткові ресурси та підвищувати рівень навичок. Цей процес формує емоційний зв'язок між гравцем і героєм, підсилюючи занурення у сюжет.

Бойова система гри реалізована на основі класичної механіки Action/RPG і включає швидкі атаки, спеціальні уміння, уникання ударів, контратаки та використання зброї з різними характеристиками. Зони із монстрами різного рівня складності та бої з босами потребують стратегічного мислення та планування, що забезпечує глибину геймплею та стимулює поступове підвищення рівня персонажа. Такий підхід дозволяє гравцеві відчувати постійний прогрес, адже кожна перемога над сильним супротивником відкриває нові можливості та ресурси для покращення екіпіровки. Особливу увагу приділено другорядним персонажам, які виступають важливою складовою наративу та ігрового процесу. Наприклад, помічник Рудольф є правою рукою головного антагоніста Алла, допомагає у виконанні його планів і стає епізодичним босом у сюжеті. Він не з'являється постійно, проте його поява підкреслює розвиток сюжету та створює напруженість у взаємодії героя з ворогами. Кожен другорядний персонаж має власну історію, мотивацію та унікальні бойові здібності, що дозволяє гравцеві оцінити різноманітність ігрового світу та вибудовувати стратегії для проходження завдань.

Вплив інших відомих ігор, таких як «Wuthering Waves», «Відьмак» та «Devil May Cry», проявився у багаторівневому сюжеті, відкритому світі, розгалужених лініях розвитку персонажів, моральному виборі та видовищній бойовій системі, що дозволяє створювати комбінації атак і демонструвати індивідуальний стиль бою. Це поєднання забезпечує гравцеві комплексний досвід, де кожен елемент гри від сюжетних поворотів до технічних аспектів бою органічно інтегрований і підтримує загальну концепцію. Окрім геймплейних елементів, проєкт передбачає розробку сувенірної продукції, включно з дисками, наліпками, значками та флешками, що відтворюють атмосферу світу, символіку персонажів та естетику гри. Така продукція слугує не лише колекційною цінністю для фанатів, але й формує впізнаваний бренд, підвищує інтерес до проєкту та дозволяє створити додаткові точки взаємодії зі спільнотою гравців.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Йозеф М. Сіткові системи в графічному дизайні. Київ: ArtHuss, 1981. 178 с.
2. Катерина П. Сторітелінг: приклади, поради та ідеї для різних ніш. *sendpulse*. URL: <https://sendpulse.ua/blog/business-storytelling> (дата звернення 19.04.2026).
3. Костер Р. Теорія розваг для ігрового дизайну. Київ: ArtHuss, 2023. 288с.
4. Куленко М., Основи графічного дизайну. Київ: Кондор, 2006. 492 с.
5. Лапікова С. О., Заєць А. М., *Культурний вплив “Braide” на індустрію відеоігор*. Наука, освіта і суспільство в умовах змін: виклики та інновації: Збірник Міжнар. науково-практичної конф., Київ: Центр фінансово-економічних наукових досліджень, 2025. С. 1-2.
6. Колосніченко М. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі. Київ: КНУТД, 2022. 226 с.
7. Пашкевич К., Руденко М., Куценко А., Савчук А. *Вплив художніх стилів фірмового стилю на імідж компанії*. Актуальні проблеми сучасного дизайну: збірник Міжнар. науково-практичної конф., Київ: КНУТД, 2026.
8. Психологія кольорів у вебдизайні: як вибрати колірну палітру, щоб підвищити конверсію сайтів. *Genius Space*. URL: <https://genius.space/lab/psihologiya-koloriv-u-veb-dizajni-yak-vibrati-kolirnu-palitr-shhob-pidvishhiti-konversiyyu-sajtiv/> (дата звернення 05.04.2026).
9. Розробка фірмового стилю: основні етапи та елементи. *Gold webs olutions*. URL: <https://goldwebsolutions.com/uk/blog/rozrobka-firmovogo-stilyu-osnovni-etapi-ta-elementi/> (дата звернення 12.04.2026).
10. Гальчинська, О.С. Дизайн-проекування основних компонентів айдентики бренду. Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі. Київ: КНУТД, 2022. 169 с.

