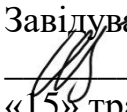


**МІНІСТЕРСТВА ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ МІСЬКОГО
ГОСПОДАРСТВА ІМЕНІ О.М. БЕКЕТОВА**

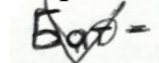
**Навчально-науковий інститут
Архітектури, дизайну та образотворчого мистецтва
Кафедра образотворчого мистецтва та дизайну**

«Допущено до захисту»
Завідувач кафедри
 Олена ОЛЕНІНА
«15» травня 2025р.

Реєстраційний No 1__
«15» травня 2025 р.

**ВІЗУАЛЬНІ ОБРАЗИ СЕРЕДОВИЩА ЯК ЗАСІБ ОПОВІДІ
(СТОРИТЕЛІНГУ) НА ПРИКЛАДІ НЕЗАЛЕЖНИХ ІГОР (INDIE-ІГОР)**

Кваліфікаційна робота
студентки групи Мн ОМ2023-1
ступінь вищої освіти «магістр»
спеціальності 023 – Образотворче
мистецтво та реставрація, 022 – Дизайн
Міждисциплінарної освітньо-наукової програми
Образотворче мистецтво та дизайн

 Батуревич Д. Д.
Керівник: д.мист, професор

 Шило О.В.

 Рецензент: к. арх, доцент Дзюбенко П.О.

ХАРКІВ – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. ВІДЕОІГРИ У СУЧАСНІЙ МАСОВІЙ КУЛЬТУРІ	Ошибкa!
Закладка не определена.	
1.1 Відеоігри: продукт чи посередник інтерактивного мистецтва?	11
1.2 Мистецтво і комерція — культурний кластер, державне фінансування та інді-ігри	14
1.3 Штучний інтелект і генеративний штучний інтелект	19
1.4 Критичне мислення як маяк віртуального простору та міст до реального	24
1.5 План, референс, концепт-арт.....	28
РОЗДІЛ 2. ВІЗУАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЯК СТРУКТУРНИЙ ЕЛЕМЕНТ ВІДЕОІГОР.....	32
2.1 Історія, оповідь, фон — світобудова у ролі невербального наративу..	32
2.2 Логіка процесу створення візуального образу середовища як засобу оповіді.....	37
ВИСНОВОК.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	56
ДОДАТКИ	60

ВСТУП

Актуальність дослідження. Пандемія коронавірусної хвороби 2019—2021 рр. сприяла активному освоєнню віртуальних медіа як способу комунікації. Результатом масової ізоляції як однієї із обов’язкових умов дотримання карантинного режиму стало вимушене звернення користувача до соціальних медіа, інтернету і віртуального простору в цілому. Обмежений доступ до громадських місць призвів до часткової заміни класичного способу фізичної комунікації на віртуальне дозвілля. Зростаючий попит на дозвілля народив продукт на ринку. Згодом, рамки обмеження карантину ослабли, а користувач перенаситився інформацією. Бізнес адаптувався без перешкод, у індустрії розваг виникли труднощі.

Активний вклад обмежених природних і необмежених інформаційних ресурсів в розвиток генеративного штучного інтелекту, поява формату коротких відеороликів як новий засіб поширення інформації, замкнутість фізичного простору окремих осіб під час виконання карантинних умов насильно пришвидшили процес не тільки створення, а й розповсюдження контенту розважальних медіа як комерційних продуктів, потенційно здатних задовольнити користувача.

З одного боку, пропозиції від індустрії розваг, кількість допоміжних навчальних матеріалів від фахівців, формування художніх віртуальних кіл спілкування призводять до збільшення креативної свободи у більшій кількості населення. Креативна свобода дозволяє людині відкривати і творити світ свого буття, відточуючи когнітивні навички.

Однак виникає дисонанс — водночас поріг входу сфери віртуальних мистецтв на територію ринку значно підвищується. Спроба бізнес-моделі скоротити витрати на діячах мистецтва за допомогою часткової та повної її заміни на генеративний штучний інтелект, орієнтованість ринку програмного забезпечення виключно на великі фірми та зростання очікувань від якості та швидкості створення продуктів індустрії розваг призводять до нехтування

мистецтвом на тлі інших, більш прибуткових та менш витратних галузей. Подібне явище призводить до хибного висновку, що цінність мистецтва, а в деяких випадках і людського життя вимірюється виключно кількістю капіталу, яку можна за них отримати.

Нові технології миттєвої генерації розважального контенту, як і нова, хоч і тимчасова, модель суспільних відносин, що виникла в результаті ізоляції, поступово вичерпала себе, приводячи до кризи її експлуатації і створюючи ряд нових проблем. Серед них почуття самотності, ізольованості, підвищення рівня стресу, проблеми з концентрацією уваги, складність виконання повсякденних задач і збільшення імпульсивного споживання як спосіб задовольнити відсутність безпечного фізичного і ментального простору для існування.

Руйнування та вичерпування нових альтернатив вирішення старих проблем — неминуче через те, що ідеальних моделей економіки та суспільних устроїв, принаймні на даний момент часу, не існує. Через те, що подібна модель є складним багатогранним концептом, задля досягнення існування якого необхідна постійна взаємодія великої кількості суб'єктів, сувора її регуляція неможлива, а відповідно і теоретична оцінка окремих змінних може не відповідати реальності. Однак варто пам'ятати, що виникнення нових конфліктів дає можливість пошуку альтернативних шляхів їх вирішення. Деякі з них універсальні, якісь індивідуальні.

Мистецтво важливе для індивіда, як нешкідлива форма самовираження. Будь то створення, малювання, музика чи просто його споживання. Воно, наприклад, у формі арт-терапії, навіть може ефективно використовуватись при роботі у лікарнях: у результаті дослідження, проведеного у 2006 за участю вибірки онкологічно хворих пацієнтів, вдалося досягти зменшення широкого спектру симптомів, але лише використовуючи мистецтво як додаткову дешевшу форму терапії [1, с. 167]. Однак, якщо розглядати цінність людського життя лише з точки зору продуктивності, важливість дозвілля може критично знецінюватись. Дозвілля можна розглядати як можливість відпочити між монотонною роботою. Але у випадку, коли в людини з'являються сумніви в

собі, тиск з навколишнього середовища і брак грошей, цей спосіб мислення призводить до очевидного висновку – необхідно монетизувати власне дозвілля. Або ж продати власне хобі. Але постійна продуктивність під час годин, розрахованих на відновлення енергії, призводить до погіршення якості фінального продукту та загального виснаження індивіда. Коли фізичного ресурсу на створення немає, з'являється альтернатива у вигляді споживання чи вивчення нової інформації для подальшого використання отриманих даних при майбутньому створенні. Це може закрити індивіда у репетитивній витраті ресурсів виключно на навчання, перенасичення його інформацією та ідеї про те, що продукт творчої діяльності перевищує цінність життя та здоров'я творця.

Перенасичення інформацією призводить до споживання знань із ненадійних доступних публічних джерел. Ненадійна веб-сторінка може часто ввести в оману дезінформацією, або завдати шкоди. Тож тепер навіть якісні роботи мають завойовувати увагу через епатажність і пришвидшувати власне просування, що додає додатковий пласт роботи і авторам, і споживачам. І це проблема не окремого індивіда, а всієї системи соціально-економічних відносин. Світові кризи є циклічними і передбачуваними. На той час, як, ведучи до занепаду суспільних настроїв, загальний стрес досягає найвищої точки, індивід робить спробу відгородити себе від подразника, у нашому випадку хибної інформації. Це, зазвичай, вирішується шляхом ігнорування накопичених проблем, призводячи до збільшення їх обсягу і ще сильнішої ізоляції. Але як вирішувати це питання, не завдаючи собі шкоди?

Одним із активно використовуваних та продуктивних методів боротьби з існуючою соціальною та економічною системою стало свідоме споживання як фізичних комерційних продуктів, так і інформаційних потоків даних.

Тенденція до свідомого або етичного споживання з'явилася ще у 1990-х, разом із появою терміну «етичний споживач», у британському журналі *Ethical Consumer* 1989 року. Вона описувала людей, що практикують споживчий активізм, несучи відповідальність за індивідуальне споживання, в незалежності від перспективи держави або іншої інституції влади [2, с. 853]. Наприклад, це

може бути популяризація меншого споживання, ощадливий спосіб життя, купування етично виготовлених продуктів, підтримка місцевих виробників, захист тварин і довкілля через бойкот продуктів їх експлуатації та інше. При перенесенні проблеми споживання у віртуальний вимір ситуація стає дещо складнішою: фізичного об'єкта, що займає фізичний простір і забруднює його, в цілому, немає. Однак, все ще існують продукти експлуатації як виконавця, так і споживача. Економічна модель сучасного суспільства дозволяє бізнесу скоріше монетизувати ментальний стан власного суб'єкта, аніж допомогти вирішити ці самі проблеми і покращити стан людини, задля подальшого продуктивного результату її роботи.

У період швидких трендів і споживацького відношення до будь-якого продукту діяльності людини, від тих, що орієнтуються на масове виробництво, до унікальних поодинокі існуючих витворів, одним з більш простих варіантів захистити власну психіку є спроба окремої людини абстрагуватися від подразника. Цей захисний механізм проблему не вирішує — коли подразником стає уся модель комунікації і розваг, відмова від неї лише призводить індивіда до ще більшої ізоляції і загострення відчуття самотності. Складнішим, але більш практичним рішенням буде пошук причетності до соціуму, що досягається шляхом знаходження і асоціації себе до певних груп, громад, об'єднань тощо. Безпечне середовище призводить до зниження рівня стресу і появи внутрішніх стимулів.

Однак, як шукати те саме комфортне для індивіда суспільство, коли здається, що все навколо перешкоджає цьому. Це вимагатиме зусиль від самого індивіда, його часу та енергії. Планування та систематизація можуть допомогти на перших етапах. Далі вже знадобиться більше мозкової діяльності — глобальні плани та великі проєкти, а також кардинальні зміни потребують інформації, щоб уникнути зайвої витрати інших ресурсів, таких як гроші, час, енергія та подібні. Щоб мати можливість захистити себе у новій інформаційно насиченій ситуації, потрібно мати здібності до самоконтролю, самосвідомості та вихованню власної дисципліни.

Вміння фільтрувати отримувану інформацію є необхідністю, і досягається за допомогою розвинутої навички критичного мислення. Найефективніший спосіб розвитку критичного мислення – спроба змусити людину мислити. Мистецтво змушує і глядача, і автора до осмислення, — будь-яка його форма: текст, звук, зображення, авторська гра та інші.

Припустимо, ми розглядаємо людину, що повернулася до мистецтва після тривалого ментального застою. Можливо, власними силами, можливо, завдяки чужій перспективі, художньо оформленій в окрему думку на потоках інтернету, тобто — надихнувшись. Теоретичний суб'єкт робить спробу викласти свої переживання у фізичний чи віртуальний простір, але в нього не виходить: думки плутаються, емоції зашкалюють, а робота ще навіть не розпочата. У разі створення твору візуального мистецтва у певному вигляді, як частини цілого, необхідно уявити обсяг роботи і фінальний варіант викладу матеріалів. Наприклад, ілюстрація для книги, дизайн персонажа чи створення локації для гри, обкладинка музичного альбому.

Ризики проаналізовано, сили враховано, план виведено. Також припустимо, що історія вже існує, бо її створення — це окрема масштабна тема. Наступний крок — введення візуального ряду на підтримку існуючої форми медіа. Саме його існування дозволяє споживачеві як дізнатися історію, так і заглибитися у її контекст. Оточення має розповісти про себе без зайвих слів, створюючи ілюзію присутності глядача та правдивості або можливості існування цієї історії. А у випадку саме відео ігор людині доведеться взаємодіяти з оточенням, занурюючись у імерсивний досвід, тим самим більше надихаючись і створюючи можливість до подальших роздумів і дій. При грамотно прописаній історії, звичайно. Подібну логіку створення можна поширити і на інші медіа, такі, як кіно чи театр та інші.

Також, варто пам'ятати, що якість мистецтва не завжди безпосередньо залежить від одержуваного людиною прибутку, впізнаваності або кількості витраченого часу. Спрощення процесу створення комфортних умов існування проєкту колосально знижує поріг входу в робочий та творчий процес. І це вкрай

важливо для будь-якої людини, когнітивні навички якої знизилися через стресові умови. Правильний підхід, своєю чергою, може підвищити як працездатність окремого індивіда, так і дозволити йому переосмислити власні поточні пріоритети. Створення візуальних образів середовища дає автору мальованої роботи можливість не лише докладніше прописати та розповісти власну історію, а й проаналізувати схожі сюжети, власну мораль та основну думку, внесену до проєкту. Більше часу, витраченого на працю, може дозволити автору перейнятися власним твором. А вибір оптимального шляху та часу створення творчої роботи — це завжди індивідуальний підхід, орієнтований на вимоги від результату окремого проєкту.

Гіпотеза дослідження — існування грамотно сконструйованого образа середовища як засоба оповіді, є критично важливим при створенні візуального ряду для незалежних ігор: без нього викладена історія не може існувати, роблячи контекст невід’ємною частиною, наповнюючи історію смислами, важливими для її розуміння.

Об’єкт дослідження — оповідь (storytelling) в незалежних іграх (Indie games).

Предмет дослідження — візуальні образи середовища як засіб оповіді (storytelling).

Мета роботи — охарактеризувати особливості процесу розробки і створення локацій розгортання сюжету в контексті оповіді візуального ряду в жанрі незалежних ігор.

Згідно з метою дослідження виокремлено такі **завдання**:

1. Обґрунтувати вибір сфери ігор для дослідження теми.
2. З’ясувати стан культурно-розважальної індустрії на території України на момент початку 2025 року та порівняти її з всесвітнім ринком; виявити майбутні перспективи.
3. Обґрунтувати відмову від використання штучного інтелекту, як одного з актуальних інструментів при спрощенні процесу створення; виявлення альтернатив у вигляді начерків і концепт-продукту.

4. Виявити необхідність критичного мислення як навички, та її розвиток через вміння аналізувати алегоричний підтекст у контексті візуальної оповіді, обґрунтувавши важливість її ролі у подачі історії.

5. Виявити принципи, прийоми і методи закладання оповіді при створенні образу середовища від етапу зародження ідеї і до фінального продукту при розробці візуального ряду незалежної гри.

6. Створити серію робіт, присвячених власній історії, що складатимуться, здебільшого, із концепт-артів, які включатимуть взаємодію персонажів із оточуючим їх середовищем, його вплив на них, саму історію і навпаки; описати логіку і покроковий процес створення візуального ряду, зазначити використані програми.

Методи дослідження — спостереження, порівняння, факторний аналіз, контент-аналіз, абстрагування, елементарно-аналітичний аналіз і синтез, сходження від абстрактного до конкретного, структурно-діяльнісний підхід.

Теоретичне та практичне значення одержаних результатів. У процесі аналізу наукових джерел, словників, навчальних підручників, законодавчих документів, публічних виступів і інтерв'ю та доступних електронних ресурсів було здійснено дослідження візуальних образів середовища як засобу оповіді на прикладі незалежних ігор. У результаті доведено їх роль у розвитку критичного мислення, підвищенні рівня медіаграмотності, розвитку самовираження. Доведено, що вдумливо сконструйований образ середовища як засіб оповіді є критично важливим при створенні візуального ряду незалежних ігор. Обґрунтовано відмову від використання генеративного штучного інтелекту, як альтернативу вирішення питання використання часу, і запропоновано варіант управління часом, спрощення комунікації через концепт-арт і підвищення усвідомленості причин виникнення мистецтва.

У практичній частині дипломної роботи було прописано покроковий процес створення візуального образу середовища, за яким створено серію робіт за темою.

Апробація результатів роботи. Положення і висновки роботи були оприлюднені на таких конференціях:

— Міжнародна науково-практична конференція «Наука, освіта, технології та суспільство: світові тенденції та регіональний аспект», м. Тампере (Фінляндія), 9 січня 2025 року. <https://www.economics.in.ua/2025/01/09.html?m=1>

— II - Всеукраїнська науково-практична конференція з міжнародною участю «ПРОКІІВ», м. Київ, 3—4 грудня 2024 року. <https://ndirom.org/i-vseukrainska-naukovo-praktychna-konferentsiia-z-mizhnarodnoiu-uchastiu-prokyuiv/>.

За темою роботи зроблені такі публікації:

Стаття:

— Шило О.В., Батуревич Д.Д. Роль візуального сторітелінгу у відеоіграх // Народознавчі зошити. — 2025. — №1 (181). — С. 186—192. DOI <https://doi.org/10.15407/nz2025.01.186>.

