

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

ДОПУЩЕНО до захисту
Завідувач кафедри, д.т.н., проф.
_____ О.В. Чепелюк
«__» _____ 20__ р.

**ЗАСОБИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ З
ГРАВЦЕМ У ВІДЕОІГРАХ**

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА МАГІСТРА
022 Дизайн

Виконавець:
студент групи БД2

_____ **Євтушенко К.А.**
(ПБ)

Керівник:
заслужений діяч мистецтв,
професор

_____ **Степанян Ю.Г.**
(ПБ)

Консультанти з розділів:

Основний розділ
заслужений діяч мистецтв,
професор

_____ **Степанян Ю.Г.**
(ПБ)

Маркетинговий розділ
к.т.н., доцент

_____ **Власенко Н.А.**
(ПБ)

Нормоконтроль
к.т.н., доцент

_____ **Фефелов А.О.**
(ПБ)

**ХЕРСОНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ТА ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ**

Кваліфікаційна робота

(пояснювальна записка до кваліфікаційної роботи)

МАГІСТР

(освітній ступінь)

на тему **"ЗАСОБИ ВІЗУАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ З
ГРАВЦЕМ У ВІДЕОІГРАХ"**

Виконав: студент 6 курсу, групи БД2
спеціальності

022 Дизайн

(шифр і назва напряму підготовки, спеціальності)

Євтушенко К.А.

(прізвище та ініціали)

Керівник заслужений діяч мистецтв,
професор Степанян Ю.Г.

(прізвище та ініціали)

Рецензент Прокопенко О.А.

(прізвище та ініціали)

АНОТАЦІЯ

Євтушенко К. А. Засоби візуальної комунікації з гравцем у відеоіграх. –
Рукопис.

Робота на здобуття освітньо-кваліфікаційного рівня магістр за спеціальністю – 022 Дизайн. Херсонський національний технічний університет. Херсон, 2021.

У результаті проведеного дослідження засобів візуальної актуалізації відеоігор та комунікації розробника із гравцем, за допомогою якої йде маніпулятивне психологічне залучення цільової аудиторії, було встановлено основні актуальні графічні прийоми. Дипломний звіт демонструє розгляд особливостей вивчення відеоігор, як нових медіа і кореляцію виявлених ознак із різними формами комунікації, тлумачення поняття “візуальна комунікація” та її прояви в ігропромі. На основі рекомендацій та маркетингових досліджень створено концепт-арт ігрової героїні, її екіпірування і локацій. У результаті сформовано відеоролик із процесом розробки концептуального вирішення та презентаційні плакати з повним об’ємом графічного матеріалу дипломного проекту.

Ключові слова: комп’ютерна графіка, відеоігри, гейм дизайн, візуальна комунікація, імерсивність.

SUMMARY

Yevtushenko K. A. Means of visual communication with the player in video games. – Manuscript.

Work to obtain the Master educational and qualification degree by speciality – 022 Design. Kherson national technical university. Kherson, 2021.

As a result of the study of the means of visual actualization of video games and communication of the developer with the player, through which there is a manipulative psychological involvement of the target audience, the main relevant graphic techniques were established. The diploma report demonstrates the consideration of the peculiarities of the study of video games, as new media and the correlation of the identified features with different forms of communication, interpretation of the concept of "visual communication" and its manifestations in the game industry. Based on the recommendations and marketing research, the concept art of the game heroine, her equipment and locations were created. The result is a video with the process of developing a conceptual solution and presentation posters with the full amount of graphic material for the thesis project.

Keywords: computer graphics, video games, game design, visual communication, immersion.

ЗМІСТ

ВСТУП	9
РОЗДІЛ 1. ВІЗУАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ ЯК ЗАСІБ ПЕРЕДАЧІ ІДЕЙ.....	12
1.1. Поняття візуальної комунікації у медійному просторі	12
1.2. Важливість графіки у відеоіграх	17
Висновки	19
РОЗДІЛ 2. ОБ’ЄКТИ І ЗАСОБИ ВІЗУАЛЬНОГО УТРИМАННЯ УВАГИ У КОНТЕКСТІ ІГОР	20
2.1. Кастомізація у складі гри	20
2.2. Фансервісна зовнішність та модель поведінки персонажів	23
2.3. Кольорова палітра у відеоіграх.....	28
2.4. Важливість левел-дизайну та візуального оточення	32
2.5. Прийоми психологічних графічних механік та ефектів у відеоіграх	35
2.6. Аналоги і прототипи візуального стилю ігор	39
Висновки	44
РОЗДІЛ 3. ТЕХНІЧНА РЕАЛІЗАЦІЯ ПРОЕКТУ.....	46
3.1. Розробка концепції об’єкту на базі досліджуваних рекомендацій	46
3.2. Основна структура розробки презентаційного відео	48
3.3. Програмна база для практичного виконання	50
Висновки	52
РОЗДІЛ 4. МАРКЕТИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ.....	54
4.1. Маркетингові дослідження при розробці об’єкту проектування.....	54
4.2. Розрахунково-аналітичний етап	58
Висновки	64
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ	66
Додаток А	70
Додаток Б	72
Додаток В	76
Додаток Д	77

	10
Додаток Ж	79
Додаток И	81
Додаток К	82
Додаток Л.....	85
Додаток М	86
Додаток Н.....	87
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	96

ВСТУП

У сучасному світі відмічається схильність комунікації до повної візуалізації, що обумовлена зростом візуального потоку інформації у всіх цифрових ресурсах. Нове покоління із власним ритмом життя швидше реагує на яскраві, виразні образи, тому що інформація на даний момент подається у вигляді короткочасного візуального контенту, який якнайкраще сприймається користувачами мережі Інтернет.