11. Фундаментальні основи кольору у дизайні інтерфейсів. *Ux pub*. URL: <https://ux.pub/editorial/fundamentalnyie-osnovy-tsvieta-v-dizainie-intierfieisov-3dp7> (дата звернення 05.04.2026).
12. Шеветовська А. Як створити персонажа з нуля. *Skvot Mag*. URL: <https://skvot.io/uk/blog/kak-sozdat-personazha-s-nulya> (дата звертання 25.04.2026).
13. Alexia Mandeville. Designing a Good Game Tutorial. *Medium* .URL: <https://alexiamandeville.medium.com/designing-a-good-game-tutorial-3c5dc50041> (дата звертання 27.04.2026).
14. Ekström H. How Can a Character's Personality be Conveyed Visually, through Shape. *emilywright91*. URL: <https://emilywrightproject.wordpress.com> (дата зведення 27.02.2026).
15. Fandom «CD Projekt». *Fandom Wiki*. URL: https://cyberpunk.fandom.com/uk/wiki/CD_Projekt (дата звертання 27.04.2026)
16. Gareth H. Smashing Logo Design: The Art of Creating Visual Identities. Cloughfold: We Buy Books, 2011. 304p.
17. Jess R. Interview with KURO GAMES: The developers of Wuthering Waves look back on the game's launch and discuss their plans for the future. *EpicGames*. URL: <https://store.epicgames.com/uk/news/wuthering-waves-interview-kuro-games-launch-struggles-future-plans?lang=uk> (дата звертання 27.02.2026).
18. Jesse S. The Art of Game Design: A Book of Lenses. Abingdon: Taylor & Francis, 2019. 652 p.
19. Nazarkon «Історія студії CD Projekt». *Nachasi*, URL: <https://nachasi.com/videogames/2022/08/26/istoriya-studiyi-cd-projekt/> (дата звертання 12.03.2026).
20. Reynolds A. Ruination: A League of Legends Novel . New York: Orbit Books, 2024. 412 p.

21. Killick M. The Way We Play: Theory of Game Design. New York City: Apress, 2022. 228 p.
22. Wiltshire A. Harris D. Making Videogames. The Art of Creating Digital Worlds. London: Thames and Hudson, 2022. 256 p.
23. Gazaway D. Introduction to Game System Design. London: Pearson, 2021. 384 p.
24. Wang S. Decoding Logos: From LOGO Design to Branding. Barcelona: Hoaki, 2022. 260 p.
25. Rogers S. Level Up! The Guide to Great Video Design. New-York: Wiley. John Wiley & Sons, 2014. 560 p.
26. Zimmerman E. Salen Tekinbaş K. Rules of Play. Boston: MIT Press Ltd, 2003. 688 p.
27. The Ultimate Guide to Creating Memorable Character Color Palettes. URL: <https://pixflow.net/blog/the-ultimate-guide-to-creating-memorablecharacter-color-palettes/> (дата звернення 27.04.2026).
28. Martiniere S. Trajectory. New York City: Design Studio Press, 2013. 64p.
29. Vincentelli E. Editions I. The Art and Making of Arcane . San Francisco: Insight Editions, 2024. 224p.
30. Riot Games. League of Legends: Realms of Runeterra. London: Little, Brown Book Group, 2019. 256p.
31. RIOT GAMES. Universe concept archive. URL: https://universe.leagueoflegends.com/en_US/ (дата звертання 26.03.2026).
32. RIOT GAMES. League champion spotlights. URL: <https://www.leagueoflegends.com/en-us/champions/> (дата звертання 26.03.2026).
33. RIOT GAMES. Valorant art direction. URL: <https://playvalorant.com/en-us/news/dev/> (дата звертання 26.03.2026).