Тези:

— Батуревич Д.Д. Огляд сучасного інтерактивного дизайну в галузі цифрової ігрової індустрії // Збірник тез 2-ої Всеукраїнської науково-практичної конференції з міжнародною участю «ПРОКІІВ», м. Київ, 3—4 грудня 2024 року. — Київ: 2024. — С. 822—824. <https://ndirom.org/wp-content/uploads/2025/01/TEZY4.pdf> ;

— Батуревич Д.Д. Введення в систему освіти поняття критичного мислення у створенні візуального наративу // International scientific-practical conference «Science, education, technology and society: global trends and regional aspects»: conference proceedings (Tampere, Finland, January 9, 2025). Tampere, Finland: Scholarly Publisher ICSSH, 2025. — С. 78—79. <https://www.economics.in.ua/2025/01/09.html?m=1> .

Структура і обсяг роботи. Кваліфікаційна робота ступіня вищої освіти «магістр» зі спеціальності 023 – Образотворче мистецтво, декоративне мистецтво, реставрація містить 70 сторінок тексту, 18 рисунків, 3 додатки. Список використаних джерел складається з 30 позицій.

РОЗДІЛ 1. ВІДЕОІГРИ У СУЧАСНІЙ МАСОВІЙ КУЛЬТУРІ

1.1 Відеоігри: продукт чи посередник інтерактивного мистецтва?

Пандемія коронавірусної хвороби COVID-19 2019-2021 років ізолювала безліч людей в обмежений простір своїх квартир. Змінилася рутина, змінилися і потреби. Художники та глядачі звернулися до цифрових просторів, щоб продовжувати свої творчі починання та взаємодіяти з мистецтвом дистанційно. Економія часу на пересуванні до місць навчання та роботи та перехід на онлайн комунікацію створили вільний простір для дозвілля, а неможливість залишити обмежену фізичну територію призвели до звернення у віртуальну реальність. Мистецтво адаптувалося під нову модель. Індустрія розваг також, наймаючи штати співробітників для створення кіно, ігор, розвитку стрімінгових сервісів та іншого. Коли період ізоляції закінчився, працівників почали звільняти через брак високого попиту на продукцію. Проте прогрес, досягнутий за цей час, нікуди не зник. Крім покращення якості фінального продукту, рівень комунікації значно підвищився. Працівники почали ділитися власним досвідом, відкриваючи можливості для будь-кого бажаного, порівнюючи умови праці і створюючи власні продукти. Адже розважальна індустрія існувала і до карантину, проте після нього вона була змушена адаптуватися під нові, дещо завищені очікування користувачів.

«Відеогра — це гра, в яку ми граємо завдяки аудіовізуальному апарату і яка може базуватися на історії» — дає можливе визначення поняттю Ніколас Еспоміто, керівник наукового відділу школи візуальної комунікації та мистецтв Gobelins L'École de L'Image, у власній статті 2005 року [3]. В ній же автор зазначає, що відеогра хоч і може слугувати культурним модулем, формою мистецтва, формою розповіді, освітнім інструментом тощо, у першу чергу, вона гра. Гра виконує розважальну функцію і може продаватися на ринку як окремий комерційний продукт, що має реальну можливість задовольнити споживчий попит.

Відеогра це комплексний продукт. Результат являє собою комбінацію знань різних мов програмування, ігрових двигунів, знання програмного забезпечення для графічного дизайну, глибоке розуміння принципів дизайну ігор та, іноді, навички 3D-моделювання та анімації. Для продуктивного результату, а здебільшого взагалі його досягнення, найчастіше прийнято працювати у команді. Таким чином, кожен фахівець може комфортно зайняти власну нішу виробництва.

Однак це не означає, що гру не можна створити поодинокі. Просто це не дуже продуктивно. Наприклад, *Stardew Valley* — симулятор фермерського життя, створений 2016 року, розроблений американським розробником і музикантом Еріком Бароном, починався як соло проєкт і лише з роками над ним почали працювати кілька розробників [4]. Або *Undertale* — рольова відеогра, розроблена американським розробником ігор і композитором Тобі Фоксом і випущена у вересні 2015 року [5]. Хоча, вона вже була створена з залученням фрілансерів, тобто тимчасової команди. Таким чином, хоч в кінцевому результаті гра і є комерційним продуктом, орієнтованим на покупця, створюється вона в процесі комбінації окремих креативних рішень, часто багатьох різних креативних людей.

«Гра відрізняється від інших видів діяльності в повсякденному житті тим, що ігровий світ та його правила мають надзвичайно чіткі розмежування. Це не означає, що гравці в будь-який момент мають повне знання про всі можливі стани гри; відкриття правил і можливих станів є частиною всіх інтерактивних ігор, що додає загадковості. Однак це означає, що вони завжди розуміють, що в гри є кінцева мета, і які результати становлять цю мету...», — зазначається у книзі 2008 року «Досвід використання продукту» [6].

Відеоігри є окремим видом мистецтва, що означає, що вони по-різному приваблюють людей. Вони справді унікальні тим, що гравці беруть активну участь у грі, не лише засвоюючи контент, який їм представлений, але й розуміючи, що власні дії залишають певний вплив, іноді навіть особистий. Особливо оскільки відеоігри можуть бути такими ж, що запам'ятовуються, як і

інші речі. «Інтерактивність», у нашому випадку, значить, що гра вимагає постійного обміну повідомленнями між самою грою та гравцем.

Але чому бізнес зацікавився відеоіграми серед усіх видів розважальних медіа, зробивши на них акцент і тим самим, вкоренивши їх на ринку? Однією з причин може бути факт того, що ця сфера найлегше адаптувалася під вимоги бізнес-моделі, щоб принести якомога більше заробітку. Схожа логіка простежується і у створенні та оновленні різних програмних забезпечень за період останніх десятиліть.

Зростання популярності мобільних ігор, що було обумовлено низьким порогом входу до індустрії і її доступністю, поширилося по всьому світу, зробивши їх однією з найприбутковіших незалежних галузей. Майже в усіх країнах мобільні гравці становлять значний відсоток ігрової спільноти.

Поступове розповсюдження мобільних ігор популяризувало мікротранзакції — незначні фінансові операції, що здійснюються в цифровому середовищі [7, с. 18]. Згодом до мікротранзакцій дійшли і великі компанії з виробництва ігор, надаючи гравцям можливість інвестувати трохи більше грошей, щоб отримати певні предмети або ігрову валюту.

Було розроблено і альтернативні джерела заробітку — появи нових пакетів розширення до ігор, у вигляді додаткового контенту за певну плату. Також, у випадку з комп'ютерними іграми, доводиться інвестувати значну суму грошей у складання ігрового персонального комп'ютера. В окремих випадках навіть регулярно інвестувати у системи, щоб відповідати постійно зростаючим вимогам нових ігор, включно з такими альтернативами, як ігрові консолі.

Відеоігри як масштабний пласт розважальної індустрії і комерційний продукт хоч і є результатом творчої діяльності, все ж мають на меті отримання прибутку. Для досягнення поставленої фінансової мети використовуються різноманітні прийоми знаходження аудиторії спонсорів для майбутнього підвищення продажів. Наприклад, шляхом створення бренду, що слугуватиме образом компанії на світовому ринку.

Згадана логіка просування використовується не тільки в ігровій індустрії, але й при створенні будь-якого комерційного об'єкту, який потребує маркетингу. Коли у комерційного об'єкта з'являється історія, то з простого товару він перетворюється на окремий бажаний персонаж, а сам бренд починає відігравати роль надійного продавця. Головне завдання – продати, а найкращий спосіб продати вигідно – вибудувати довірчі стосунки з клієнтом: чим вища якість кінцевого продукту і чим швидше він зроблений, тим більшу кількість людей ним можна задовольнити.

Таким чином було визначено, що відеоігри є продуктом комплексної взаємодії комерції та мистецтва. Це, у свою чергу, частково дозволяє задіяти візуальні образи оточуючого світу, частиною чого є візуальні образи середовища як інструмент самовираження діяльності мистецтва, та оцінити його комерційну цінність, якщо таке завдання є у задумі для кінцевого результату. Але як продати мистецтво?

1.2 Мистецтво і комерція — культурний кластер, державне фінансування та інді-ігри

«Ми живемо в капіталізмі, його влада здається неминучою — але тоді так діяло божественне право королів. Люди можуть протистояти будь-якій людській владі та змінити її. Опір і зміни часто починаються в мистецтві» — каже американська письменниця Урсула Ле Гуїн під час своєї промови нагородження медаллю Національної книжкової фундації за видатний внесок в американську літературу у листопаді 2014 року [8]. В цій же промові вона виказує думку, що мотивація заробітку зазвичай суперечить ідеї мистецтва.

Терміном мистецтво в одному з неосязної кількості словників називають галузь людської культури, в якій за допомогою знаків через конкретні образи світу виражаються його узагальнені сенси [9, с. 381]. Мистецтво — це акт вираження почуттів, думок і спостережень. Комерцією ж називають підприємницьку діяльність, або діяльність задля досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку [10]. Першим поняттям

апелюють у літературних колах або колах мистецтва, що можна прослідкувати навіть через основний ресурс позначення термінології — словник. У другому випадку набирає чинності закон. Чи існує модель, у якій бізнес і мистецтво перетинаються і співіснують без спроби поглинути одне поняття іншим?

До комерційного мистецтва можна віднести мистецтво, яке надає візуальну інформацію про продукт або послугу з метою продажу, воно масове і створене для широкої аудиторії. Термін «комерційне мистецтво» не є загально визнаним і здебільшого використовується в англomовному просторі для опису галузі дизайну. Дизайн є методом творчого підходу для вирішення промислових задач, і підходить під парасольку галузей мистецтва. Комерціалізація мистецтва активно відбувається на теренах сучасного суспільства і характеризується використанням у мистецькій сфері стратегій підприємництва, що у теорії не має нести впливу на якість художнього продукту. Проте, через домінування комерційних інтересів над художніми у процесі створення та поширення продукту, з'являється висока ймовірність видозміни початкової мети у створенні мистецького продукту.

Як було зазначено раніше, ігрова індустрія є результатом перетину індустрії розваг і кіберінвестицій, що робить її однією з найбільш комерціалізованих ніш у сфері культурного розвитку. Відеоігри є частиною поп-культури, створеної для споживання масовим користувачем. Проте, хоч у вигляді фінального виробничого комерційного продукту вони можуть і не вписуватися у сферу практик, що позначаються як мистецтво, не можна повністю відкинути цю перспективу через новизну існування галузі. Також, не можна виключати факт того, що окремі складові все ще є результатом мистецької роботи. Але як відслідкувати і врегулювати нечіткі закони мистецтва у комерційній площині?

Економічне визначення вартості твору мистецтва є неоднозначним і в сукупності з суперництвом художників за визнання громадськості призводить до стимулу комерційної конкуренції, а не мистецького конкурсу [11, с. 21-22]. Ринок орієнтується на більшість, що неминуче призводить до зниження якості

художнього продукту. Це масова тенденція. Радикальна і швидка зміна усталеної всесвітньої системи, наразі капіталізму, неможлива. Але саме її існування призводить до появи локальних альтернативних рішень впровадження мистецтва в поточну бізнес-модель суспільства, створених окремими громадами і організаціями.

Розвитком культурного питання в ідеальному світі, насамперед, має займатися держава як установа, що першочергово створена для захисту інтересів власних громадян. Не тільки задля зниження рівня стресу шляхом впливу на індустрію розваг, або її комерціалізацію, як альтернативний шлях поповнення державної скарбниці, а й як засіб збалансування рівня самосвідомості та популяризації культури на території та поза межами власної країни.

Як приклад, на території Британії було створено державну громадську телерадіокомпанію під назвою Channel 4. Channel 4 була заснована в 1990 році та почала працювати в 1993 році, з метою виконання державних завдань, що надало їй статус громадського мовника. Це означає, що компанія спеціалізується на забезпеченні своєї громади послугами електронних медіа у вигляді радіо, телебачення та інших. Канал є державною власністю, але, не отримує державного фінансування: усі акції належать британській скарбниці, і компанія має певні законодавчо визначені обов'язки. Chanel 4 повністю фінансується своєю комерційною діяльністю, включаючи рекламу. У список суспільних завдань Channel 4, відповідно до Закону про комунікації 2003 року, входить демонстрація інновацій, досвіду і творчого потенціалу; апеляція до смаків та інтересів культурно різноманітного суспільства; внесок у програми виховного характеру та інші програми моральної цінності. Тобто, канал має надавати високоякісний, інноваційний, альтернативний контент, який кидає виклик стану речей, що склався на поточний час.

«Наша мета – створити зміни через розваги» — зазначено на офіційній інтернет сторінці Channel 4 [12].

А як же справи з індустрією розваг і культурним розвитком на території України?

«Фінансування культури традиційно здійснювалося за залишковим принципом, що унеможливлювало її сталий розвиток» — зазначається у офіційному розпорядженні від кабінету міністрів України щодо стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року, виданого у березні 2025 року [13]. Попит на мистецтво поступово зростає, але держава не може задовольнити цю потребу. Ще у 2016 році постає питання відсутності розробленого механізму реалізації, яке не вирішено і до нині. Український продукт креативних індустрій недостатньо представлений на світовому ринку. Система захисту прав інтелектуальної власності — слабка, сприятливе податкове середовище відсутнє, фінансування недостатнє та ефективних механізм підтримки культури майже не існує. Російська збройна агресія проти України, що розпочалася ще 2014 році, також внесла свої негативні корективи у сферу мистецтв і культури, серед яких зміна пріоритету у фінансуванні, втрата важливих національних історичних та культурних місць та об'єктів, окупація територій та багато іншого.

Однак, ані тривала війна, ані відсутність фінансування з боку держави не унеможлиблює існування культурної сфери мистецтв. Навпаки, зростає кількість волонтерських і добровільних ініціатив щодо створення безпечних творчих кластерів та їх популяризації. Проекти українського походження, що виходять на український та світовий ринок та інтернет аудиторію, найчастіше є результатом ініціативи громадян задовольнити нестачу у сфері культури та розважальної індустрії.

Термін «інді» якийсь час позначав автономні мистецькі рухи й напрямки, незалежні від комерційних організацій, що не мають великого бюджету і відрізняються від основної течії розважального контенту. Хоч наразі це поняття більше адаптувалося під потреби ринку, не маючи змоги конкурувати на ринку без будь-якої фінансової підтримки [14, с. 207]. Під цю класифікацію

підпадають, наприклад, кіно, музика, лейбли та ігри. Тобто, інді-ігри — це відеоігри, що створені без фінансової підтримки великих компаній.

Інді-проекти, як наслідок автономної діяльності, мають більший спектр свободи викладу думки з точки зору мистецтва. Відсутність комерційної організації згори, хоч і сковує фінансово, але відкриває горизонт перспектив. Як будь-який вид самозайнятості, інді-проект — це величезна відповідальність на значно меншому штабі співробітників. Але саме наявність цієї відповідальності дозволяє розкрити теми, що табуують у великих видавництвах, і переосмислити встановлені рамки існуючих жанрів. Вплив застарілих соціальних моделей або законів місцевих комерційних організацій, що фокусуються більше на продажі ідеалізованої картинки споживачеві, ніж на створенні мистецтва для роздумів підготовленому глядачеві, значно знижується, відкриваючи місцеву ігрову громаду для нових перспектив.

Одним із головних згаданих раніше недоліків інді-індустрії є відсутність стабільного фінансування. Кожен проект, створений з поміткою «інді», оплачується з кишені засновника, або з касового бюджету попередніх успішних проектів, якщо такі існують. В окремих, радше особливих, випадках, робота починається з групи людей, котрі працюють безкоштовно, за ідею, сприймаючи окремих проект як хоббі, радше ніж основний шлях заробітку. Зазвичай, вже на наступних стадіях розробки з'являється можливість фінансування — продаж продукції, пошук інвесторів, або використання спеціальних сайтів, як Kickstarter, що є однією з низки платформ для збору грошей від громадськості, яка обходить традиційні шляхи інвестування [15].

Але, для того щоб знайти спонсорів на проект, у даному випадку гру, його потрібно продати, у першу чергу, аудиторії спонсорів. Для цього потрібно продемонструвати наявність попиту, конкуренції, та особливості проекту, що виділять його серед конкурентів, реалістичну модель доходу та фінансові прогнози. І також мати певну кількість вже існуючих ігрових матеріалів, щоб підкреслити можливості команди на реалістичне створення кінцевого продукту.

Отримати кошти для гри — важко, тому потрібно знайти якомога більше способів мінімізації витрат: чим менше коштує зробити гру, тим менше потрібно вимагати від інвесторів і тим легше повернути інвестиції. Таким чином, було визначено, що хоч і прив'язка до одного конкретного бренду і не є обов'язковою, характеризуючи можливості незалежних ігор, для успішного завершення проекту, все ще потрібно враховувати час його створення. Якщо автор хоче краще прописати історію чи вигідніше її продати на ринку, йому потрібно мінімізувати час на її створення та виправлення можливих помилок. Бажано, при цьому, грамотно розподіливши свої сили та сили своєї команди. Існує кілька способів спрощення і пришвидшення роботи.

