

УДК 621.634:53.082.3

**ВІЗУАЛЬНО-КОМУНІКАТИВНИЙ ДИЗАЙН ІНТЕРФЕЙСІВ
КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР****Колісник О. В., Яменко К. О., Дідовець О. В.**

Київський національний університет технологій та дизайну

Мета. *Визначення ролі візуально-комунікативного дизайну при створенні інтерфейсів комп'ютерних ігор для підвищення їх конкурентоздатності серед цільової аудиторії.*

Методика. *У ході проведеного дослідження використані методи аналізу та синтезу попередніх публікацій по зазначеній темі дослідження, застосовано порівняння практики проектування ігрових інтерфейсів, логотипів та плакатів комп'ютерних ігор, впроваджений метод соціологічного опитування відповідної категорії населення та систематизація зібраних даних.*

Результати. *Теоретично опрацьовано та узагальнено основні аспекти розробки інтерфейсів для відеоігор, досліджено особливості створення рекламного плакату та логотипу для відеоігри.*

Наукова новизна. *Визначено тенденції проектування інтерфейсів сучасних комп'ютерних ігор, а також їх рекламних постерів.*

Практична значимість. *Отримані результати зумовлюють можливості більш глибокого осмислення використання зазначених напрацювань для оптимізації процесу пошуку відповідних художньо-виразних засобів на стадії розробки візуальної складової інтерфейсів для комп'ютерних ігор та їх рекламного постеру.*

Ключові слова: *ігровий інтерфейс, гейм-дизайн, комп'ютерні ігри, логотип, постер*

Сучасні комп'ютерні ігри є чудовим прикладом бурхливого розвитку інформаційних аудіовізуальних технологій ХХІ століття. З кожним роком популярність комп'ютерних ігор зростає, поширюючись на соціокультурні сфери, такі як мистецтво, освіта, психологія, соціальні комунікації і навіть спорт (в світі давно проводяться повноцінні кіберспортивні чемпіонати з солідними бюджетами). Гейм-дизайн досить молодий на сьогоднішній день вид креативної проектної діяльності, орієнтований на створення ігор, які відповідають очікуванням й потребам цільової аудиторії гравців. Над концептами ігрових проектів панують умови жорсткої конкуренції, викликаної значним перевищенням пропозиції над попитом, що стосується усіх ігрових платформ. Також конкуренція обумовлюється готовністю споживачів інвестувати в ігровий процес свої часові та фінансові ресурси.

З огляду на це, варто приділити увагу факторам впливу на цільову аудиторію, які мають підвищити інтерес споживачів до конкретного ігрового проекту.

Серед досліджень з теорії, методології та практики дизайну комп'ютерних ігор слід назвати роботи Т. Фуллертон, Я. Богоста, Х. Голдберга, Ф. Ділла й Дж. Платтена, Р. Костера, Б. Митчелла, С. Роджерса, К. Стивенса, Дж. Шелла та ін. В роботах зазначених дослідників ігровий проект представлений як засіб, який утворює ту невловиму комбінацію виклику, конкуренції та взаємодії, яку шукають гравці. Це фактично рекомендації щодо вивчення основних елементів ігрового дизайну. Питання проектування ігрових інтерфейсів у контексті «інформаційної архітектури» розглядає О. Семенов. Дослідженнями багатьох аспектів ігрового дизайну займається також Н. Казакова, яка систематизує й аналізує особливості розробки художніх та естетичних складових технологій гейм-дизайну, тощо.

Постановка завдання

Результатом технологічного розвитку, а також масового поширення комп'ютерних ігор стала їх жанрова диференціація (гоночні аркади, авіасимулятори, стратегії, квести, шутери, RPG (рольові ігри) і т. д.), що і призвело до впровадження комп'ютерних ігор в найрізноманітніші сфери суспільства. Залежно від платформи, відеоігри можуть бути умовно поділені на комп'ютерні ігри та консольні ігри. Проте останнім часом поява соціальних мереж, смартфонів і планшетів представила нові категорії, такі як мобільні та соціальні ігри. Відеоігри пройшли довгий шлях з часу появи перших ігор у 1970-х. Сьогоднішні відеоігри пропонують фотореалістичну графіку та імітують дійсність до ступеня, що дійсно вражає [1].

