



УДК 004.92:7.05

ПЛАТФОРМА KUNST ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ МОЛОДИХ БРЕНДІВ У СФЕРІ ГРАФІЧНОГО ДИЗАЙНУ ТА КОМЕРЦІЙНОЇ ГРАФІКИ ДЛЯ GAMEDEV

КОБРИНЕЦЬ Антон

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
info@kobrynets.com

У роботі проведено аналіз концепції платформи Kunst, орієнтованої на просування молодих брендів і фахівців у галузі графічного дизайну, ілюстрації та комерційної графіки для індустрії відеоігор. Розроблено функціональну модель платформи, її цінність для дизайнерів, студій і незалежних розробників, а також критерії якості візуального контенту та репутаційної оцінки учасників.

Ключові слова: цифрова платформа, графічний дизайн, бренд, відеоігри, gamedev.

ВСТУП

Сфера графічного дизайну та комерційної графіки для game development характеризується високою конкуренцією, швидкою зміною візуальних трендів і фрагментацією каналів самопрезентації [1]. Молоді дизайнери, ілюстратори та невеликі авторські бренди найчастіше змушені просувати себе через універсальні соціальні мережі, загальні портфоліо-сервіси або випадкові професійні спільноти. Такі середовища дають охоплення, але майже не вирішують головної проблеми входу на ринок: замовник бачить красиву картинку, проте не отримує структурованого уявлення про спеціалізацію автора, його дисципліну, досвід роботи з пайплайном гри, вміння працювати з технічним завданням і стабільність результату.

У цьому контексті перспективною є розробка нішевої платформи Kunst, що позиціонується не як ще одна галерея робіт, а як інфраструктура ринкового входу. Її цінність полягає у поєднанні публічного портфоліо, брендингового профілю, системи довіри, механізмів комісійної взаємодії та інструментів цільового просування авторів і молодих студій у сегменті графічного дизайну для ігрової індустрії [2].

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Мета дослідження полягає у визначенні функціональної моделі платформи Kunst як цифрового інструмента просування молодих брендів у сфері графічного дизайну та комерційної графіки [3] для gamedev. Для досягнення мети поставлено такі завдання: окреслити ринкову нішу платформи; визначити ключові групи користувачів; сформувати перелік



функціональних модулів, що забезпечують не лише публікацію робіт, а й довіру до виконавця; встановити механізми, за допомогою яких платформа може скорочувати дистанцію між молодим брендом і потенційним замовником.

Об'єктом дослідження є цифрові механізми презентації та комерціалізації творчих послуг у сфері візуальних комунікацій. Предметом дослідження виступає модель спеціалізованої платформи, адаптованої до потреб ринку ігрової графіки. Методологічно робота спирається на структурно-функціональний аналіз платформи як багатостороннього середовища, де одночасно взаємодіють автори, бренди, студії, інді-розробники, куратори та освітні партнери.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Функціональна архітектура Kunst доцільно вибудовувати навколо кількох взаємопов'язаних контурів. Перший контур — репрезентаційний. Користувач отримує не просто профіль, а бренд-сторінку з чіткою структурою: позиціонування, стилістичні напрями, набір компетенцій, категорії робіт, кейси, інформація про процес, строки виконання, стек інструментів і формат співпраці. Для gamedev це критично, оскільки замовнику потрібно відразу бачити, чи працює автор із key art, UI/UX, splash art, store graphics або маркетинговими креативами.

Другий контур — верифікаційний. Більшість портфоліо-платформ демонструє результат, але майже не дає змоги оцінити процес і надійність виконавця. У Kunst це може компенсуватися системою структурованих підтверджень: тематичні брифи, навчальні треки, відгуки від замовників, рейтинг дотримання дедлайнів, історія ітерацій, позначення співавторства та фіксація використаних інструментів. Такий підхід зменшує ризик, коли візуально сильне портфоліо виявляється непридатним для реального продакшну.

Третій контур — алгоритмічний добір. Пошук має будуватися не лише за ключовими словами, а за комбінацією параметрів: жанр гри, стилістика, тип графічного продукту, бюджет, досвід командної роботи, швидкість виконання, наявність комерційних кейсів, готовність до long-term collaboration. Це переводить платформу з режиму хаотичного перегляду в режим професійного матчмейкінгу.

Четвертий контур — промоційно-комерційний. Для молодих брендів вирішальним є не разове потрапляння у стрічку, а накопичення репутаційної видимості. На платформі доцільно реалізувати тематичні добірки, редакторські selection-листи, сезонні open call, партнерські конкурси зі студіями, подання брифів, відгук на проекти, погодження етапів робіт і прозору систему комісії. Для автора це створює контрольоване середовище першої угоди, а для замовника — знижує транзакційні витрати на пошук і перевірку виконавця. Знак товарів та послуг Kunst представлено відображає глобальність ідей та поглядів (рис 1).

П'ятий контур — освітньо-аналітичний. Kunst може формувати культуру професійної подачі через шаблони кейсів, рекомендації щодо структури



портфолію, пояснення вимог різних сегментів game art і аналітику попиту. Це важливо, бо значна частина молодих дизайнерів програє саме на етапі упаковки власного продукту: сильні роботи часто подані без контексту, без пояснення ролі автора в команді та без комерційної аргументації.



Рис 1. Знак товарів та послуг платформи Kunst

З позиції дизайн-менеджменту Kunst варто розглядати як платформу подвійної цінності. Для автора вона створює механізм переходу від розрізнених робіт до бренду з чітким позиціонуванням і репутаційними маркерами. Для замовника — інструмент швидкого добору виконавця, де портфолію вже приведене до професійно читабельного формату.

Водночас проєкт має враховувати ризики: перенасичення слабким контентом, маніпуляції з авторством, масове завантаження сирих AI-зображень без реального дизайнерського внеску, фальшиві відгуки, спроби обійти платформу після першого контакту. Тому критично необхідними є правила модерації, політика інтелектуальної власності, система скарг, ручна кураторська перевірка окремих категорій та індикатори прозорості походження контенту.

ВИСНОВКИ

Отже, платформа Kunst може бути ефективним інструментом просування молодих брендів у галузі графічного дизайну та комерційної графіки для gamedev за умови, що її архітектура поєднуватиме репрезентацію, верифікацію, алгоритмічний добір, промоцію, комерційну взаємодію та освітню підтримку. На відміну від універсальних соціальних мереж і загальних портфоліо-сервісів, Kunst здатна запропонувати вузько спеціалізоване середовище, де оцінюється не лише естетика зображення, а й професійна придатність автора до реального продакшну.

Практичне значення платформи полягає у зниженні бар'єру входу для нових імен, стандартизації подачі графічних послуг і підвищенні якості комунікації між виконавцем та замовником. Подальші дослідження можуть бути спрямовані на розробку UX-моделі платформи, системи рейтингування та критеріїв етичного маркування AI-згенерованого візуального контенту.

ЛІТЕРАТУРА

1. Evans D. S., Schmalensee R. Matchmakers: The New Economics of Multisided Platforms. Boston : Harvard Business Review Press, 2016. 272 p.
2. Schell J. The Art of Game Design: A Book of Lenses. 3rd ed. Boca Raton : CRC Press, 2019. 935 p.
3. Twemlow A. What is Graphic Design For? Mies : RotoVision, 2006. 256 p.