34. Muller J. Logo Beginnings. Logo Modernism. 45th Ed. Kyiv: Taschen, 2025. 512 p.
35. Wiedemann J. Logo Design. Global Brands. Kyiv: Taschen, 2019. 608p.
36. Геллер С. Кваст С. Графічні стилі. Від вікторіанців до хіпстерів. Київ: ArtHuss, 2019. 296 с.
37. Ейрі Д. Лого Дизайн Любов. Посібник зі створення довершеної айдентики бренду. Київ: ArtHuss, 2024. 230с.
38. Muller J. The History of Graphic Design. Vol. 1. 1890–1959. Kyiv: Taschen, 2017. 480 p.
39. Muller J. Graphic Design. 1890 – Today. Kyiv: Taschen, 2025. 96p.
40. Wang S. Shapes: Geometric Forms in Graphic Design. Barcelona:Promopress, 2021. 240 p.
41. Taki O. Super Logo Design. URL:
<https://www.logodesignlove.com/super-logo-design-taki-ono>
(дата звернення 28.03.2026).
42. Marie Dealessandri. When We Made... Baba is You. URL:
https://mcvuk.com/development-news/when-we-made-baba-isyou/?utm_source
(дата звернення 28.03.2026).
43. Mateu-Mestre M. Framed Environment Design. New York City: Design Studio Press, 2025. 228 p.
44. Файві Е. Драми довкола реклами. Як реклама потрапляє в наші голови і залишається в них. Львів: Видавництво Старого Лева, 2022. 72 с.
45. Юлліана В. Принципи створення логотипу. URL:
https://rocketmen.com.ua/ua/article/printsipty_sozdanie_logotipa

ДОДАТКИ



СЛОВО І ОБРАЗ

2026

Відкритий мистецький конкурс
графічних робіт,
присвячений 170-річчю
від дня народження
Івана Яковича Франка



ДИПЛОМ

III ступеня

Номінація А «Плакат / афіша»

Заєць Анастасія

Київський національний університет
технологій та дизайну

Ректор КДІДМ:
Професор
Юрчишин
Галина Миколаївна



КОСІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ІНСТИТУТ
ДЕКОРАТИВНОГО МИСТЕЦТВА