Слід зазначити, що індустрія відеоігор є дуже прибутковою. Наприклад, за даними соціологічних дослідів у 2017 році ігрова індустрія заробила 108 млрд. доларів, що на 11% більше, ніж минулого року [2]. Важливо, що відеоігри більше не можуть розглядатися виключно як дитячі. Насправді, було встановлено, що відеоігри набирають популярність серед різних прошарків населення й людей похилого віку, зокрема.

Інтерфейси слугують для забезпечення взаємодії між гравцем і навколишнім світом гри. Вони допомагають гравцю прояснювати, висвітлювати, реалізовувати і спостерігати взаємозв'язок між його діями і їх віртуальними наслідками у грі. Також вони дають доступ до різноманітних послуг. Не варто приймати процес розробки інтерфейсу за мистецтво в чистому вигляді, а сам інтерфейс – за якийсь арт-об'єкт. Інтерфейси покликані виконувати певні функції, і ефективність їх роботи можна виміряти. Але і до одного тільки утилітарного питання роль інтерфейсів не зводиться. Дійсно хороші

інтерфейси здатні надихати, пробуджувати, огортати таємницею і зміцнювати відносини гравця зі світом гри.

Результати досліджень

Зазвичай всі знавці комп'ютерних ігор сходяться до спільної думки: невдалий інтерфейс користувача може легко зіпсувати враження від будь-якої гри, не дивлячись на всі її інші переваги. Як стверджують відомі геймдизайнери, поганий інтерфейс може зіпсувати будь-яку гру. Важливість інтерфейсу не викликає сумнівів у розробників. Варто звернути увагу на те, що інтерфейс гри, по суті, можна умовно розділити на дві частини. Перша являється зовнішнім інтерфейсом, що представляє собою набір різних меню: з його допомогою налаштовуються звук і зображення в грі, перепризначаються клавіші управління, запускається мережевий режим, завантажуються збережені ігри, виконується вихід з гри тощо. Друга частина інтерфейсу називається внутрішнім інтерфейсом, тобто тим, що відображається на екрані безпосередньо під час гри. Не менше значення для гри має і система управління. Її часто плутають з інтерфейсом користувача через їх тісний взаємозв'язок. Часто буває, що гравець не може впоратися з керуванням персонажем (ігровою одиницею, або його не влаштовують запропоновані грою положення камери й т. ін.). В інших випадках управління організовано чудово, але об'єкти на екрані реагують на команди гравця занадто повільно або неточно. Багато хто погодиться, що найважче зробити вдалий інтерфейс для спортивних ігор. У разі командних ігор (футбол, баскетбол, хокей) справа ускладнюється ще й тим, що потрібно забезпечити можливість вибору будь-якого гравця для управління, а в деяких іграх і зовсім одночасно давати вказівки декільком членам команди.

Не слід забувати про значення розміру, кольору та анімації об'єктів. Ці речі важливі не тільки для швидкого пошуку і сприйняття інформації, але також допомагають розставити пріоритети всередині ігрового вікна. Очевидно, що велика яскрава або мерехтлива кнопка – це щось важливе, що змушує фокусуватися і закликає до дії. Але важливо не перестаратися: вести гравця до кнопки, яка в даний момент неактуальна або взагалі недоступна – велика помилка. Необхідно елементи вікна виділяти послідовно, ведучи гравця за руку згідно процесу самої гри, що допомагає полегшити рутинні дії. Одна з поширених помилок мобільних розробників, це максимальне використання екрану пристрою. Проте, безліч дрібних елементів, які накладаються рівними рядами і заповнюють весь екран, ускладнюють пошуки потрібного об'єкту [5].

Надзвичайно важливо, щоб інтерфейс давав зворотній зв'язок користувачеві. Якщо користувач звернувся до нього, значить, він чекає відповіді. Натискаючи на кнопку, гравець дуже чітко повинен розуміти, що в результаті сталося. Якщо подія не відбулася, то він повинен знати, з якої причини, і як йому слід поводитися далі. Якщо кнопка неактивна, і не зрозуміло, чому саме – користувач має знати про це, чи знати як отримати підказку [3].