1.3 Штучний інтелект і генеративний штучний інтелект

Час для людини смертної найважливіший ресурс — він обмежений. Відповідно, грамотний його розподіл є життєвою необхідністю. Але простіше, ніж їм розпоряджатися, відмовляючись від окремих заходів та плануючи розклад на місяці вперед, — скоротити його споживання певними завданнями. Технологічний прогрес призвів до нових методів економії часу. Поступово, з розвитком транспортних вузлів та засобів зв'язку фізичний світ став доступнішим, що розкрило людям безліч можливостей. Останнє закріпилося з появою всесвітньої мережі інтернет, дозволивши не лише ділитися власним прогресом, а й знаходити однодумців, не витрачаючи часу на пересування.

Під останні технологічні зміни засобів інформації легко було адаптувати і бізнес-модель, і мистецтво. У першому випадку реклама переходила з екрану телевізора на комп'ютер, а згодом і телефон. У разі мистецтва цифрові інструменти полегшили можливість створювати та ділитися своїми роботами зі світом, руйнуючи бар'єри входу. Однак швидкий стрибок прогресу, без належного нормативного регулювання з боку законодавчих органів згодом призвів до появи прогалів у взаємодії між простими користувачами та комерційними організаціями. Постраждало і мистецтво.

Платформи соціальних мереж стали потужними інструментами для кар'єри художників. Але також створили значні виклики, серед яких: перевантаження серверів, технічні бар'єри, питання алгоритмічної упередженості, що впливає на видимість контенту, занепокоєння щодо авторських прав, безпеки та автентичності, проблеми крадіжки цифрового мистецтва та плагіату [16, с. 563].

До проблем економічного характеру цифрового мистецтва можна віднести перехід фірм створення програмного забезпечення від клієнтоорієнтованої моделі покупки або орендування власних програм до фінансової орієнтації на великі компанії. Ці проблеми вимагають делікатного балансу між інноваціями та адаптивністю, більш належних рішень, шляхом належного фінансування та цілеспрямованих ініціатив. Проте, і самі митці адаптують систему, наприклад, усвідомлюючи відповідальність за навколишнє середовище та мінімізуючи екологічний слід цифрового мистецтва.

Проблема захисту інтересів людей мистецтва призвела до створення профспілок, які в теорії мали вирішувати зазначені вище проблеми. Але не всі держави мали змогу створити такий механізм захисту. Таким чином, ринок став нерівномірним — популяризувалося використання дешевої робочої сили з країн, які не можуть захистити інтереси власних громадян, що працюють у сфері цифрових мистецтв. Економія на робочій силі, яка спочатку призвела до пошуку дешевої альтернативи, поступово порушила питання максимальної дешевизни процесу створення. Дешевше, ніж дешево — безкоштовно. А відповідно варто замінити витратну одиницю виробництва — митця, чимось безкоштовним, що генеруватиме необхідне інформаційне наповнення. Наприклад, генеративним штучним інтелектом (ШІ).

«Штучний інтелект – це інтелект, що має штучне походження та імітує (моделює) певну сукупність когнітивних функцій, еквівалентних відповідним когнітивним функціям людини» — дає визначення О.А. Баранов, керівник Центру теоретико-правових проблем інформаційної сфери Науково-Дослідницького Інституту Інформатики і Права Національної Академії

Правових Наук України [17, С. 9]. До когнітивних функцій відносять здатність суб'єкта пізнавати, сприймати, вивчати, усвідомлювати, розуміти, і переробляти зовнішню інформацію [18]. Спектр комплексності виконуваних ШІ завдань варіюється від простих, у вигляді розпізнавання наданої користувачем інформації, до більш складних — як генерація, керування чи моделювання подій у реальному часі. Сам термін ШІ як академічної дисципліни, науки та техніки створення інтелектуальних машин, було офіційно запроваджено під час Дартмутського семінару 1956 року, американським інформатиком Джоном Маккарті [19, с. 84].

Сьогодні важко уявити світ без використання штучного інтелекту. Він використовується при програмуванні побутової техніки, автонавігації та інших аспектах робототехніки. Розважальна індустрія вже давно задіє штучний інтелект у тих же іграх, при створенні ілюзії життя у комп'ютерного супротивника. Штучний інтелект має великий потенціал у наукових дослідженнях, аналізуючи складні набори даних: геномні дані, кліматичні дані, астрономічні дані та інші. Застосування штучного інтелекту поширюються в найрізноманітніших галузях від охорони здоров'я, фінансів, виробництва, роздрібною торгівлі та інших. Також, сам собою він є унікальним інструментом, здатним до навчання. Тобто він є важливим механізмом, що активно розвивається. Отже, повністю відмовлятися від нового інструменту — безглуздо. Навіть якщо окремих індивід окреслить для себе чіткі межі у використанні штучного інтелекту, сам механізм нікуди не зникне. Тим паче, що технологія призводить до позитивних змін в багатьох галузях. Однак, технології слід розглядати як інструмент для розширення можливостей, а не як повну заміну людей на їх робочих місцях.

Генеративний штучний інтелект є типом штучного інтелекту, який може створювати новий контент, зокрема текст, зображення, відео та музику, використовуючи породжувальні моделі. Породжуваними називають моделі для створення випадковим чином значень даних, наданих користувачем внаслідок використання послуги, зазвичай для певних заданих заздалегідь параметрів.

Генеративний штучний інтелект як концепція та комерціалізовані приклади його використання — відрізняються.

Хоча ми не можемо заперечувати корисності штучного інтелекту в сучасних умовах, важливо пам'ятати, що його слід вивчати, як і будь-який інший робочий інструмент. Фундаментальна відмінність між людиною та штучним інтелектом, різниця в їх знаннях справді важлива, тому що навіть якщо штучний інтелект може досягти успіху, подібного до людського, у вузьких сферах застосування, це не означає, що він генерує помилки, подібні до людських. А отже, деяких запитань чи проблем розв'язання задачі, а отже окремої змінної, може просто не існувати.

Людський мозок здатен швидко адаптуватися психічно та фізично до хаотичного середовища, в результаті спроби уникнути вимирання. Його ж недоліком буде схильність надмірно спрощувати інформацію заради ефективності, а також низький рівень багатозадачності.

Машина ж може обробляти мільйони операцій за секунду, аналізуючи більше даних, ніж людина побачить за все життя. Вона ідеально переносить отримані знання та зберігає їх практично назавжди. Але вона може лише спробувати імітувати людську діяльність, абстрагуючи узагальнену поведінку за допомогою нейромереж. Також, коли завдання занадто складне, апаратне забезпечення обмежить здатність знаходити рішення. Для вивчення штучного інтелекту знадобиться набагато більше даних, а можуть бути недоступними, неетично отриманими або не завершеними. Питання неетично отриманих даних особливо гостро постає у художніх сферах при використанні генеративного штучного інтелекту, що користується ресурсом, ігноруючи авторське право. А також, проблема енергетичних ресурсів при тому ж навчанні.

«Прогнозується, що світове виробництво електроенергії для постачання центрів обробки даних зросте з 460 ТВт-год у 2024 році до понад 1000 ТВт-год у 2030 році та 1300 ТВт-год у 2035 році за базовим сценарієм. Протягом наступних п'яти років відновлювані джерела енергії задовольнятимуть майже половину додаткового попиту, далі йтимуть природний газ та вугілля, а ядерна

енергетика почне відігравати дедалі важливішу роль ближче до кінця цього десятиліття та пізніше» — зазначається у офіційному звіті Міжнародного енергетичного агентства, опублікованому на момент квітня 2025 року [20].

В результаті, люди, що зазвичай керуються сильною внутрішньою мотивацією у вигляді емоцій, намірів та моралі, тепер мають змогу ефективно застосовувати отримані знання, широко використовуючи сучасний штучний інтелект як інструмент, що має багато інформаційного ресурсу. Прикладом гуманного використання штучного інтелекту може слугувати зрозуміле машинне навчання. Це штучний інтелект, в якому результати рішення можуть бути зрозумілі людині. Наприклад, він використовується для виявлення та лікування раку.

Повертаючись до генеративного штучного інтелекту та прикладів комерційного його використання, проблему, яку ми зазначали раніше.

Відповідно до Політики та Умов щодо контенту багатьох сайтів з генерації зображень, серед яких DALL·E, Midjourney, ChatGPT, Gemini AI — користувач є власником зображень, створених за допомогою цих інструментів, включаючи право на передрук, продаж та мерчандайзинг – незалежно від того, чи було зображення створено за допомогою безкоштовної чи платної підписки на сервіс. Але як зазначається на тих самих сайтах, інструмент не гарантує відсутності авторських прав на зображення. Чому це важливо?

«Похідний твір – твір, що є результатом творчої переробки іншого твору без завдання шкоди його охороні. Це може бути анотація, адаптація, аранжування, кавер-версія та будь-які інші нові ідеї, що виникають на основі наявної творчості», — зазначається у статті Закону України «Про авторське право і суміжні права» [21]. Як ми вже зазначили раніше, штучний інтелект неспроможний на створення нового — він, як інструмент, лише комбінує частини даних, заздалегідь завантажених у його основу. Тобто більшість контенту, створеного генеративним штучним інтелектом, можна вважати адаптацією або похідним твором. Створення похідних творів має законне право робити лише оригінальний власник авторських прав. Отже, з юридичної точки

зору, похідні твори не можуть бути опубліковані без явного дозволу власника авторських прав.

До того ж, посилаючись на низьку ймовірність того, що джерела отримання візуальної інформації були отримані етичним шляхом, а робота художників гідно оплачена, авторка диплома в практичній частині виконання завдання, вже аргументовано відмовлюся від інструменту генеративного штучного інтелекту.

Таким чином, у нашому випадку було доведено відмову від використання генеративного штучного інтелекту у процесі створення. Хоча б тому, що сама концепція вдумливого прописування історії категорично суперечить її генерації за автора. Однак усе вищесказане є виключно суб'єктивною думкою через встановлену суспільством систему цінностей через вартість. Проте, варто також розглянути як генеративний штучний інтелект вплинув на віртуальне оточення, щоб повністю оцінити його вплив на користувача.

1.4 Критичне мислення як маяк віртуального простору та міст до реального

Одна із складних когнітивних функцій, наразі непідвладних штучному інтелекту, але вкрай важливих у повсякденному житті кожної людини, – критичне мислення. Критичним мисленням називають мислення, суть якого полягає в ухваленні ретельно обміркованих та незалежних рішень [22, с. 134]. Але варто відзначити, що на даному етапі розвитку штучного інтелекту машину все ж таки можна натренувати шляхом адаптації програмного навчання під ілюзію моральних рішень. Але повернемося до теми критичного мислення.

Механічно спроектований шлях вирішення завдань штучного інтелекту виключає можливість використання особистого суб'єктивного досвіду окремого індивіда. Таким чином, не припускаючи помилок, властивих людині, машина не може дійти до нових висновків та альтернатив вирішенням існуючих проблем. Вона здатна лише на репетитивне використання заздалегідь створених і завантажених у загальну базу даних, покрокових інструкцій. А відповідно, вона

не має навички створення як результату розумової діяльності. На момент 2025 року результат роботи загальнодоступними програмами роботи з генеративним ШІ без додаткового зовнішнього людського втручання може лише частково створити продукт для споживання в поточній бізнес-моделі ринку. Результати подібної генерації все ще вимагають коригування з боку окремих індивідів, щоб досягти того ідеального результату, якого прагне індустрія з моменту появи цього інструменту.

Однак, генеративний штучний інтелект продовжує активно використовуватися без додаткового регулювання з боку навчених фахівців. Це, у свою чергу, призводить до появи неякісних продуктів та дезінформації. Це впливає на всіх користувачів Інтернету.

«Пошукова система — це служба, яка здійснює пошук документів за певними ключовими словами та повертає список документів, у яких ці ключові слова були знайдені», — надає визначення поняттю Енциклопедія інформаційних систем у 2003 році [23, с. 25]. З плином часу і розвитком мережі як одного з основних засобів комунікації якість її послуг погіршується. Цю тенденцію можна прослідкувати навіть на прикладі однієї Google search як найбільш використовуваної донині з систем пошуку.

Поступова рекламна інтеграція продукції як окрема сторінка, що згодом переросла у появу спонсорованих оголошень на головних сторінках, а на сьогоднішній день навіть займає окремі блоки результатів пошуку. Більшість зображень на верхніх шпальтах окремого пошукового блоку займають результати генеративного штучного інтелекту. Можливо, як результат заповнення стоків зображень безкоштовними і юридично не захищеними зображеннями. Результатом слугує зниження комплексності та якості отримуваних знань через систему, навіть у порівнянні з результатами пошуку чатботів Великої мовної моделі — комп'ютерних програм, навчених на великій кількості тексту [24, с. 1200].

Однією з причин виникнення такої ненадійної системи отримання інформації, може бути закритість і недоступність академічних знань. Навіть у

процесі написання даної роботи більша частина інформаційних ресурсів була прихована за додатковою платою, академічним доступом або фізичним обмеженням місцезнаходження (серед яких може бути існування інформації виключно на друкованих сторінках, що вже рідкість, але іноді все ж таки трапляється).

Критичне мислення дозволяє ставити інформацію під сумнів шляхом вибору ретельно обміркованих та незалежних рішень. Його розвиток дозволяє людині самостійно знаходити, критично аналізувати та засвоювати отриману інформацію, періодично переглядаючи особисті цінності та моралі. Це ускладнює можливість цією людиною скористатися. Це життєво необхідна навичка, що дозволяє орієнтуватися в потоці неправдивої інформації, особливо з активним розвитком соціальних мереж після всесвітньої пандемії. На мою думку, суспільству необхідно навчитися сприяти і заохочувати внутрішньо вмотивований розвиток критичного мислення для кожного окремого індивіда. Але як цього досягти?

Це питання вже якийсь час розглядалося в академічних колах, у результаті пропонуючи корегування педагогічної моделі процесу навчання шляхом переліку різних притаманних їй інноваційних рішень, серед яких розвиток когнітивних функцій, до чого можна віднести і критичне мислення [25]. Також у власній тезі було запропоновано запровадити тему або навіть окрему дисципліну критичного мислення, яка могла б ознайомити і допомогти студенту прив'язати результат своєї діяльності у сфері мистецтва до академії, себе і соціуму.

Але не всі мають доступ до академічних закладів. У такому разі, якщо академічна модель не встигає чи не може задовольнити потребу у наданні надійних джерел інформації, громадськістю вона перестає пріоретизуватися як головне джерело інформації. А коли інституція влади, обрана суспільством, перестає бути надійним джерелом, це призводить до втрати довіри до цього суспільства та пріоритету індивіда до власних висновків як єдиних правильних.

Самостійний пошук інформації призводить до використання найбільш поширених та загальнодоступних джерел у сучасному світі – мережі інтернет. Як було зазначено раніше, пошукові рушії дають більше простору торгово-посередницькій діяльності та проплаченому контенту зі слабкою фільтрацією. Кількість затребуваної інформації, що поглинається та створюється, іншими словами, — контенту, нормалізованого суспільством як спроба конкурувати з машинами, збільшується. У результаті чого якість цієї самої інформації, що часто зроблено генеративним штучним інтелектом без належної регуляції спеціалістів, разюче падає. Це призводить до знання предмета виключно на поверхневому рівні. І якщо в таких сферах, як інженерія або хімія, недолік знань може призвести до летального кінця, через що цінність подібного контенту вкрай знижується, то як справа з мистецтвом?

У такому контенті було б доречним використання терміну медіаобізнаність або медіаграмотність. Однак, незважаючи на його широке використання, особливо в англomовному академічному просторі, інтерпретація відрізняється і знайти одне конкретне визначення доволі складно.

«Як показало це дослідження, медіаграмотність розглядається як сукупність багатьох навичок, включаючи здатність читати, оцінювати, аналізувати, уявляти можливості, деконструювати повідомлення, розпізнавати закономірності, оскаржувати значення, оцінювати достовірність, розшифровувати намір відправника, контраргументувати, шукати правду, уникати впливу та створювати повідомлення, і це лише деякі з них», — надає визначення поняттю медіаграмотності один із професорів Каліфорнійського університету в Санта-Барбарі, Джеймс В. Поттер, у статті «Аналіз визначень медіаграмотності», опублікованої у 2022 році [26, с. 41]. Таким чином, цей термін настільки ж складний і вагомий, як і критичне мислення. До того ж, ним можна апелювати не тільки з точки зору обмеженого простору абстрактного мислення окремого індивіда, а й симбіозу цього мислення з віртуальною реальністю, яка більш простежується.

Важливість розвитку критичного мислення через підвищення рівня медіаграмотності споживача розглянуто. Однак, без розуміння логіки створення якісного, або «грамотного» контенту, автор не отримає потрібного результату. Відповідно, не лише споживання, а й створення може вести до розвитку мислення та появи медіаграмотності.