КАФЕДРА
ДИЗАЙНУ





Рис.1.1. Арт-концепт главного героя «Scarlet Eye» Томи



Рис.1.2. Арт-концепты одягу «Scarlet Eye» Томи



Рис.1.3. Арт-концепти емоцій та волосся «Scarlet Eye» Томи

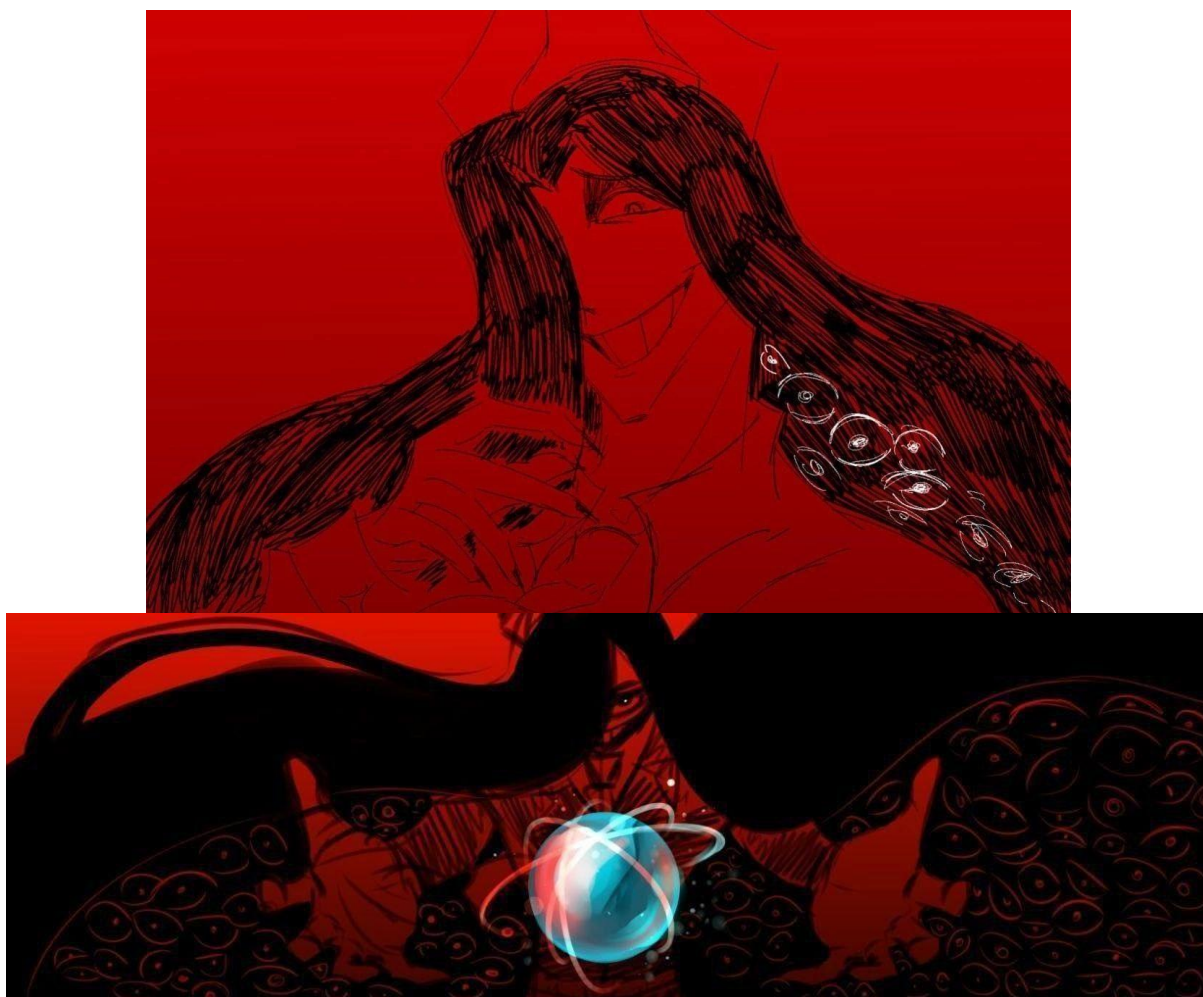


Рис.1.4. Арт-концепти Атагониста «Scarlet Eye»