Геймдев постійно знаходиться в активному пошуку нових засобів виразності для концентрації уваги цільових груп реципієнтів на розробленому продукті. Ігрова індустрія напряму пов'язана із рекламою, адже без неї будь-який новий проект не отримає широкого розголосу серед потенційної аудиторії, що приведе к втраті вкладених ресурсів. Зважаючи на цей факт, для прийняття більш вигідних рішень з точки зору розробки дизайну, використовуються й маркетингові дослідження.

За останні роки дизайн із просто способу створити певні привабливі візуальні образи перетворився на інструмент, який відіграє не останню роль у бізнесі. Ключем успішності дизайну стало розуміння того, що продукт буде затребуваним лише тоді, коли він відповідає потребам потенційного споживача. Фокус дизайну на потребах споживачів змінив вектор у розробці тої чи іншої продукції у різних сферах життя, дозволивши творцям створити власні бренди, які стали відомими на весь світ. Актуальність дизайну, що розроблятиметься у ході даної роботи, напряму залежить від показників маркетингового дослідження. Тема розглядає комунікацію розробника з аудиторією безпосередньо, використовуючи різні візуальні прийоми для цієї діяльності. За допомогою аналізу, автор проекту зможе зробити висновки, які техніки та прийоми для передачі інформації є актуальними, які втратили власну затребуваність та відгук у серцях людей, і які нові способи візуальної комунікації можна використовувати. Дослідження у даній сфері дозволять створити якісний вихідний візуальний продукт.

Актуальність обраної теми полягає у дослідженні засобів візуальної актуалізації відеоігор та комунікації розробника із гравцем, за допомогою якої йде маніпулятивне психологічне залучення цільової аудиторії до гри. Також розглядатимуться особливості вивчення відеоігор, як нових медіа і кореляція виявлених ознак із різними формами комунікації. У рамках роботи буде прийнята спроба продемонструвати реалізацію засобів візуальної актуалізації та їх історію у світі комп'ютерних ігор.

Метою дослідження у даній роботі є засоби візуальної комунікації у відеоіграх, їх вплив на гравця з точки зору психологічного сприйняття.

Завдання дипломної роботи – ознайомитися з поняттями “відеогра”, “візуальна комунікація” та засобами її можливостей в ігровій індустрії. Охарактеризувати сучасний стан ігрової індустрії, виявити сильні та слабкі її сторони на сьогоднішній момент. Провести дослідження аналогового середовища та маркетингових аналітичних даних, систематизувати інформацію, за результатами пошукової роботи підготувати проектно-графічний матеріал та пояснювальну записку.

Об'єкт дослідження – аспекти визначення підходів до візуальних комунікацій у віртуальному просторі відеоігор.

Предмет дослідження – дизайн до авторського концепт-арту ігрового персонажа та локацій на основі розглянутих прийомів та засобів.

Наукова новизна випускної кваліфікаційної роботи магістра полягає в огляді ключових аспектів візуальної комунікації розробників гри з гравцями, її маніпулятивні можливості на психологію аудиторії. Оскільки це питання досліджене на недостатньому рівні серед вітчизняного сегменту.

Ключові слова: комп'ютерна графіка, відеоігри, гейм дизайн, візуальна комунікація, імерсивність.

Виконання дипломного проекту передбачає використання порівняльних та аналітичних методів дослідження проблемного питання, аналогового середовища та спроектованого дизайну.

Результатом даної роботи буде отримання певних теоретичних та

практичних навичок, що стосуються сфери ігропрому, а також маркетингового середовища, що напряму пов'язане з сучасним дизайном. Визначення відеоігор як нових медіа, їх можливості мати потенціал для подальших досліджень і глибокого вивчення.

Звіт з дипломного проекту за змістом складається з чотирьох частин, кожна з яких поетапно описує дослідження засобів візуальних комунікацій та процес створення графічного оформлення концепту персонажа і локацій на основі проведених маркетингових досліджень за допомогою анкетування. Перший розділ розглядає актуальність обраної теми, основні положення, проблематику сучасного стану ігропрому та реакцію гравців на неї. Другий розділ стосується розкриття прийомів та засобів візуальних комунікацій, їх переваг та недоліків на прикладі аналогового середовища. Третій – визначає безпосередньо сам процес виконання даного проекту у комп'ютерних програмах та формування концепції. Четвертий являє собою маркетингове дослідження із подальшим аналізом вподобань людей серед персонажів, світів, жанрів та сеттінгів у відеоіграх.

Структура також передбачає повний обсяг звіту 101 сторінка, з яких 60 сторінок текстової частини, 124 зображення у додатках та 60 першоджерел.