Хоч всю систему суспільства не можна перебудувати за короткий проміжок часу, а тим паче з нуля, треба пам'ятати, що індивід має право на комфортні умови для існування. А в даному випадку, для створення твору мистецтва. Іншими словами – митець може знизити собі поріг входу в творчій процес, що і без цього потребує великої кількості енергії. Таким чином, ми наголосили на важливості задіяння критичного мислення як когнітивної навички у процесі створення візуальної частини проєкту. Особливо інтерактивного ігрового процесу відеоігор. Тому оцінювати пріоритет у виконанні задач при створенні візуальних образів середовища можна не тільки з комерційної точки зору.

1.5 План, референс, концепт-арт

Малювання починається з митця. Митець не завжди має бути професіоналом, щоб мати можливість виразити себе. Тобто, мистецтво або технологія, якою створено це мистецтво, може і має бути доступним, щоб створити низький поріг входу як для професіонала, що давно не займався справою, так і для новачка, що уперше береться за проєкт. Для цього дослідження не буде використано генеративний штучний інтелект у процесі створення візуальної частини роботи. Це зроблено для фокусування на стимуляції творчого самовираження особистості. Але час все ще є важливим ресурсом. Як тоді скоротити сам процес створення?

Ідея полягає у перенесенні важкої фізичної праці до абстрактного розумового планування. Думати енерговитратно, але робити щось нескінченно величезну кількість разів, щоб все ще не досягти очікуваного результату, — ще

менш продуктивно. Задля досягнення поставленої мети було виведено такі шляхи виконання завдання:

- Створити план дій; оптимізувати його, використовуючи інструменти управління часом, та усунути відволікаючі фактори;
- Практикувати навички і оновлювати базові знання з малювання, навіть у процесі створення;
- Використовувати референси або підбірки референсів — прості зображення або фото, що візуалізують об'єкт, який митець хоче намалювати;
- Використовувати технології для підвищення ефективності, але намагатися повністю від них не залежати; вивчати оптимальні шляхи їх використання, наприклад певні комбінації клавіш;
- Окремо варто зазначити, що слід комунікувати з оточенням, суспільством, якому митець буде пропонувати власний продукт, чи командою, разом з якою відбувається цей самий творчий процес. Бо саме це дозволяє формувати думку поза межами своєї уяви, формувати потенційні можливості і зв'язки і відслідковувати актуальність власних ідей.
- І насамкінець, сфокусуватися на створенні концепт-артів, як проміжної ланки в комунікації — чи то між замовником і виконавцем, чи між формуванням думки і її переносом у фізичний простір.

Термін ‘концепт-арт’ використовувався ще в 1930-х роках анімаційною студією Уолта Діснея і зазначався на робочих анімаційних аркушах (рис 1). Концепт-арт можна охарактеризувати, як форму візуального мистецтва, що використовується для передачі ідеї у медіа, перш ніж вона буде втілена у кінцевий продукт, іншими словами, — в ролі схеми майбутнього візуального образу для змоги інтерпретації іншими навіть на ранніх етапах створення [27].

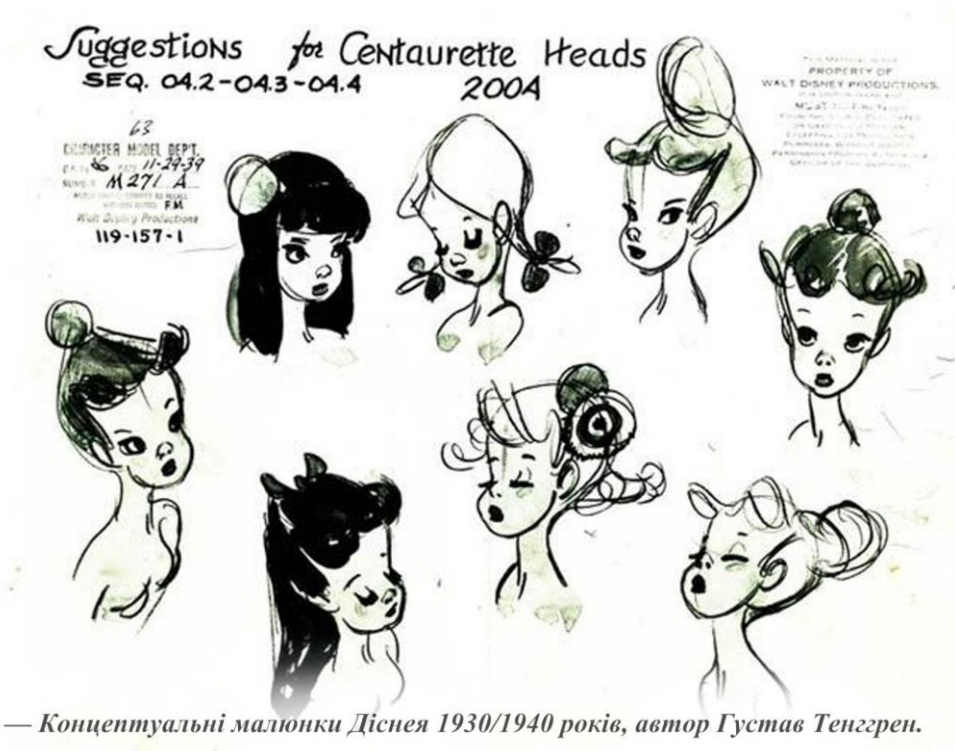


Рисунок 1 — Концептуальні малюнки Діснея 1930/1940 років, автор Густав Тенгрен.

Концепт-арти можуть зображувати не тільки персонажів, а й окремі об’єкти взаємодії, чи навіть ідею оточення. Фон — це зображення невербальної історії заднього плану. Якщо історія якісна, а кадр, з якого показано сцена, поставлений грамотно, є вірогідність, що глядачу стане цікавіше ознайомитися зі споживаним продуктом не тільки на поверхневому рівні, а й зробити власне дослідження. Автору же буде цікаво викликати цей інтерес. У процесі чого відбудеться додаткова ігрова взаємодія.

В результаті аналізу проблем ринку і мистецтва, їх взаємодії, особливо на території України, перенасичення інформацією, регуляцією та оптимальними способами економії часу, ми поставили собі завдання створити візуальний образ середовища, щоб на його прикладі продемонструвати середовище як інструмент оповіді, особливо в інтерактивному середовищі відеігор. Робити ми це будемо

на прикладі розробки серії власних концепт-артів локації, їх взаємодії з персонажами, і використання фінального матеріалу в процесі абстрактного поширення проєкту.

РОЗДІЛ 2. ВІЗУАЛЬНЕ СЕРЕДОВИЩЕ ЯК СТРУКТУРНИЙ ЕЛЕМЕНТ ВІДЕОІГОР

2.1 Історія, оповідь, фон — світобудова у ролі невербального наративу

Мистецтво – це бажання, а бажання є сильною внутрішньою мотивацією. Воно дозволяє людині не просто зобразити думку, а й приховати її за допомогою знаків та образів, і саме в розгадці цих сенсів утворюється основна взаємодія між глядачем і автором твору. Мистецтво є невід’ємною і незамінною частиною людської культури і буття в цілому. Причини на його створення суто індивідуальні, а тому і результат очікувань від власного проєкту різняться. Тож необхідно враховувати це і інтерпретувати процес створення візуального середовища автором як персональний досвід, що не є єдиним способом вирішення завдання, але може слугувати досить гнучкою покроковою моделлю.

Щоб прогнозувати існування кінцевого продукту, будь то ціла гра, чи окреме зображення, необхідно заздалегідь розрахувати кількість витрат на його створення. Працюючи з ринком, як згадувалося раніше, існують часові рамки — актуальність і затребуваність. Коли ми говоримо про відеогру, чи то результат діяльності однієї людини чи групи людей, процес потребує структуризації. А у другому випадку ще й комунікації.

Процес створення різних форм мистецтва потребує витрат різної кількості часу. Таким чином, фахівець одного профілю, наприклад працюючий зі звуком, не може чекати до того моменту, поки аніматор відмалює всю послідовність кадрів. А нестикування різних форм медіа ведуть до дорогих виправлень, особливо на кінцевих етапах розробки.

Структура проєкту – план процесу роботи. Його створення є необхідністю для подальшого існування будь-якого продукту. На мою думку, план є пластичною структурою, яку можна адаптувати під власні комфортні умови. Навіть якщо рамки існуючих завдань призначені на конкретні дати, порядок створення або кількість завдань, що виконуються паралельно, — адаптується.

Для створення оптимального шляху вирішення завдань необхідно балансувати кількість часу на роботу та відпочинок у відповідності з особистими потребами. Тривала монотонна праця призводить до погіршення якості працездатності. Таким чином, запропонований автором план є одним із безлічі можливих шляхів вирішення існуючого завдання, до того ж сам по собі адаптований. Важливі фундаментальні основи малюнку не змінюватимуться незалежно від програмного забезпечення, що дозволяє не тільки підбирати як комфортну послідовність завдань і адаптуватися до часових рамок, а й дещо полегшує використання альтернативних програм і інструментів. Як було окреслено у попередній теоретичній частині постановлення задачі згідно з власним визначенням, гра як продукт існує, щоб розважити шляхом використання формату іммерсивної історії або оповіді (англ. storytelling).

«Ми визначаємо “імерсивну оповідь” як обмежений у часі, локальний досвід, який запрошує аудиторію до фрагментарної розповіді через різні медіа» — зазначається у статті «Аналіз визначень медіа грамотності», авторства Джеймса Поттера, 2024 року [28, с. 1]. Тобто імерсивна історія — це історія, розвиток і результат завершення якої частково контролюється виборами гравця, що дозволяє ще глибше заглибитися у віртуальний світ чи вигадану історію. Термін «історія» звідси і надалі буде використовуватися у значенні, суміжному «оповіданню».

Історія є набором фактів, існування яких важко піддати сумніву. Це констатація та перелік низки подій, що призвели до її подальшого розвитку. Якщо план є конструкцією, що дозволяє впорядкувати процес створення, то сюжет відіграє ту ж роль, але вже у творчому середовищі. Таким чином, він дозволяє скласти факти у певну послідовність проблем та подальше їх вирішення. Тобто, сюжет може існувати в рамках історії, але окрім цього, вона має мати середовище, персонажів та інше.

«Наратив» же можна описати як спосіб цю історію розповісти — задати потрібну інтонацію твору, приховати чи підкреслити важливі для просування сюжету деталі. Саме суб'єктивна інтерпретація наративу підкреслює

можливість обміну конфліктами світогляду, що у безпечному середовищі може перерости в можливість розвитку альтернативної точки зору або навіть критичного мислення.

Хороша історія дозволяє людині знайти власну інтерпретацію алегоричного змісту, даючи достатньо матеріалів, щоб сформувати логічну послідовність подій. Погана відрізняється тим, що автор, спираючись на надуману відсутність медіаграмотності і слабкий рівень розвитку критичного мислення у власного глядача, намагається уникнути будь-яких викликів і непорозумінь, надмірно пояснюючи історію, перенасичуючи її непотрібними елементами.

Проте, важливо щоб історія могла існувати без потреби суб'єкта до звернення до додаткових джерел інформації. Таким чином, грамотно сконструйована історія, дозволяє собі мати сховані елементи, вільні для інтерпретації глядачем, але повноцінно існувати без їх можливого розтлумачення.

Слід зазначити, що написання історії не обов'язково має лежати на плечах художника. У більшості випадків для цього буде сценарист або вже існуюче задалегідь оповідання, яке вимагає ілюстрації. Тим не менш, ознайомитися з першоджерелом необхідно з очевидних причин. Щоб спростити процес створення, поглибити власне розуміння завдань і полегшити комунікації з іншими учасниками команди.

Існує і варіант у якому написання та ілюстрація історії стає завданням



Рисунок 2 — а) «Маленький принц летить над планетою з горами та річкою», 1942 рік, автор Антуан де Сент-Екзюпері. Колекція Бібліотеки та музею Моргана. Фото: Грем С. Габер; б) Ілюстрація до «Мумі-країни Серед зими», 1957 рік, автор Туве Янссон. Фото: Національна галерея Фінляндії/Айнур Насреддін; Надано © Tove Jansson/Moomin Characters; в) Ілюстрація до сторінки 81 «Казки про кроликів Флосці», 1909 рік, автор Беатрікс Поттер; г) «Розмова зі Смогом», липень 1937 р, автор Дж. Р. Р. Толкін. Надано Tolkien Estate / © The Tolkien Estate Limited.

однієї людини. Наприклад, «Маленький принц» Антуана де Сент-Екзюпері, серія книг про мумі-тролів від Туве Янсон, Беатрікс Поттер з власними серіями книжок, серед яких «Казка про кролика Пітера», або навіть Джон Рональд Руел Толкін (рис 2).

Сюжет може статися в різних умовах. Він може підкреслити монотонне існування вигаданого світу, зображуване через репетитивні дії персонажів і їх оточення. Чи продемонструвати конфлікт, коли відбувається нова, незвична для місцевого порядку речей, подія. В історії відбувається певний «злам», або виникає неточність. У разі позначення особливості цієї події, важливо вказати на масштаб її впливу. При її відсутності, фокусуватися на підкресленні особливостей цього світу у нейтральних умовах. Це дозволить глядачеві самостійно проаналізувати ситуацію, в якій розгортається історія і зробити особисті висновки, що не будуть суперечити історії і навіть можуть зацікавити у більш прискіпливому ознайомленні. Щоб досягти цього, необхідно зрозуміти та вибудувати сталі закони існування місцевого світу: його правила, вплив їх зміни на майбутню історію, та загальне емоційне забарвлення.

Варто пам'ятати, що при створенні історії неможливо просто успадкувати сувору збірку правил і дійти єдиного «правильного» результату. Для безпосереднього вивчення навички письма необхідно звернутися до інших ремісників за пером: сценаристів, письменників та людей, що безпосередньо працюють у сфері вже якийсь період часу. Для поставленого дипломом завдання — писати історію не необхідно. Треба лише пам'ятати, що при створенні ілюстрації чи передачі думки за допомогою образу середовища, локації чи персонажа, необхідно збалансувати кількість інформації на вході та власної інтерпретації. Як цього досягти?

Як було зазначено раніше, історія тісно взаємопов'язана із наративом — створенням оточення для персонажа як способом подачі цієї історії. Адже вигаданий світ, як і персонажі, яких він оточує, повинен допомагати сюжету просунути, а історії розкритися. Обидва елементи сприяють просуванню сюжету внаслідок впливу одне на одного — рішення героя прямо чи

опосередковано змінює його оточення і навпаки. Це може породжувати конфлікт. Історії потрібна структура. Якщо існує конфлікт або результат чи процес, не властивий для навколишнього світу, або той, з яким герой досі не зустрічався, треба показати оточення у його звичному чи натуральному стані. Необхідно створити певний образ оточення, який містить список правил і обмежень, завдяки яким світ і працював до процесу розгортання подій в історії.

У цьому випадку світ відіграє роль «бульбашки» у якій перебувають персонажі — це не обов'язково має бути конкретне фізичне місце, а радше, їх оточення, що може обмежуватися як фізично замкнутим або відносно обмеженим простором, так і простягатися за межі сюжету, що оповідується. Важливо продемонструвати момент першої взаємодії і представити героя глядачеві. Перша поява персонажа на території цього простору та сторінках власної історії є вкрай важливою. Вона формує у глядача уявлення про цю історію та персонажа і може задати певне емоційне забарвлення подальшим подіям.

Все з переліченого раніше — невід'ємна частина будь-якої історії, незалежно від формату її подачі: кіно, гра, книга, комікс, музична композиція, театр або навіть окремий бренд. Суб'єкта необхідно ввести в контекст: дати проєкту чи історії хоча б один незмінний елемент, порівняно з яким у людини буде можливість оцінювати нові події, ті, які є нормою, або ж новою конфліктною подією. Це може бути як рішенням у самій історії, так і експериментом у технічній частині створення проєкту. Наприклад, стиль зйомки на повному метрі, чорно-біла ілюстрація для дитячої книги, дизайн логотипу та шрифту для основної сторінки бренду або механіка ігрового процесу.

Так само, як з історією, сюжетом і наративом, між визначеннями фон і образ візуального середовища є різниця. Фон, у значенні суміжному з тлом, має визначення зображення заднього плану у вигляді картини, малюнка, рельєфу, орнаменту, або основного кольору чи тону, на якому зроблено головний малюнок [29]. Він використовується як підкреслення чи для виразнішого виділення основного або може розповісти власну історію.

Візуальними образами можна описати результат здатності окремого індивіда створювати мислені відображення речей, людей і місць, які відсутні в полі його зору [30, с. 1367]. Ця здатність розвиває просторове мислення. Якщо поєднати це визначення, з поняттям середовища — характеристикою певних умов існування, в даному випадку оповіді, можна розглядати візуальні образи середовища як комплексну систему, яка існує поза історію і окремими сюжетними рішеннями. Тобто усе, що є фоном, є лише окремою частиною візуального образу середовища в оповіді, до якого ще додаються персонажі, локації і окремі об'єкти.