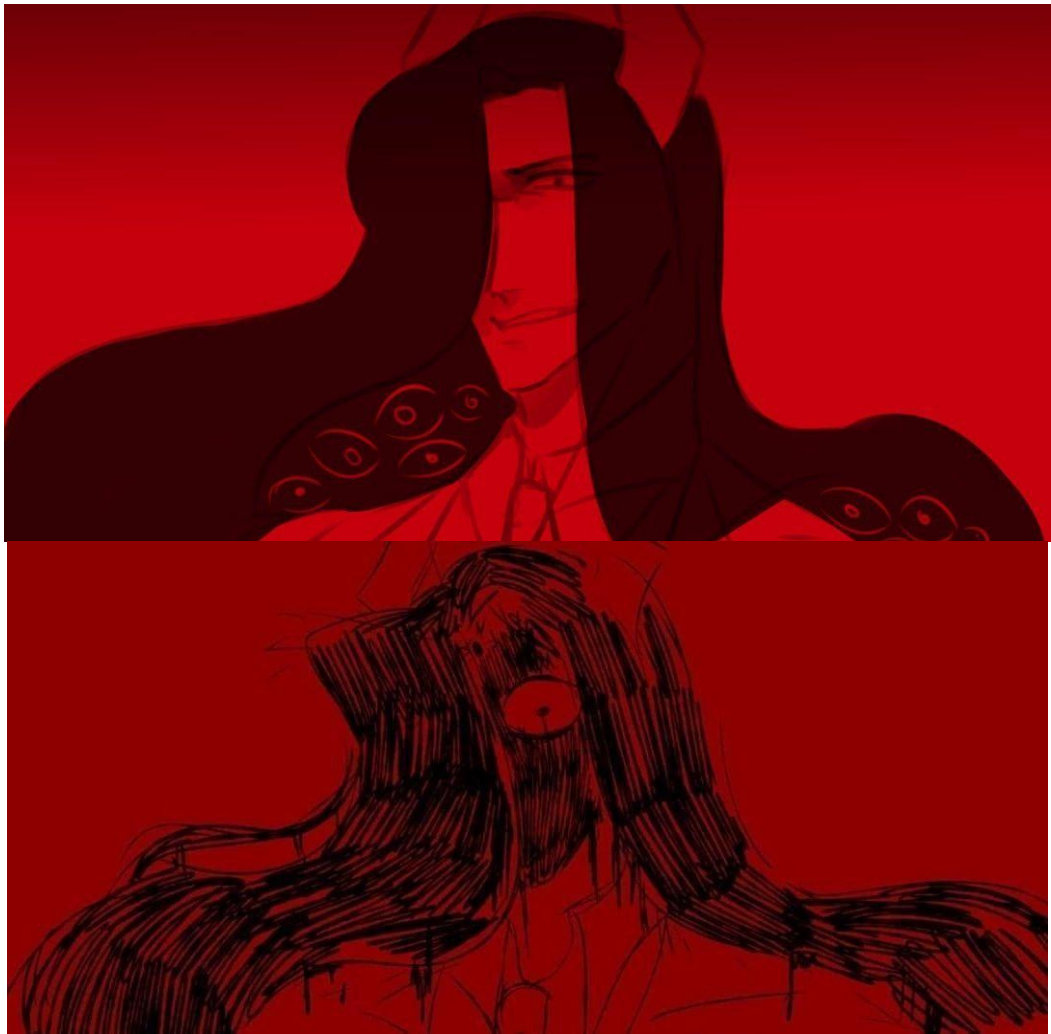


Рис.1.5. Арт-концепти емоцій «Scarlet Eye» Алл



Рис.1.6. Арт-концепти другої проби референса «Scarlet Eye» Алла

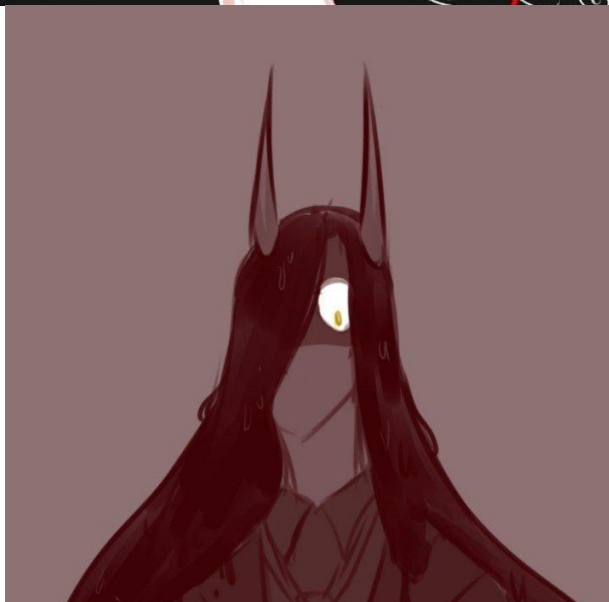


Рис.1.7. Самі Концепт-арти Scarlet Eye» Алла