Під час розробки інтерфейсу потрібно брати до уваги, що люди люблять керувати об'єктом безпосередньо. Щоб досягти цього відчуття, інтерфейс робиться максимально непомітним. Ні для кого не секрет, що люди не люблять, коли їх відволікають. Увага користувача безцінна. Важливо дати гравцеві зосередитися, не відволікатися на зайві елементи інтерфейсу, тобто зробити його якомога зрозумілішим. Інтерфейси розробляються під конкретну гру і платформу, тобто те, що буде зручним для планшета, не підійде під ігрову консоль. Принцип побудови інтерфейсу повинен виходити з маніпулятора, за допомогою якого відбувається управління: у випадку з планшетом – це руки, на ПК – це миша і клавіатура, на консолі – геймпад. Кожне з цих різновидів управління вимагає індивідуального дизайну інтерфейсу [4].

Існує декілька варіантів зображення інтерфейсів відеоігор. Перший приклад – ігри жанру РПГ (тобто рольова гра), в даному випадку *The Witcher: Wild Hunt*. Визначальною характеристикою дії РПГ є те, що бій відбувається в реальному часі і залежить від швидкості та точності гравця та характеристик його персонажа (рис. 1).



Рис. 1. Приклад інтерфейсу гри *The Witcher: Wild Hunt*

Другий приклад – ігри для планшетів та смартфонів у жанрі симулятор ферми. У таких іграх інтерфейси в основному виглядають як фіксовані вікна (рис. 2).



Рис. 2. Приклад інтерфейсу гри Harry Farm 3

Не варто забувати про значення вдалого логотипу для гри. Створення логотипу комп'ютерної гри, що відповідає всім показникам маркетингової ефективності, обов'язково включає такі етапи, як вивчення конкурентного оточення, принципів і підходів, що використовуються брендами конкурентів, а також креативна розробка шрифтового, колірною і графічного рішення, що буде максимально відповідати стилістиці гри [5].

При розробці логотипу важливо вивчити досвід найближчих і непрямих конкурентів, а також міжнародного ринку товарів і послуг у відповідному сегменті, щоб уникнути випадкових збігів і пов'язаних з ними потенційних ризиків. Пошук унікального шрифтового рішення бренду має принципове значення при розробці логотипу, так як саме гарнітура відображає характер бренду і формує у споживачів першу емоційно-інтуїтивну думку про нього. Не слід забувати про вибір кольорової палітри, адже саме колірна гамма в фірмовому стилі і дизайні логотипу може розповісти багато про бренд, його характер, цінності та настрої. Не менш значимим є пошук унікального графічного рішення. Саме графіка в дизайні логотипу має для споживача максимальну притягальну силу, вона швидше і ефективніше за все запам'ятовується, а також дає змогу побачити і

донести до споживача базові цінності бренду, його унікальність. Крім того, велике значення має композиція логотипу. Композиція логотипу гри повинна формувати певний емоційний образ. Для того щоб передати через знак ідею гри, необхідно відчувати її характер, атмосферу і висловити все це засобами формальної композиції (рис. 3).



Рис. 3. Приклади логотипів комп'ютерних ігор

Також значним та впливовим графічним рекламним засобом є плакат, тобто великоформатне графічне зображення, яке характеризується лаконічністю образотворчих засобів та їх яскравою виразністю. Створення плаката було продиктовано необхідністю ефектного, наочного, концентрованого комерційного повідомлення. Плакати можна умовно поділити на рекламні та соціальні. У нашому випадку більш доцільно розглянути рекламний плакат, адже саме він має зацікавити потенційного покупця гри і, власне, прорекламувати саму гру [6]. Плакати зазвичай складаються зі сполучення типографіки і фотографій або ілюстрованої графіки. Якраз між ними потрібно дотримати той баланс, який дозволить і захопити увагу людей, і передати весь необхідний посил. Дуже важливо, щоб плакати давали глядачеві відчувати смак того, якою буде атмосфера гри.