Наратив та образи візуального середовища співпрацюють, коли історія, явна чи неявна, розповідається через поєднання зображень та візуальних елементів для створення цілісного досвіду. Цю співпрацю можна побачити в різних формах, включаючи фотоесе, журналізм, маркетинг, дизайн середовища віртуальної реальності та навіть у навчанні. У поєднанні вони здатні розповідати історії, передавати повідомлення та викликати емоції.

У разі роботи з локаціями, найбільший пріоритет надається тим, у яких відбуваються важливі сюжетні події; в яких користувач проведе більшу частину ігрового часу; або в яких гравець буде залучений емоційно.

Таким чином, при демонстрації процесу створення візуального образу середовища як засобу оповіді з'явилася можливість обмежитись розбором однієї чи двох локацій. Завдяки цьому очікуваний результат отримав рамки не лише з точки зору плану, історії, менеджменту часу, а й з'явився сенс у демонстрації лише певної частини фінального продукту.

2.2 Логіка процесу створення візуального образу середовища як засобу оповіді

У процесі роботи над візуальним образом середовища саме для цього проєкту, ми будемо використовувати напрацювання з попередньої, бакалаврської, роботи. Як згадувалося раніше, умови вибору під час процесу створення проєкту — індивідуальні, а отже можуть відрізнятися.

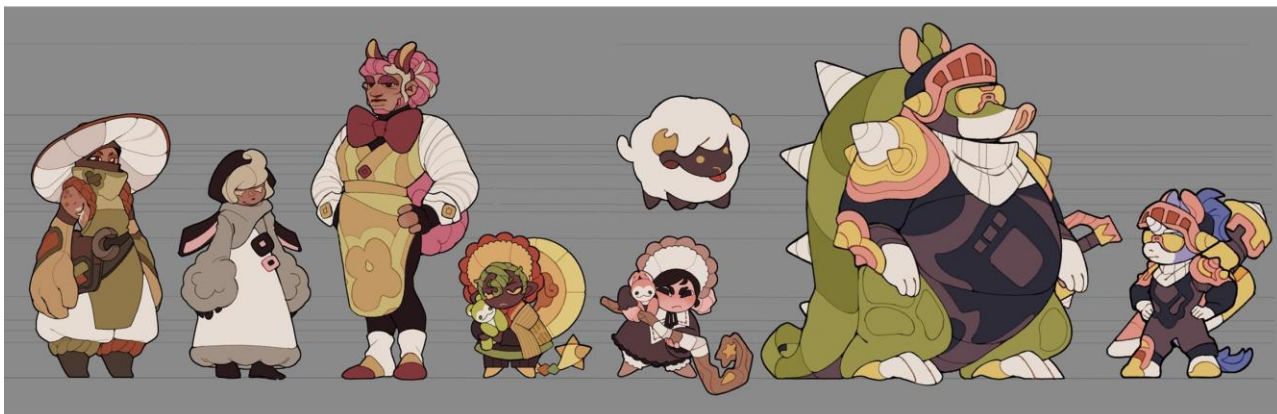


Рисунок 3 — Концептуальні малюнки сюжетно важливих персонажів гри. Зліва направо: головний герой (тесляр), власники таверни (двоє кролів), пастушки (двоє дівчат і їхня овечка) і головнокомандувачі в охороні при замку (броненосець та єдиноріг), бакалаврська робота, 2023 рік.

В результаті власної бакалаврської роботи автора, яка взята нами за основу, було розроблено кілька сюжетно важливих персонажів (рис 3). Зображення всіх розроблених персонажів у роботі за 2023 рік, можна переглянути в Додатку А.

Отже даний етап передбачає розробку чи ознайомлення з історією, тож далі нами буде здійснено коротке введення читача в ознайомлення з історією та сюжетом.

Головний герой — тесляр. На момент початку роботи над середовищем, його дизайн залишається незмінним, з моменту створення бакалаврської роботи (рис 4). Але у майбутньому, коли оточення цього персонажа буде побудоване детальніше, певні, хоч і незначні, елементи будуть обов'язково замінені. Бо не має потреби зупинятися на досягнутому результаті, якщо він суперечить або недостатньо розкриває вкладену в нього ідею. Проте, треба пам'ятати, що зайвий перфекціонізм також хворобливо впливатиме на весь процес, значно



Рисунок 4 — тесляр, головний герой історії, бакалаврська робота, 2023 рік.

сповільнюючи його.

Наш головний герой намагається знайти себе і своє місце у світі — проблема знайома багатьом і від цього легше пов'язана з гравцем. Робить він це шляхом мандрування у нові місця, аналізу умов проживання у них, виведення власних висновків і в результаті, приймаючи подальші рішення. Тобто наш головний герой вже близький до розуміння — має чіткий моральний компас; стискається з власними проблемами, вирішуючи їх унікальним способом; має певний набір навичок, що дозволяють йому просуватися далі по сюжету.

Багато ігор використовують нейтральних чи «порожніх» за характером персонажів, щоб гравець зміг стати на їх місце. Ми ж вважаємо, що у нашої моделі персонажа інша перспектива. Наш головний герой слугуватиме однією з майже незмінних умов у власній історії, таким чином направляючи гравця. Звичайно, свобода вибору гравця має зберігатися. Але досягти цього можна буде завдяки альтернативній постановці задачі. Наприклад: якщо персонаж не буде щось робити з принципу, він може зробити це випадково, або стати однією з багатьох причин цього результату. Це нам допоможе і відкрити свободу дій гравцеві, і направити його за потрібним нам сюжетом.

Якщо наш герой вже є заземленою і самостійною людиною, а сюжет все ще має відбутися, це означає, що основним двигуном сюжету має бути оточення.

Під час однієї з власних мандрівок тесляр заходить у місто, що дивно нагадує скляну новорічну кулю. Яскраві відблиски декоративного вітражу місцевих лавок, та ще й їх наповнення; одяг вартових, як на підбір і вічно усміхнені жителі — усе рясніє у маскарадї життя. Але сперте повітря та загальне невігластво створюють присмак ув'язнення за товстим шаром ілюзорного скла. Проте, не варто одразу занижувати очікування — розкіш візуального оздоблення місцевої архітектури і барвистість оточення сліпить і змушує забувати про, власне, усе. Однак за товстим шаром фарби нишком ховається цвіль. Вичікує. Будь-хто і не помітить, коли бажання покинути

безпечний купол згасне з останнім вдихом спертого, але трохи солодкуватого повітря. Ласкаво просимо до Іграшкового королівства!

Тесляр блукає на територію королівства абсолютно випадково. Він тут лише тимчасовий гість. Ні, навіть не гість – просто мандрівник. Адже на гостя хтось має чекати. За збігом обставин, із мандрівника він перетворюється на ворога. Помилково, лише на децицю секунди. Але цього достатньо, щоб місцеві варти, побачивши в ньому загрозу, вступили в бій. Внаслідок такого несподіваного нападу, тесляр знаходить себе у вкрай неприємному становищі. Виявляється, навіть у Іграшковому королівстві є подоба нетрів. Сімейна реліквія, теслярські інструменти — втрачені, як і сам герой, грошей немає, та й зрозуміти, де він — вкрай важко. У такому стані тесляр доходить до місцевої Кролячої таверни, з якої і почнеться його довгий шлях. У процесі якого, головний герой зможе докладніше зрозуміти, за що з ним так вчинили, в якому стані знаходиться це загадкове місце та його мешканці, чи хоче наш герой усвідомлено змінювати місцеві порядки та як звідси втекти.

Тепер, коли з історією ознайомлено, навіть на поверхневому рівні, можна переходити до роботи із середовищем. Треба нагадати, що попередня інформація щодо сюжету була процесом введення у контекст нашої історії. У деяких випадках цей етап, як було зазначено раніше, не пишеться художником, а лише вчитується. Але, все ж таки, треба звертати увагу на важливі події, щоб мати змогу скоротити власну роботу над менш важливими елементами. У процесі розробки середовища навіть існує вірогідність, що автор зможе знайти сюжетні неточності, які буде легше вирішити, маючи невелику інструкцію вигаданого світу. Над цим ми і почнемо працювати.

Навіть на початку історії ми вже маємо певний перелік локацій, з яких можемо почати нашу роботу. Серед них вхід у місто, головний замок, нетрі і таверна. В останній проводиться більша частина ігрового часу: не сам сюжет чи виклики для гравця, а, скоріше, безпечний простір для перепочинку, можливої реалізації оновлення інвентаря і пошуку додаткових сторонніх задач. Таверна слугує «серцем» міста: вона поєднує в собі грацію вищих верств суспільства та

стійкість нижчих. Це місце є не просто тимчасовим притулком для багатьох, а й повноцінним домом. Саме тому, роботу було вирішено почати саме з неї.

Робота на цьому етапі може початися з двох різних шляхів підходу. Наша задача — уявити локацію. Одним людям треба починати зі створення дошки зображень референсів для формування ідеї, бо вони мають лише абстрактне уявлення про майбутній вигляд. Інші ж можуть вже на початку створення мати певне зображення фінального продукту у власній голові, а тому шукати референси для технічного виконання окремих елементів: текстури, матеріали, реакція світла на певні поверхні, постановка кадру та інше.

У нашому випадку ми комбінуємо обидва підходи, спочатку створюючи референс для ідеї, а потім для технічного її виконання. З бакалаврської роботи у нас лишився швидкий начерк ідеї зовнішнього вигляду Кролячої таверни (рис 5). З нього і почнемо. Зображення всіх розроблених начерків локацій у бакалаврській роботі автора за 2023 рік, можна переглянути в Додатку Б.



Рисунок 5 — Нарис зовнішнього вигляду Кролячої таверни, бакалаврська робота, 2023 рік.

Дизайн образів персонажів з власної бакалаврської роботи автора за 2023 рік

У нас є першоджерело: часткове уявлення про нього. В цілому, локація вже працює: вона пізнавана і візуально нагадує будівлю. Проте з огляду на нову отриману інформацію, ми вважаємо, що треба відкоригувати певні деталі. Через те, що таверна слугує домівкою для багатьох, а відповідно може вмістити більше людей, ми вирішили сфокусуватися на розмірі будівлі, намагаючись зберегти динаміку її форми.

Починаємо роботу з вибору вдалого ракурсу. У нас зображення двовимірного простору, тому, на відміну від тривимірних сцен, ми обмежені у постановці кадру. Ракурс, з якого видно вхідну зону та оригінальну форму будівлі, вирішено обрати у три чверті: з нього робимо замальовку старої ідеї. З нього робитимемо й оновлений варіант. Працюємо ми на звичайному папері простим олівцем, щоб наголосити на доступності нашого підходу. Адже основна робота полягає у розумовому процесі, під час якого візуалізація на папері — лише допоміжний інструмент. Після того, як ми зробили начерк форми старого варіанту зображення таверни, ми розумово переносимося на верхній ракурс. Це не обов'язковий процес, але через те, що локація, як і сам сюжет, досить складні, нам легше думати про неї як про існуючий архітектурний об'єкт чи споруду з конструктору. Подібна логіка найчастіше задіється під час створення локацій для тривимірних ігор. Логіка побудови з верхнього ракурсу пізніше переноситься на карту місцевості.

Далі процес індивідуальний: потрібно розставити предмети на локації. Тут немає єдиного списку правил. Ми розкреслили нашу карту на ділянки, розставляючи будинки як шахові фігури. Паралельно, як згадувалося раніше, розпочавши пошук зображень референсів для формування ідеї — старі європейські паби, заїжджі двори, рішення оформлення таверн в інших іграх. Після оформлення карти нашої локації ми переносимо нові правки на ракурс три чверті та отримуємо новий дизайн Кролячої таверни. За такою ж логікою створюємо інтер'єр, беручи до уваги зовнішнє оформлення.

У результаті пошуків і аналізу, ми маємо невеликий план дій у вигляді мапи майбутнього середовища таверни (рис 6). Він не дуже складний і

візуально не вражає, але основну функцію надання інформації виконує. До того ж, його створення відносно швидке, бо наразі немає потреби у доведенні зображення до фінального вигляду. Варто додати, що описаний вище процес можна спростити, замінити, або взагалі не використовувати.

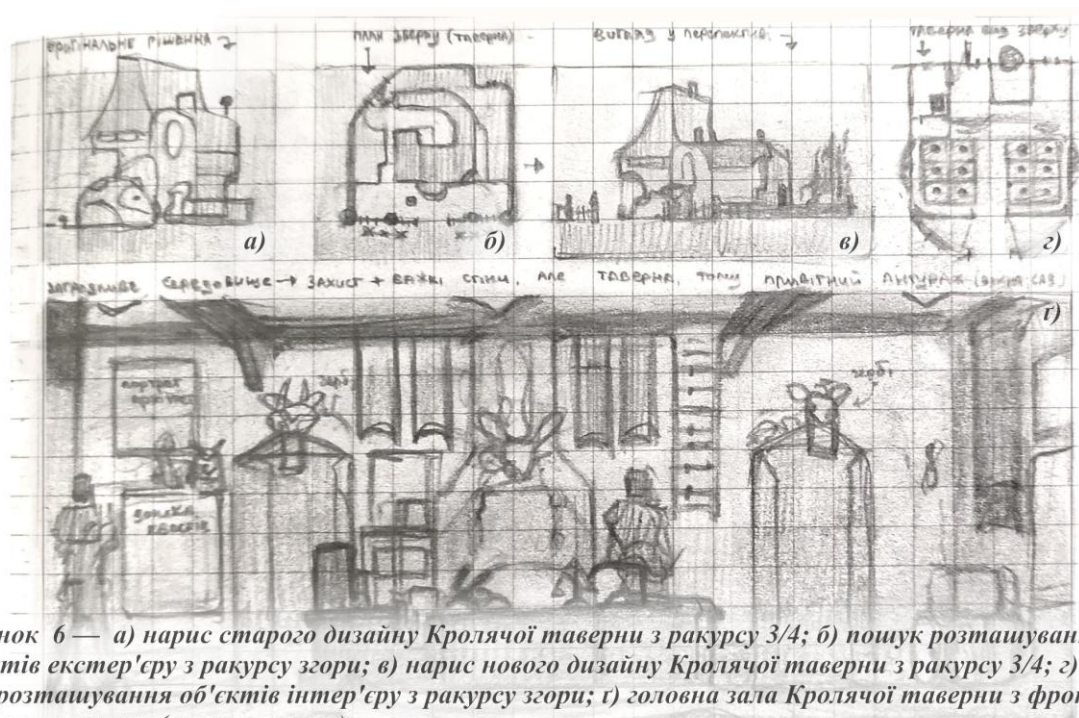


Рисунок 6 — а) нарис старого дизайну Кролячої таверни з ракурсу 3/4; б) пошук розташування об'єктів екстер'сру з ракурсу згори; в) нарис нового дизайну Кролячої таверни з ракурсу 3/4; г) пошук розташування об'єктів інтер'сру з ракурсу згори; г) головна зала Кролячої таверни з фронтального ракурсу (камера графіця).

Окрім особистих уподобань, він напряму залежить від складності проєкту. Зазвичай, під час розробки простіших середовищ процес може обмежуватися лише пошуком зображень референсів або одразу вималювання зображення без попередньої підготовки. Покрокове планування часто використовують при створенні мистецтва у складному просторі: наприклад, інтерактивне ігрове середовище, створення тривимірної моделі, ліпка скульптури та інше. Тобто, зазвичай, спочатку створюють начерк або ескіз. Таке можна використовувати навіть при створенні складного двовимірного малюнку.

Після оформлення ідеї відбувається її реалізація. Так виглядає перенос правок на новий дизайн Кролячої таверни у проміжному результаті (рис 7).

Він все ще досить простий — на малюнку використано лише лінії та один тон, для нарису силуету будівлі. Зважаючи на те, що нашим пріоритетом все ж буде взаємодія середовища з персонажами, ми сфокусуємося на інтер'єрі. З зовнішнього боку будівлі, розмір персонажів, у співвідношенні із загальними

масштабами локації, буде неспівмірним — персонажі перетворяться на нерозрізні маленькі плями.