Рис.1.7(2). Самі Концепт-арти Scarlet Eye» Алла

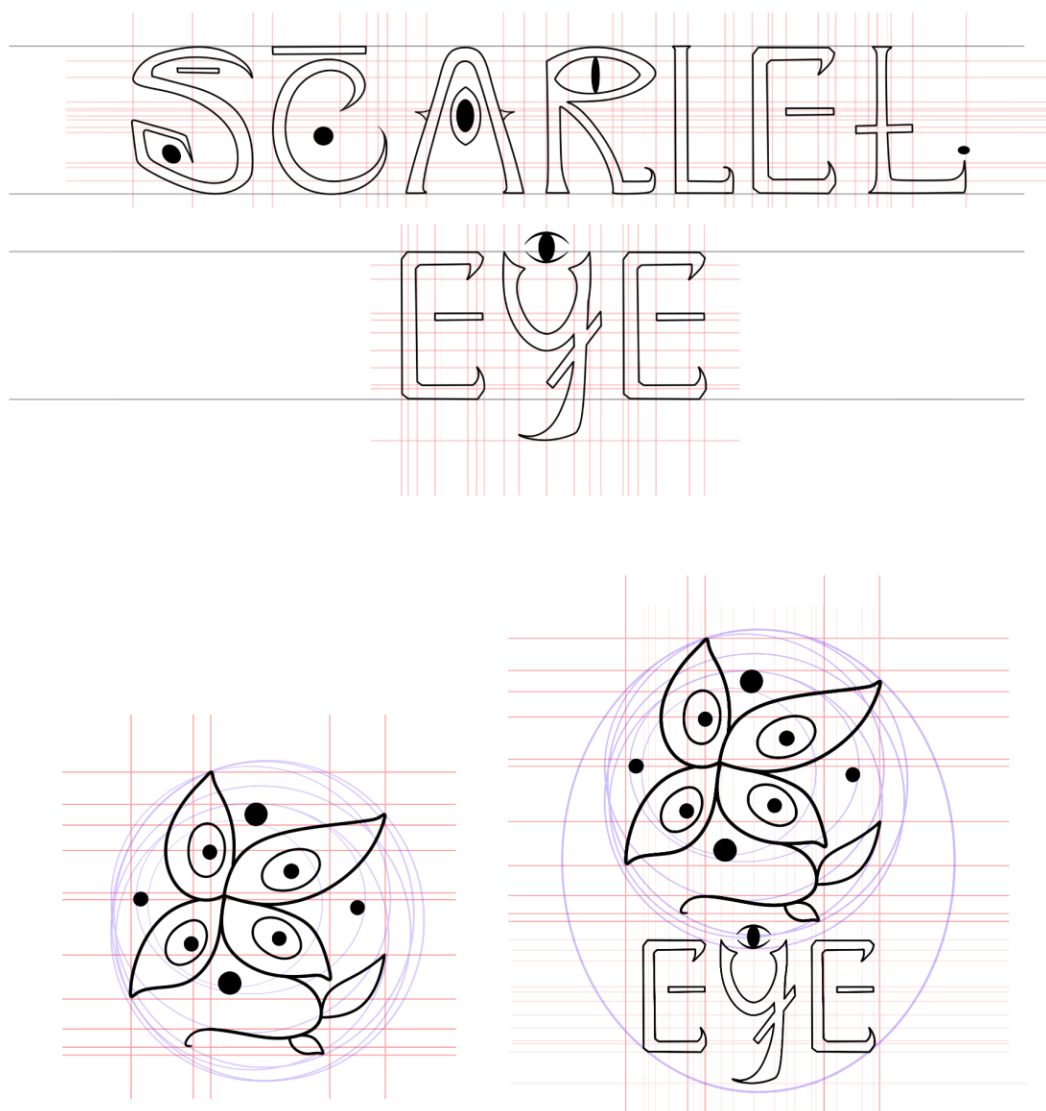


Рис.1.8. Концепції логотипу «Scarlet Eye»

SCARLET
EYE



Рис.1.9. Готові концепції логотипу «Scarlet Eye»



Рис.2.0.Готовый Планшет «Scarlet Eye»