При створенні плакату важливо мати на увазі використання деяких прийомів: стилізованість зображень, контрастність колірних рішень, мінімум деталей і фігур, очевидний сюжет. Рекламний плакат має бути видно здалеку і легко читатися як в образотворчому, так і в текстовому відношенні. Виготовлення плакатів відрізняється від інших друкованих видань великим зображенням та малою кількістю тексту. Як правило, це логотип, назва фірми, товару, послуги, слоган і, можливо, невеликі написи. Завдання рекламного плаката подіяти на споживача візуально. Виготовлення хороших рекламних плакатів для комп'ютерних ігор справа не проста. Для цього потрібні високопрофесійні виконавці (художник (дизайнер), фотограф, копірайтер), так як в основі плаката – образ, метафора. Особливого значення набувають як якість самого задуму, так і кожна, аж до найдрібніших, деталей текстового і образотворчого рішення (рис. 4).



Рис. 4. Приклади рекламних плакатів для відеоігор

Анкетування респондентів 15-45 років щодо ігрових інтерфейсів та дизайну гри в цілому підтвердило факт, що більш ніж 80% опитуваних вважають, що логотип має відповідати візуальній стилістиці гри та може містити в собі елементи гри, 70% опитуваних визнали дизайн обкладинки домінуючим при виборі самої гри. Що стосується дизайну інтерфейсів, то 80% респондентів стверджують, що інтерфейс має займати не більше, ніж 30% ігрового поля, тому що велика кількість фіксованих вікон заважає повному зануренню в атмосферу гри.

Висновки

Під час дослідження впливу рекламних повідомлень при створенні комп'ютерних ігор та їх інтерфейсів було теоретично опрацьовано та узагальнено основні аспекти розробки інтерфейсів для відеоігор, досліджено особливості створення рекламного плакату та логотипу для відеоігри. Отже, можна дійти висновку, що сфера комп'ютерних ігор з кожним роком стає все більш популярною. Сучасні ігрові корпорації включають в себе тисячі співробітників, які, в пошуках цікавих рішень, створюють нові технології в сфері комп'ютерної графіки. Варто зазначити, що одною з головних функцій інтерфейсу є забезпечення взаємодії між гравцем та навколишнім світом гри. Невдало зроблений інтерфейс може зіпсувати враження від гри в цілому, тож варто робити його якомога більш функціональним, зрозумілим та лаконічним. Так чи інакше, продуманий інтерфейс лише покращує почуття занурення та зацікавлення, яке гравці відчувають під час проходження гри.

Слід брати до уваги, що при розробці логотипу дуже важливо вивчити досвід найближчих і непрямих конкурентів, а також міжнародного ринку товарів і послуг у

відповідному сегменті, щоб уникнути випадкових збігів і пов'язаних з ними потенційних ризиків. При створенні плакатів важливо мати на увазі використання деяких прийомів: стилізованість зображень, контрастність колірних рішень, мінімум деталей і фігур, очевидний сюжет. Підсумовуючи, варто сказати, що вдале проектування інтерфейсів, логотипів та плакатів для комп'ютерної гри може значно підвищити зацікавленість гравця в даному продукті. Якісно спроектовані логотип та рекламний плакат мають давати приблизне уявлення про атмосферу гри, а інтерфейс, у свою чергу, грає роль посередника між користувачем та світом гри.

Список використаних джерел

1. Бурлаков І. В. Психологія комп'ютерних ігор : Монографія. – Київ: ЦУЛ, 2000. – 173 с.
2. Нікітін І. Про сучасні комп'ютерні ігри [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://techno.nv.ua/games/skolko-videoihry-zarabotali-v-2017-hodu-2449469.html>
3. Марченко М. Н. Графічна діяльність і комп'ютерні технології в професійній підготовці майбутніх дизайнерів // Історична і соціально освітня думка, 2013. – №5 (16). – с. 43-52.
4. Основні принципи розробки ігор [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://habrahabr.ru/post/188372>
5. Пасічний І. Системний підхід до дизайну рівнів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dtf.ru/articles/read.php?id=43163>
6. Джошуа П. Принципи дизайну інтерфейсу [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bokardo.com/principles-of-user-interface-design>
7. Семенов О. Особливості проектування інтерфейсів у мобільних іграх, Москва, 2016. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://app2top.ru/game_development/o