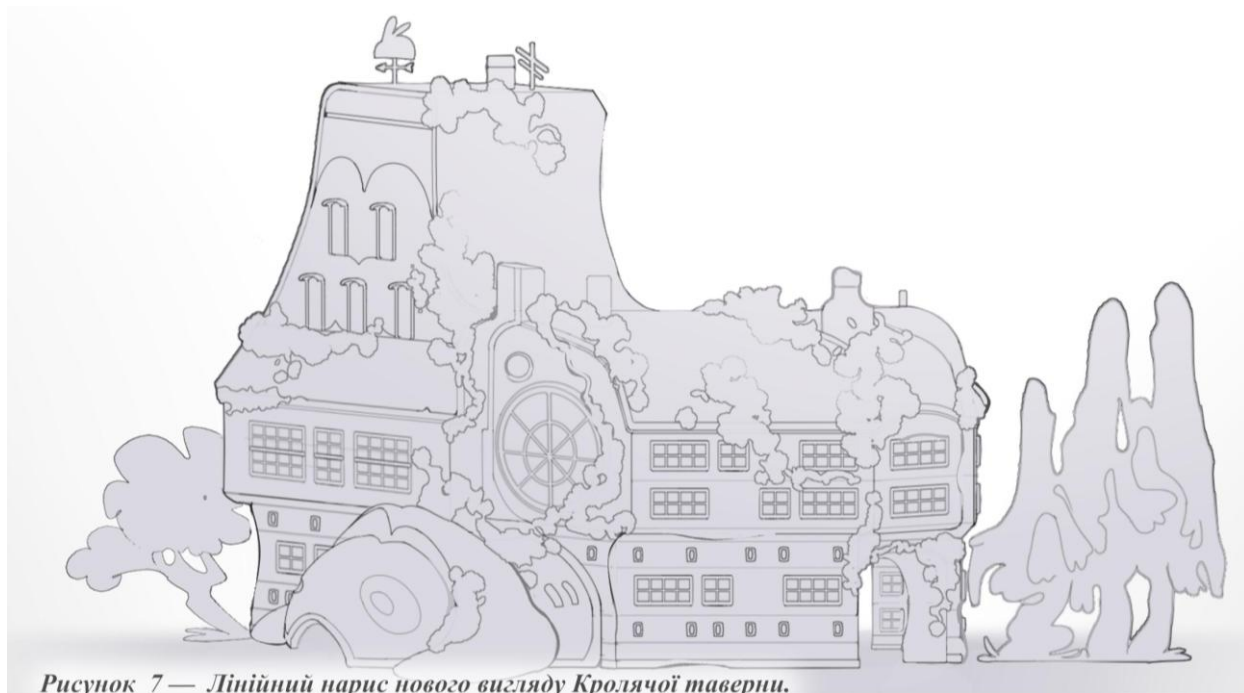


Рисунок 7 — Лінійний нарис нового вигляду Кролячої таверни.

Однак, якщо в майбутньому виникне потреба у використанні саме цього ескізу у самій грі, йому все ще можна знайти застосування. Наприклад, наблизити камеру до передньої ‘інтерактивної’ частини будівлі, обмеживши гравцю огляд і радіус взаємодії. Або розташувати будинок на карті або тлі таким чином, щоб, безпосередньо, ‘інтерактивної’ взаємодії з ним було менше, обмежуючись лише картинкою і парою діалогових опцій. Отже, навіть на прикладі можливостей використання одного лише начерку зовнішнього вигляду будівлі, можна сказати, що автор обмежується не стільки своєю уявою, скільки механіками гри. До того ж замість нейтрального сірого тону для підкладки під лінійний малюнок завжди можна використовувати колір, поєднання, градієнт або навіть повністю закінчити малюнок до фінального вигляду.

Ми продовжимо роботу над середовищем шляхом створенням лінійного малюнку інтер'єру таверни у комп'ютерній програмі. Цей етап можна пропустити, одразу надаючи малюнку кольору і фінального оформлення. Проте, лінійний варіант малюнку легше правити при майбутніх корегуваннях як при зміні кольорової палітри, так і при редагуванні самої форми об'єкту. Також, не

варто обмежуватись одним окремим програмним забезпеченням. Ті ж лінії все ще можна зробити на папері і пізніше відсканувати.

Таким чином, ми отримуємо лінійну версію нашого малюнку (рис 8).

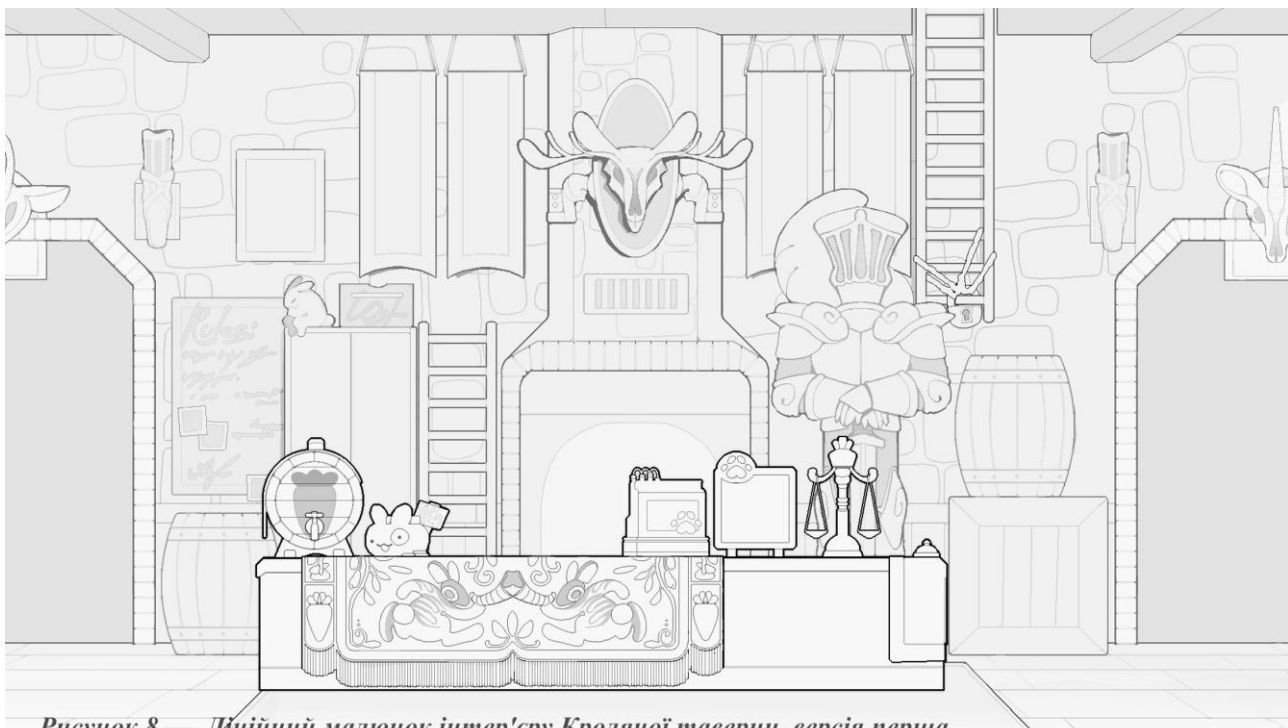


Рисунок 8 — Лінійний малюнок інтер'єру Кролячої таверни, версія перша.

У процесі створення цієї частини роботи необхідно пам'ятати про формат зображення. Найбільший масштаб розміру екрану — 4096×2160 пікселів. Full HD (повна висока чіткість) – 1920×1080 пікселів. 1440р – 2560×1440 пікселів. У нашому випадку, це всього лише концепт і ідея фінального продукту, так що ми працюємо із зображенням розміру 1920×1080 пікселів. Однак, для фінального продукту, є сенс робити його набагато більше, щоб створити камері більше місця для руху кадру.

Також ми працюємо з кожним планом на окремому шарі (рис 9).

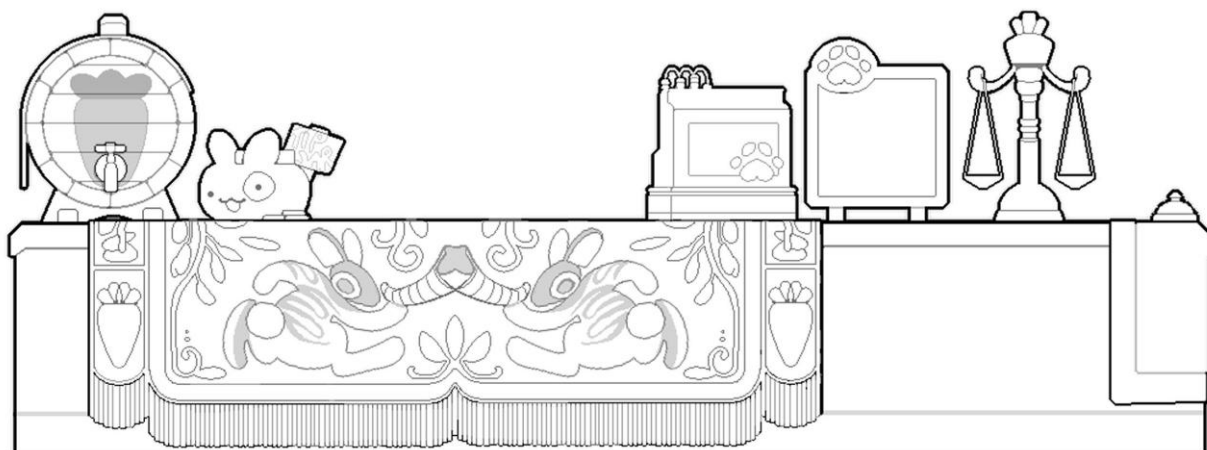


Рисунок 9 — Лінійний малюнок стійки ресепшену на окремому шарі.

Персонажі з'являться на малюнку пізніше. Це дозволяє полегшити майбутні виправлення усіх планів. До того ж, при подальшій роботі з камерою це дозволить додати більше динаміки кадру, рухаючи різні частини зображення таким чином, щоб це створювало відчуття присутності гравця в самій кімнаті.

Начебто лінії виглядають чисто. Вони практично не мають ваги і різниці в товщині, але це робиться через особливість стилізації, і для того, щоб мати можливість рухати джерело світла. Також у фінальній версії візуалу для гри з'явиться більше конкретних вимог, тож на ранніх етапах його можна тримати в простій формі.

Однак, якщо є бажання надати малюнку більш живий вигляд, слід додати деякі нерівності та надломи на поверхнях. Ми все ще намагаємося тримати наш лінійний малюнок максимально простим для майбутньої роботи з кольором, проте таким чином можна отримати цікавіший візуальний результат (рис 10).

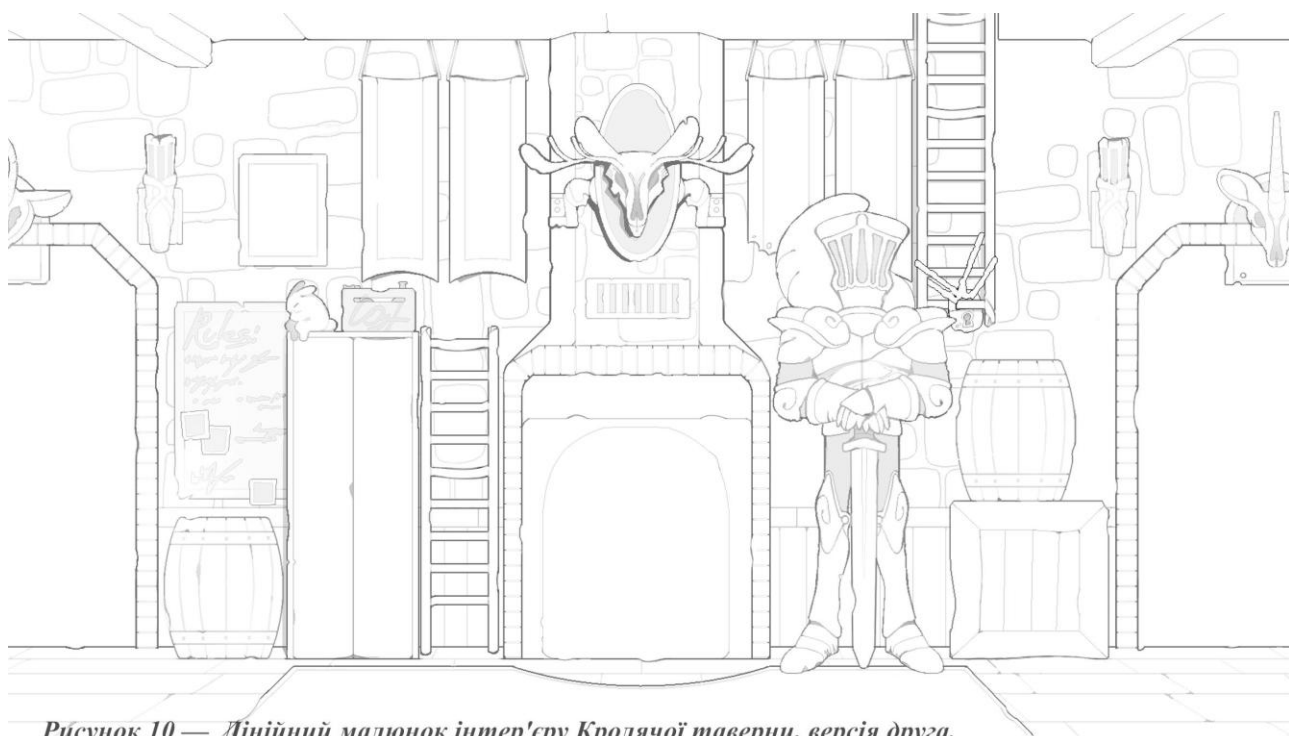


Рисунок 10 — Лінійний малюнок інтер'єру Кролячої таверни, версія друга.

Вже на цьому етапі проглядаються деякі важливі сюжетні елементи та особливості, притаманні виключно нашій локації — череп над камином, хоч і є відсиланням чи стереотипом до мисливського будинку, його форма прив'язана до головної теми Кролячої таверни. На стіні висить плакат зі зведенням правил,

що діють на території закладу, загадковий портрет когось дуже важливого біля коробки для знахідок і, чомусь, лише половина сходів.

Останні етапи процесу створення — колір і атмосфера. До другого можна віднести результат співпраці освітлення з наративом. Для підбору палітри нашої таверни нам потрібно буде врахувати вже існуючу палітру персонажів і наративну роль саме цього середовища, а ще оформити невелику дошку зображень референсів, щоб забезпечити стабільність у процесі роботи зі світлом.

При роботі з кольором також необхідно пам'ятати про тон, що може бути складно зробити одночасно. Якщо в роботі з персонажем нам достатньо зібрати гармонію кольорів в одному образі, то з оточенням дещо складніше — кожен його об'єкт має свою причину бути тут, іншими словами, свою історію. В результаті такого процесу мислення ми почали роботу зображення з тонової заливки (рис 11). Це дозволило нам не тільки виділити основне на картинці, а й побудувати в ній логіку — чим ближче об'єкт до інтерактивного простору гравця, тим світлішим, чіткішим і яскравішим він є.



Рисунок 11 — Тонове вирішення лінійного малюнку інтер'єру Кролячої таверни.

Після накладання колірної рішення на тонове ми отримуємо нейтральну заливку кольору фону (рис 12). Ми обрали зробити палітру суміжну до кольорів

персонажів — рожевою з коричневими тонами. Також окремі елементи з позолотою, як символіка розкоші. Хоча, напевне, це все ж просто шар позолоти.



Рисунок 12 — Базова нейтральна кольорова заливка інтер'єру Кролячої таверни.

Цей файл важливо зберегти окремо, щоб у майбутньому мати можливість легко змінювати освітлення у локації.

Після того, як ми підбрали комфортну кольорову гаму, що не суперечить і не виділяється на фоні наших персонажів, ми робимо кілька варіантів освітлення у головній залі Кролячої таверни. Таким чином, ми можемо обрати атмосферу для кожної окремої глави нашої гри.

Наприклад, освітлення таверни вдень (рис 13). Як можна помітити, воно все ще нейтральне, проте побільшало глибини, зображення при роботі з градієнтом. Також з'явилися окремі персонажі як на центральному місці зображення, так і на передньому плані. Силуети персонажів на передньому плані існують для створення кінематографічності в кадрі, як і невеликі засвіти або порошинки в повітрі. Ці малі деталі не працюють на візуальний наратив, окрім як привертати увагу до зображення. Хоча, кількість істот на передньому плані може підкреслити популярність закладу, проте, все ж їх існування — декоративна задача.

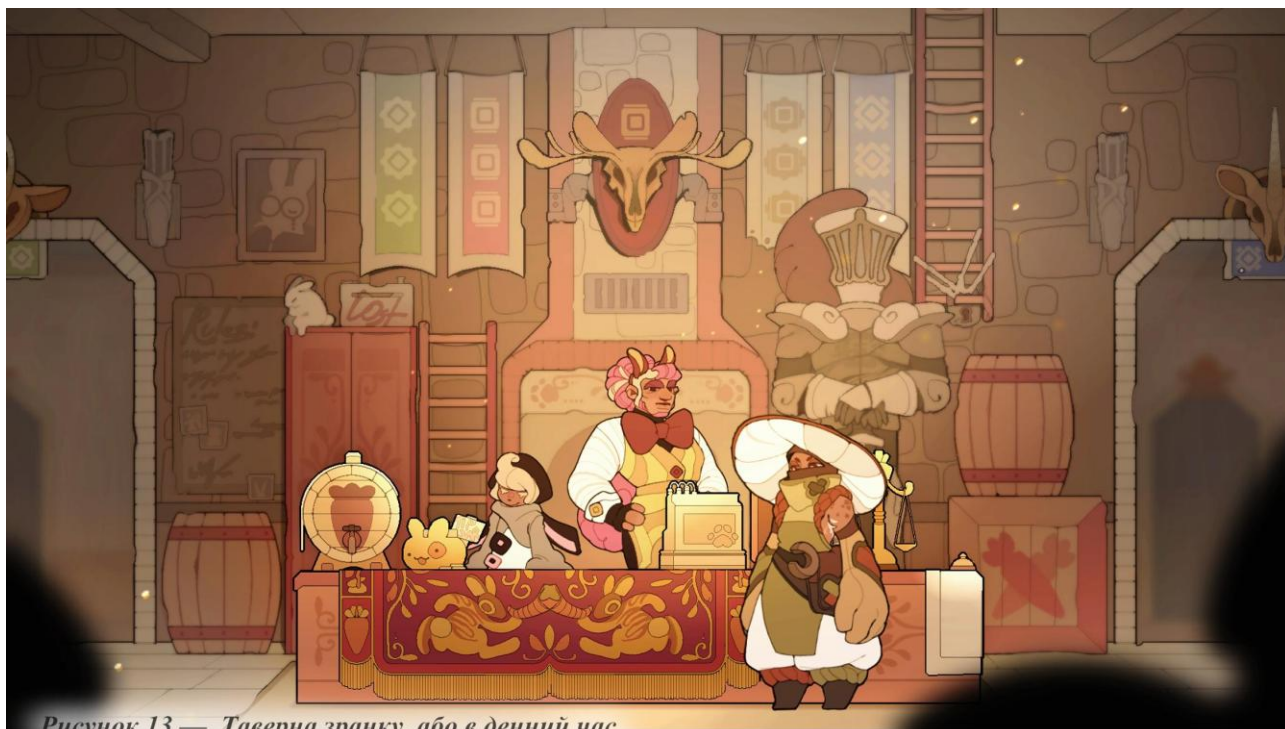


Рисунок 13 — Таверна зранку, або в денний час.

Вечірня локація дозволяє нам побачити зміну в атмосфері візуального нарративу (рис 14). Персонажі, також, змінили власні позиції як на передньому, так і на центральному плані, щоб зробити ілюзію на те, що вигаданий світ існує і без участі гравця. Змінилася і палітра кольорів — все стало тепліше і більш насичене, ніби дозволяючи важкому дню завершитися і лінивому вечору повільно опуститися на віконні стулки.

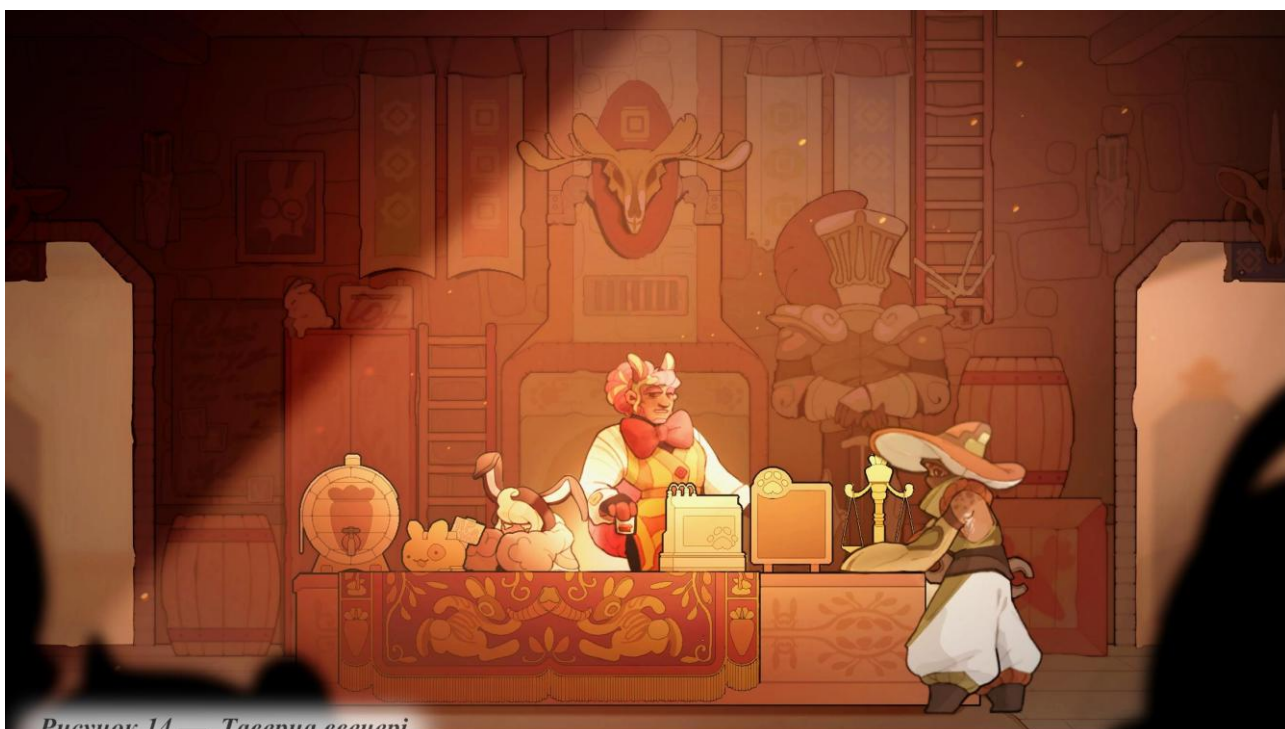


Рисунок 14 — Таверна ввечері.

Якщо брати складніший варіант палітри, то краще вибрати пізні години, коли таверна ще працює (рис 15). Тут одночасно у гармонії співіснує холодне та тепле освітлення, від місяця і полум'я відповідно, дозволяючи грати на контрасті планів. Цей варіант трохи драматичний. Безумовно, серед усіх, він найбільше привертає увагу. Але через цей самий контраст і театральність, частина окремих візуальних елементів губиться на фоні, або у тінях.

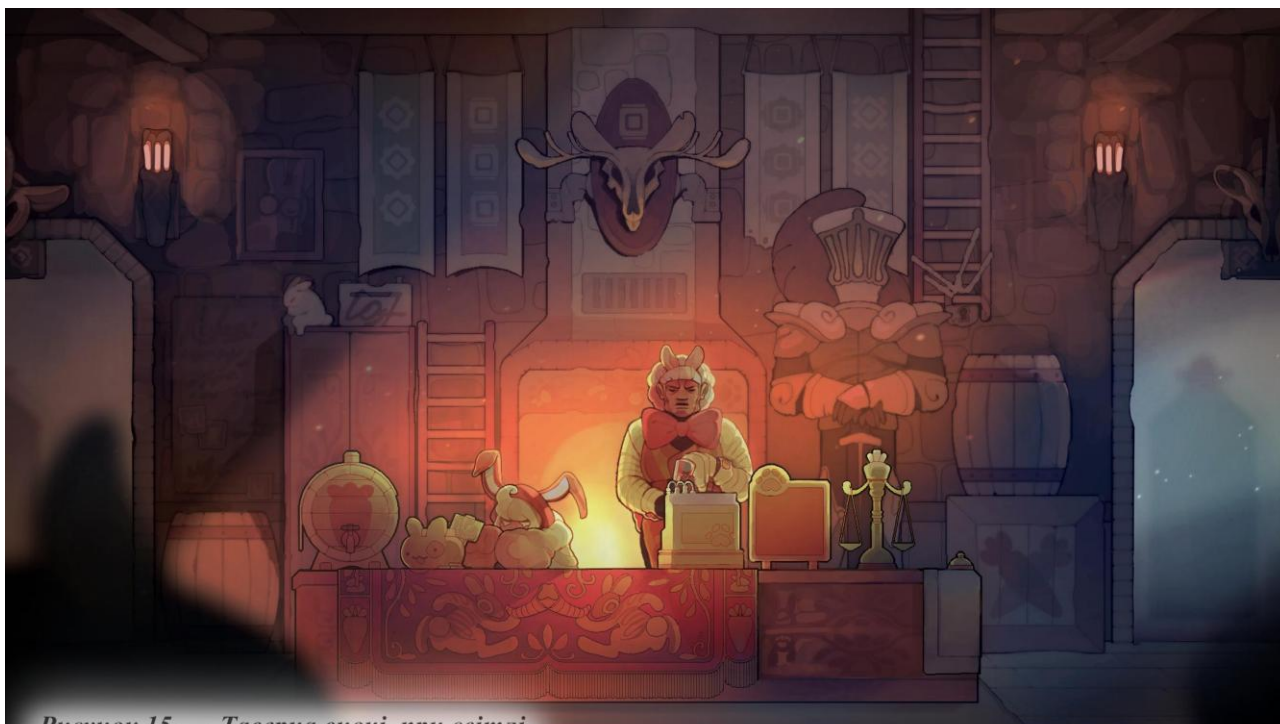


Рисунок 15 — Таверна вночі, при світлі.

Локація у нічний час у грі може і не знадобитися (рис 16). Однак, вона показує те, як локація існує навіть без прямої взаємодії, не тільки з гравцем, а і з



Рисунок 16 — Таверна вночі, без світла.

персонажами. Вона може розповісти свою історію самостійно, як було зазначено в описах предметів раніше. Наприклад, за допомогою освітлення, ми додали додаткову інформацію — знак на розбитих грудях обладунку має підозріле свічення, що нагадує формою один із знаків на гобеленах і, судячи з усього, над сходами щось є.

Варто зазначити, що у менших проєктах достатньо буде зробити один варіант освітлення. У результаті ми побудували візуальний образ середовища інтер'єру Кролячої таверни. Окремі елементи та деталі на картинці можуть бути використані як засіб невербальної оповіді: що за гобелени, чия це зброя, чому драбина розпилена на двоє, а таблички прикручені до столу та інші. Це може привернути увагу гравця, натякнувши на додаткову історію.

Тему візуальних образів можна розкрити навіть глибше. Наприклад, візьмемо скарбничку з монетками. Вона стоїть поодаль від усіх предметів, наче нічим не захищена. У когось, гравця чи просто ігрового персонажа, може виникнути бажання смикнути за неї. Треба нагадати, що таверна знаходиться на межі між нетрями та містом, тому рівень крадіжок досить високий.

І ось хтось хапає цю скарбничку, смикає на себе і виявляє, що вона на важкому металевому ланцюгу. Ніяк не рухається з місця. А спляча власниця таверни вже викликає гостя за його зухвальне рішення. Таким чином, ми отримуємо епізод події з інтерактивним фоном (рис 17).



Рисунок 17 — Приклад інтерактивної події у вигляді крадіжки скарбнички.

Повертаючись до формату зображення — якщо попередні були розраховані на екран комп'ютера, то це зображення зроблено за іншим принципом. Його можна порізати на зображення, як горизонтального формату (для екранів телевізорів), так і вертикальних (на телефон) (рис 18). Таким чином, його надалі можна використовувати, не тільки в одній сцені гри, а й для рекламних матеріалів і печатної продукції.

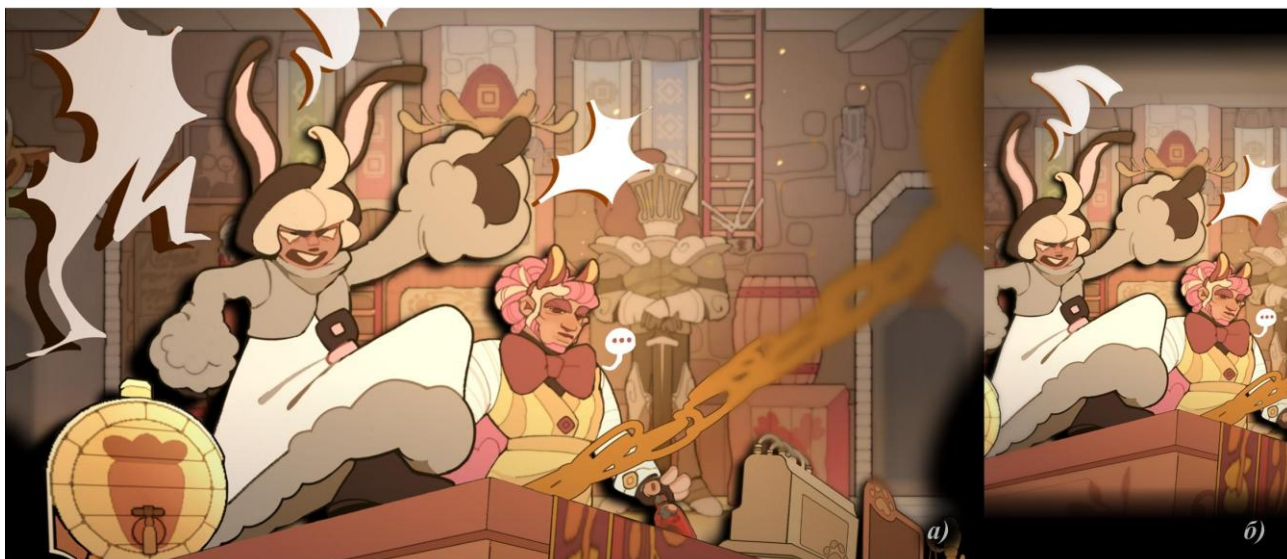


Рисунок 18 — а) Горизонтальний і б) Вертикальний варіанти зображення для різних приладів відтворення.

Варто нагадати, що до цього моменту було розглянуто створення інді ігри, тобто ігри без великого бюджету. Таким чином, його можна оновити, продаючи товарну продукцію, пов'язану з власною грою, що охоплює печатку листівок, плакатів, стендів, іграшок, фігурок та багато іншого.

Також треба згадати, що важливою частиною дизайну оточення будь-якої гри є розробка внутрішньоігрових іконок, завдяки яким з грою і можна буде взаємодіяти. Постановка нашого фону розроблена таким чином, щоб незалежно від кінцевого вигляду іконок і механік, вся важлива інформація залишалася по центру екрану, даючи можливість експериментувати з інтерфейсом.

У результаті практичної роботи було створено візуальний образ середовища Кролячої таверни: інтер'єр і екстер'єр. В майбутньому ці пошуки можна буде використовувати при створенні додаткового контенту, який, в свою чергу, перетвориться на частину рекламної компанії або навіть фізичної

продукції. Також у результаті аналізу було знайдено можливі сюжетні неточності, які виправлено під час роботи з фоном і тепер серію зображень можна використовувати як кінцевий продукт і як референс для подальшої роботи із експериментами формату історії: трьохвимірним простором, анімації чи коміксом.

ВИСНОВОК

Тема вивчення візуальних образів середовища як засобу оповіді (storytelling), є завжди актуальною, не тільки у колах мистецтва. Особливо після розширення впливу цифрових ресурсів на індивіда після пандемії коронавірусної хвороби 2019—2021 рр. Що, само собою, не є чимось поганим, а навіть навпаки – позитивно впливає на загальний прогрес і значно економить час. Однак без належних обмежень та грамотного менеджменту часу може призвести до соціальної ізоляції.

Мистецтво як інструмент самовираження може дозволити проаналізувати індивідуумом подібні схильності і вивести власні пріоритети. Візуальні образи середовища у відеоіграх, можна використовувати як інструмент самовираження на рівні з іншими витворами мистецтва, бо самі відеоігри є продуктом комплексної взаємодії комерції та окремих мистецьких рішень. При створенні мистецтва для складного конкретного продукту, наприклад відеоігри, дозволяє поставити собі певні часові рамки та, в окремих випадках, посприяти у взаємодії з іншими людьми у вигляді команди.

Однак, через відсутність механізму реалізації продукту креативних індустрій на території України, питанням культурного розвитку громада займається самостійно. Таким чином і виникають інді продукти. Але інді продукти не мають стабільного фінансування через особливості їх створення, тому роботу треба розділити таким чином, щоб не тільки вписатися у часові рамки, а й звести витрати до мінімуму. Заміна процесу цього конструювання генеративним штучним інтелектом без належної регуляції з боку людини може

привести до переповнення ринку продуктом низької якості. До того ж, ряд інших причин, у вигляді питань плагіату, законодавства і екологічного відбитку, аргументує відмову від його використання, принаймні саме у цій роботі.

Як альтернативу вирішення питання використання часу було запропоновано зміну фокусу від проведення окремих частин проєкту до їх фінального вигляду, до їх розробки лише до певного етапу концепт-арту. Це було зроблено, щоб надати авторові змогу редагування візуального образу середовища ще на ранніх стадіях розробки.

Також було підкреслено роль створення візуального образу у розвитку критичного мислення і підвищенні рівня медіаграмотності. І доведено, що вдумливо сконструйований образ середовища як засіб оповіді є критично важливим при створенні візуального ряду для незалежних ігор.