References

1. Burlakov, I. (2000). *Psichologiya komp'yuternih igor* [Psychology of computer games]. Kyiv [in Ukrainian].
2. Nikitin, I. *Pro suchasni komp'yuterni igri* [About modern computer games]. Retrieved from: <https://techno.nv.ua/games/skolko-videoihry-zarabotali-v-2017-hodu-2449469.html> [in Russian].
3. Marchenko, M. (2013). *Grafichna diyalnist i komp'yuterni tehnologiyi v profesijnij pidgotovci majbutnih dizajneriv* [Graphic technology and computer technology in the profession ready-made designers]. Kiev: Istorychna i sotsialno osvittia dumka. [in Ukrainian].
4. *Osnovni principy rozrobki igor* [The basic principle of game development] [Electronic resource]. Access Mode: <http://habrahabr.ru/post/188372> [in Russian].
5. Pasichny, I. *Sistemnij pidhid do dizajnu rinviv* [Systemic access to the design of the rviniv] Retrieved from: <http://dtf.ru/articles/read.php?id=43163> [in Ukrainian].
6. Joshua, P. *Principi dizajnu interfejsa* [Principles of Interface Design] Retrieved from: <http://bokardo.com/principles-of-user-interface-design>
7. Semenov, O. (2016). *Osoblivosti proektuvannya interfejsiv u mobilnih igrah* [Special features of the project of the interface at mobile games] [Electronic resource]. Retrieved from:

[sobennosti-proektirovaniya-interfejsov-v-mobil-ny-h-igrah-81668.html](https://app2top.ru/game_development/osobennosti-proektirovaniya-interfejsov-v-mobil-ny-h-igrah-81668.html)

https://app2top.ru/game_development/osobennosti-proektirovaniya-interfejsov-v-mobil-ny-h-igrah-81668.html [in Russian].

Kolisnyk Oleksandra

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-4374-6043>

kolisnyk.ov@knutd.edu.ua

Kyiv National University of
Technologies and Design

Yamenko Kateryna

katewest444@gmail.com

Kyiv National University of
Technologies and Design

Didovets Olena

didovetslv@gmail.com

Kyiv National University of
Technologies and Design

Визуально-коммуникативный дизайн интерфейса компьютерных игр

Колесник А. В., Яменко К. А., Дидовец Е. В.

Киевский национальный университет технологий и дизайна

Цель. Определение роли визуально-коммуникативного дизайна при создании интерфейсов компьютерных игр для повышения конкурентоспособности среди целевой аудитории.

Методика. В ходе проведенного исследования использованы методы анализа и синтеза предыдущих публикаций по указанной теме исследования, применены сравнения практики проектирования игровых интерфейсов, логотипов и плакатов компьютерных игр, внедрен метод социологического опроса соответствующей категории населения и систематизация собранных данных.

Результаты. Теоретически обработаны и обобщены основные аспекты разработки интерфейсов для видеоигр, исследованы особенности создания рекламного плаката и логотипа для видеоигры.

Научная новизна. Определены тенденции проектирования интерфейсов современных компьютерных игр, а также их рекламных постеров.

Практическая значимость. Полученные результаты обуславливают возможности более глубокого осмысления использования указанных наработок для оптимизации процесса поиска соответствующих художественно-выразительных средств на стадии разработки визуальной составляющей интерфейсов для компьютерных игр и их рекламного постера.

Ключевые слова: игровой интерфейс, гейм-дизайн, компьютерные игры, логотип, постер

Visual-communicative design of computer games interfaces

Kolisnyk O. V., Yamenko K. O., Didovets O. V.

Kyiv National University of Technology and Design

Purpose. Defining the role of visual-communicative design in the creation of gaming interfaces to increase their competitiveness among the target audience.

Methodology. *In the course of the research, the methods of analysis and synthesis of previous publications on the subject of the experiment were used, the comparison of the practice of designing game interfaces, logos and posters of computer games was applied, the method of sociological questioning of the relevant category of population was introduced and the systematization of the collected data.*

Findings. *The basic aspects of video game interface development have been theoretically elaborated and generalized, the features of creating a poster and logo for a video game have been investigated.*

Originality. *The tendencies of designing interfaces of modern computer games, as well as their advertising posters are determined.*

Practical importance. *The obtained results lead to the possibility of a deeper understanding of the use of these developments to optimize the process of finding appropriate artistic and expressive means at the stage of development of the visual component of interfaces for computer games and their advertising poster.*

Keywords: *game interface, game design, computer games, logo, poster*