Аналіз виконано на основі наукових джерел, словників, навчальних підручників, законодавчих документів, публічних виступів і інтерв'ю та доступних електронних ресурсів.

У практичній частині дипломної роботи було отримано серію візуальних робіт, присвячених персонажам і їх середовищу. Прописано і охарактеризовано особливості покрокового процесу розробки і створення локацій розгортання сюжету в контексті оповіді візуального ряду. Це було виконано на прикладі створення однієї з локацій власного проєкту, доповнюючи тему бакалаврської роботи — художніх образів персонажів в незалежних іграх (indie games), використовуючи їх оточення.

Процес створення візуального образу середовища складався з низки етапів, що з точки зору на техніку виконання, майже не відрізнялися від створення будь якого іншого малюнку – нарис, тонове рішення, кольорове і завершення деталей. Проте, під час самого процесу виконання, було неодноразово доведено важливість інтелектуальної роботи під час підготовки до фінального етапу. Під час створення продукту, орієнтованого на підвищення рівня медіаграмотності, як автор так і споживач задіють власне критичне мислення, що дозволяє його, якщо не розвинути, то просто задіяти, створивши

форму ігрової інтеграції навіть поза самого ігрового процесу. Тож принцип процесу створення було розглянуто таким чином, щоб його можна було використовувати навіть для простіших проєктів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Nainis N, Paice JA, Ratner J, Wirth JH, Lai J, Shott S. Relieving symptoms in cancer: innovative use of art therapy. *J Pain Symptom Manage.* Лютий 2006; 31(2):162-9. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jpainsymman.2005.07.006> PMID: 16488349 (дата звернення: 09.05.2025).
2. Markus Giesler, Ela Veresiu, Creating the Responsible Consumer: Moralistic Governance Regimes and Consumer Subjectivity, *Журнал споживчих досліджень, Journal of Consumer Research*, Том 41, Випуск 3, 1 жовтня 2014, С. 840–857, DOI: <https://doi.org/10.1086/677842> (дата звернення: 10.05.2025).
3. Esposito Nicolas. A short and simple definition of what a videogame is. *Digital Games Research Association Conference*, том 3, 2005. [Електронний ресурс]. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/221217421_A_Short_and_Simple_Definition_of_What_a_Videogame_Is (дата звернення: 25.04.2025).
4. *Stardew Valley*. Офіційна веб-сторінка гри. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.stardewvalley.net/> (дата звернення: 15.04.2025).
5. *Undertale*. Офіційна веб-сторінка гри. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://undertale.com/> (дата звернення: 15.04.2025).
6. Paul Hekkert, Hendrik N.J. Schifferstein, *Introducing product experience*, Editor(s): Hendrik N.J. Schifferstein, Paul Hekkert // *Product Experience / Elsevier*. 2008. С. 1-8, ISBN 9780080450896, DOI: <https://doi.org/10.1016/B978-008045089-6.50003-4> (дата звернення: 01.05.2025).
7. Heather Chandler // *The Game Production Toolbox / CRC Press*. 24 квітня 2020. С. 320. ISBN 9781138341708.
8. Ursula K. Le Guin acceptance speech, *National Book Foundation's Medal for Distinguished Contribution to American Letters at the 65th National Book Awards*. 19 листопада 2014. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.ursulaklequin.com/nbf-medal> (дата звернення: 02.05.2025).

9. Мистецтво / Філософський енциклопедичний словник. Київ: Абрис. 2002. С. 380—381.

10. Стаття 42. Підприємництво як вид господарської діяльності // Господарський кодекс України від 16.01.2003 / Документ № 436-IV. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15#Text> (дата звернення 12.05.2025).

11. Sahalovich A. The problem of functioning of the art market. Конференція Grundlagen der modernen wissenschaftlichen forschung. Цюрих, Швейцарія. Травень 2024. DOI: <https://doi.org/10.36074/logos-24.05.2024.001> (дата звернення: 10.05.2025).

12. Channel 4. Офіційна веб-сторінка каналу. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.channel4.com/corporate/about-4/who-we-are/about-channel-4> (дата звернення 28.04.2025).

13. Про схвалення Стратегії розвитку культури в Україні на період до 2030 року та затвердження операційного плану заходів з її реалізації у 2025-2027 роках // Розпорядження кабінету міністрів України від 28.03.2025 / Документ № 293-2025-р. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/293-2025-%D1%80#Text> (дата звернення: 05.05.2025).

14. Kaya Oakes // Slanted and enchanted: The evolution of Indie culture / Holt Paperbacks. Нью Йорк, 2009. С. 256. ISBN 100805088520.

15. Kickstarter. Офіційна веб-сторінка компанії. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.kickstarter.com/> (дата звернення: 20.04.2025) {15}

16. Chhabra, N.K., and Chaturvedi, D.D. Use of Social Media in Arts Marketing: A Literature Review. Neha Kaur Chhabra. Journal of Visual and Performing Arts. 3(1), С. 559–565. 2022. DOI: <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v3.i1.2022.1746> (дата звернення: 06.05.2025).

17. Баранов О.А. // Ідентифікація робота з штучним інтелектом як суб'єкта права. Інтернет речей: проблеми правового регулювання та впровадження: матеріали наук.-практ. Конференція. / Київ. Вид-во

«Політехніка», 2018. С. 8–12. DOI: [https://doi.org/10.37750/2616-6798.2024.4\(51\).317919](https://doi.org/10.37750/2616-6798.2024.4(51).317919) (дата звернення: 10.05.2025).

18. Jung, C. G. Psychological Types. Collected Works of C. G. Jung. Vol. 6. Translated by Adler, Gerhard; Hull, R. F. C. Princeton University Press. 1971. ISBN 978-1-4008-5086-0.

19. Andresen S. L. John McCarthy: father of AI. IEEE Intelligent Systems. 2002. Том 17, № 5. С. 84–85. URL: <https://doi.org/10.1109/mis.2002.1039837> (дата звернення: 08.05.2025).

20. Energy supply for AI. IEA Analysis. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.iea.org/reports/energy-and-ai/energy-supply-for-ai#abstract> (дата звернення: 02.05.2025).

21. Про авторське право і суміжні права // Закон України від 15.11.2024 / Документ 2811-IX. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#n855> (дата звернення: 12.05.2025).

22. Надурак, Віталій. Критичне мислення: поняття та практика. Філософія освіти. Philosophy of Education. Т. 28, № 2. С. 129—147. 8 лютого 2023. Doi: <https://doi.org/10.31874/2309-1606-2022-28-2-7> (дата звернення: 10.05.2025).

23. Manish Agrawal, Chun-Jen Kuo, H.R. Rao, Kichan Nam, Electronic Commerce, Infrastructure for, Editor(s): Hossein Bidgoli. Encyclopedia of Information Systems. Elsevier, 2003, С. 29-46, ISBN 9780122272400, DOI: <https://doi.org/10.1016/B0-12-227240-4/00050-2>. (дата звернення: 10.05.2025).

24. A Future of Self-Directed Patient Internet Research: Large Language Model-Based Tools Versus Standard Search Engines / A. Rao та ін. Annals of Biomedical Engineering. 2025. DOI: <https://doi.org/10.1007/s10439-025-03701-6> (дата звернення: 08.05.2025).

25. Шейко, В. М. Організація та методика науково-дослідницької діяльності [Електронний ресурс] : підручник для студ. Вищ. Навч. Закл. / В. М. Шейко, Н. М. Кушнарєнко . — 6-те вид., переробл. і доп. — Київ : Знання, 2008 . — 311 с. — ISBN 978-966-346-463-3.

26. Potter, W. Analysis of definitions of media literacy. *Journal of Media Literacy Education*, 14(2), [27-43. 2002. DOI: <https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-2-3> (дата звернення: 04.05.2025).

27. Tyler James. Interviewer: Nadia Stefyn. What it's like to be a Concept Artist: An Interview with Jake Collinge. College of Digital Art and Animation. 2018. [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://www.cgspectrum.com/blog/what-it-is-like-to-be-a-professional-concept-artist> (дата звернення: 01.05.2025).

28 Polydorou, D. Immersive storytelling experiences: a design methodology. *Digital Creativity*, 35(4), С. 301–320. 2024. DOI: <https://doi.org/10.1080/14626268.2024.2389886> (дата звернення: 20.05.2025).

29. Гло // Великий тлумачний словник сучасної української мови (з дод. і допов.) / уклад. і гол. ред. В. Т. Бусел. — 5-те вид. — К. ; Ірпінь : Перун, 2005. — ISBN 966-569-013-2.

30. Nadine Dijkstra, Sander E. Bosch and Marcel A.J. van Gerven. Vividness of Visual Imagery Depends on the Neural Overlap with Perception in Visual Areas. *Journal of Neuroscience*, 1 лютого 2017, 37 (5) 1367-1373. DOI: <https://doi.org/10.1523/JNEUROSCI.3022-16.2016> (дата звернення: 07.05.2025).

ДОДАТКИ

Додаток А

Дизайн образів персонажів з власної бакалаврської роботи автора за 2023 рік



CREATING CHARACTERS ART CONCEPTION IN AN INDIE GAME

BATUREVYCH DINA



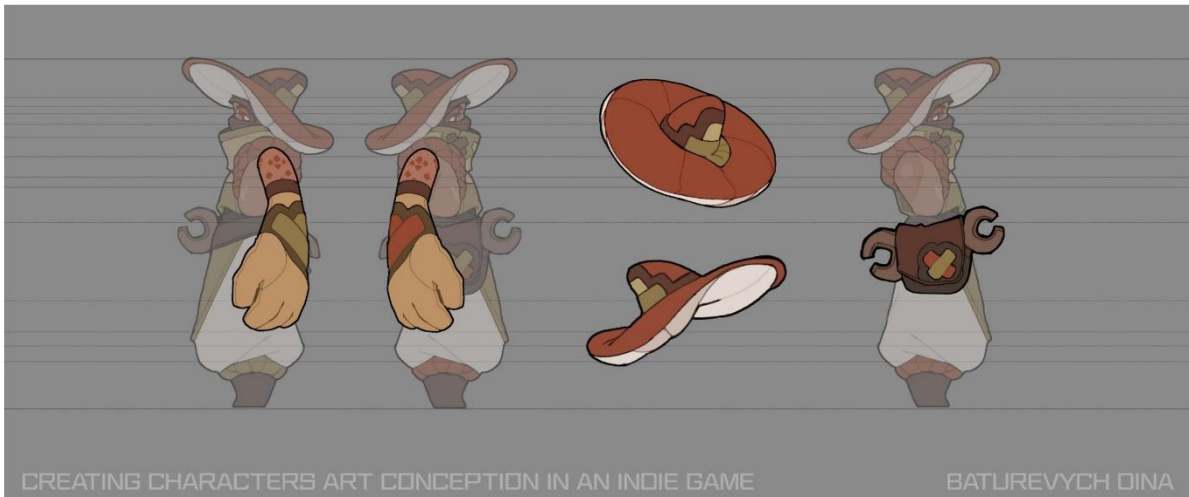
CREATING CHARACTERS ART CONCEPTION IN AN INDIE GAME

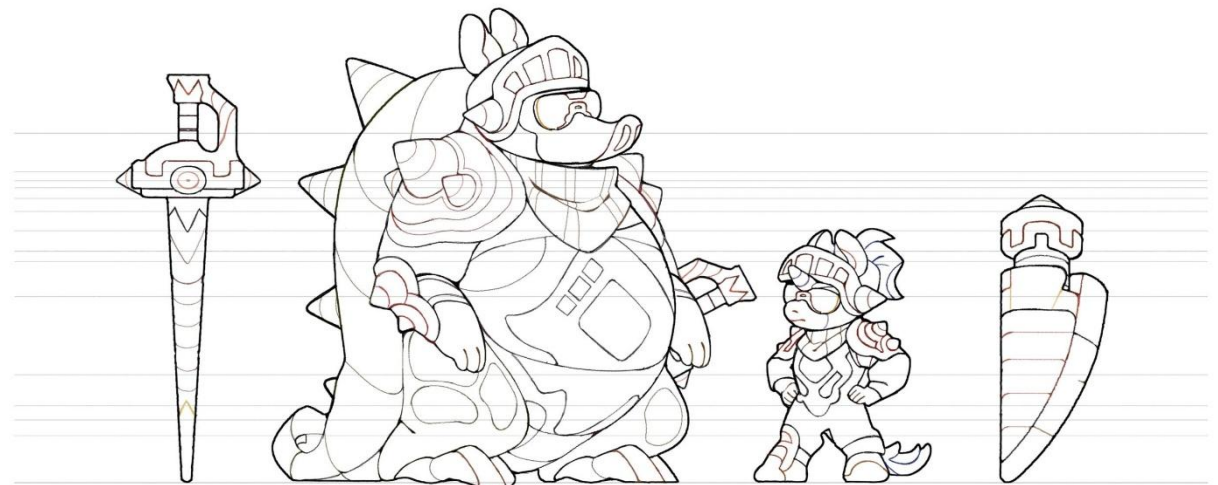
BATUREVYCH DINA



CREATING CHARACTERS ART CONCEPTION IN AN INDIE GAME

BATUREVYCH DINA









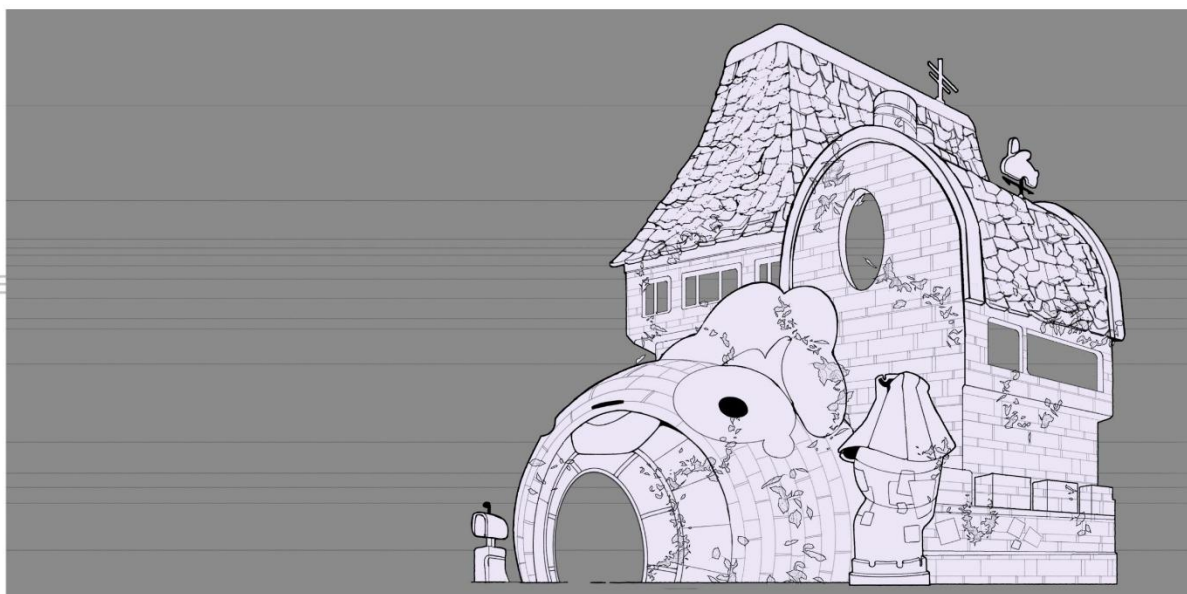
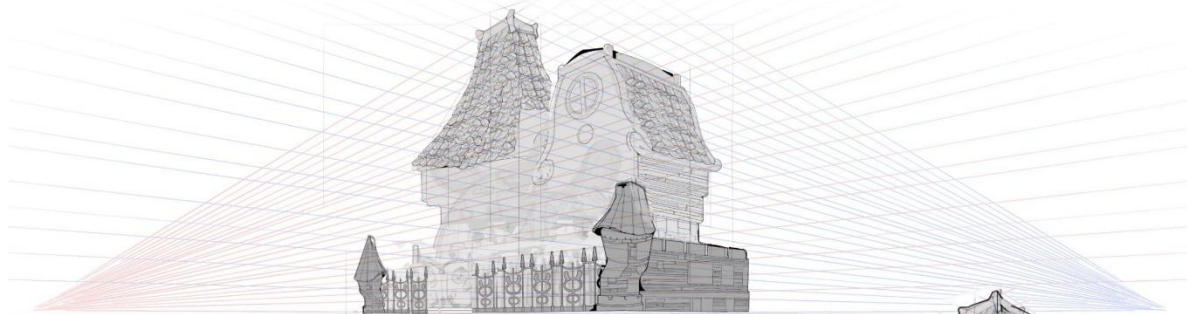
Додаток Б

Дизайн будівель з власної бакалаврської роботи автора за 2023 рік



CREATING CHARACTERS ART CONCEPTION IN AN INDIE GAME

BATUREVYCH DINA



Додаток В

Графічні матеріали, результати магістерської роботи у вигляді концепт-артів середовища

