

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ БОРИСА ГРІНЧЕНКА
ФАКУЛЬТЕТ ОБРАЗОТВОРЧОГО МИСТЕЦТВА І ДИЗАЙНУ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

«Допущено до захисту»
Завідувач кафедри дизайну:

Протокол засідання кафедри
№__ від «__» травня 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
Редизайн дитячої карткової гри «Монстри, до шафи!»

Спеціальність 022 «Дизайн»
Освітня програма 022.01.01 «Графічний дизайн»
Перший (бакалаврський) освітній рівень

Здобувач вищої освіти:
Титаренко Дар'я Олексіївна
група Гдб2-21-4.0д
Науковий керівник:
Віктор Васильович Карпов
Керівник дизайн-проекту:
Сергій Володимирович Брильов
Рецензент: _____

АНОТАЦІЯ

Титаренко Д.О. Редизайн дитячої карткової гри «Монстри, до шафи!». Кваліфікаційна робота. Київ: Київський столичний університет імені Бориса Грінченка, 2025. 52 с.

Кваліфікаційна робота присвячена розробці графічного редизайну настільної карткової гри «Монстри, до шафи!», яка поєднує елементи сучасного ігрового дизайну з завданням створити привабливе, інклюзивне та емоційно позитивне середовище для дітей дошкільного та молодшого шкільного віку.

У теоретичній частині досліджено історію та класифікацію дитячих настільних ігор, проаналізовано сучасні тенденції в дизайні ігрової продукції та проведено порівняльний аналіз популярних карткових ігор аналогічної тематики. Особливу увагу приділено вивченню потреб цільової аудиторії.

Практична частина присвячена реалізації авторського редизайну гри: розроблено нову візуальну стилістику, створено ілюстрації персонажів-монстрів, предметних карток, розроблено нову упаковку гри та гральне поле. Графіка витримана в єдиній стилістиці з урахуванням психологічних особливостей дитячого сприйняття кольору, форми й композиції.

Проект спрямований на створення позитивного емоційного досвіду у дітей під час гри, покращення ігрового інтерфейсу, формування навичок асоціативного мислення, взаємодії та уяви через гру.

Ключові слова: настільна гра, редизайн, дитяча гра, картки, монстри, графіка, ілюстрація, ігровий дизайн, візуальна мова, авторський проєкт.

Кваліфікаційна робота містить результати власних досліджень. Використання ідей, результатів і текстів наукових досліджень інших авторів мають посилання на відповідне джерело.

_____ Титаренко Д.О.

ANNOTATION

Tytarenko D.O. Redesign of the children's card game "Monsters, to the closet!". Qualification work. Kyiv: Kyiv Metropolitan University named after Borys Grinchenko, 2025. 52 p.

The qualification work is devoted to the development of a graphic redesign of the children's card board game "Monsters to the Closet!", which combines elements of contemporary game design with the goal of creating an engaging, inclusive, and emotionally positive environment for preschool and early school-age children.

The theoretical part explores the history and classification of children's board games, analyzes current trends in game product design, and includes a comparative analysis of popular card games with similar themes. Special attention is given to the study of the target audience's needs.

The practical part focuses on the implementation of an original redesign of the game: a new visual style was developed, character illustrations of the monsters and object cards were created, as well as a new game box and playing board. The graphics are unified in style and take into account children's psychological perception of color, shape, and composition.

The project aims to create a positive emotional experience for children during gameplay, improve the game interface, and foster associative thinking, interaction, and imagination through play.

Keywords: board game, redesign, children's game, cards, monsters, graphics, illustration, game design, visual language, original project.

The qualification work includes the results of the author's own research. The use of ideas, results, and texts from other scientific works is properly cite

Зміст

ВСТУП	5
РОЗДІЛ І. ІСТОРИКО-АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА ПРОЄКТУ	8
1.1. Історія зародження дитячих картокових ігор.	8
1.2. Аналіз існуючих картокових ігор схожої тематики.	11
1.3. Аналіз цільової аудиторії, визначення ключових потреб і уподобань користувачів гри "монстри, до шафи!"	14
Висновки до розділу І.....	18
РОЗДІЛ ІІ. РОЗРОБКА РЕДИЗАЙНУ ДИТЯЧОЇ КАРТКОВОЇ ГРИ “МОНСТРИ, ДО ШАФИ!”	20
2.1. Розробка концепції редизайну гри “монстри, до шафи!”	20
2.2. Проєктування візуальних елементів: ілюстрації, кольорова гама, композиція.	23
2.3. Розробка фінального дизайну карткових елементів і упаковки гри.....	27
Висновки до розділу ІІ.....	33
ВИСНОВКИ	36
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	38
ДОДАТКИ	43

ВСТУП

Актуальність теми. У сучасному суспільстві спостерігається зростання інтересу до дитячих настільних ігор як засобу розвитку, навчання та комунікації. В умовах стрімкого розвитку цифрового середовища виникає потреба у збереженні форм традиційної гри, зокрема карткової, як інструменту емоційного, когнітивного та соціального розвитку дитини. Дитячі карткові ігри поєднують у собі елементи розваги, навчання й тренування навичок саморегуляції та співпраці.

Особливої уваги потребує візуальне оформлення дитячої гри - саме графіка першою комунікує з дитиною, викликає емоційну реакцію, формує прихильність до персонажів і створює безпечне середовище. У цьому контексті важливо розробляти або оновлювати ігрові продукти з урахуванням психологічних, вікових та естетичних особливостей цільової аудиторії.

Проект редизайну гри «Монстри, до шафи!» відповідає на цю потребу, поєднуючи принципи графічного дизайну, знання з дитячої психології та сучасну ігрову культуру. Актуальність теми зумовлена необхідністю адаптації існуючих ігрових продуктів до нових візуальних стандартів, що забезпечують не лише розважальну, а й виховну, терапевтичну та освітню функцію.

Стан дослідження проблеми. Питання редизайну дитячих ігор активно досліджується в галузі графічного дизайну, педагогіки та психології. У наукових публікаціях розглядаються теми візуальної стилістики дитячої продукції, впливу зображення на емоційний розвиток, адаптивного мінімалізму у візуальній мові та інклюзивного дизайну. Проте саме аспект цілісного редизайну вже існуючих карткових ігор залишається недостатньо опрацьованим.

Ігри, що створені на початку 2000-х років, часто потребують графічного оновлення, аби відповідати сучасним запитам: від технологічної зручності до психологічної безпеки. «Монстри, до шафи!» - яскравий приклад гри, що має педагогічний потенціал, однак вимагає стилістичної модернізації. (Додаток А, рис.1.1, рис 1.2).

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Кваліфікаційну роботу виконано на кафедрі дизайну факультету образотворчого мистецтва і дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка. Робота є частиною наукової теми кафедри дизайну «Сталий розвиток суспільства та дизайн-діяльність у просторі ідентичності дитини», що передбачає дослідження сучасних підходів до візуальної комунікації та адаптації дизайнерських рішень до потреб дитячої аудиторії.

Метою роботи є дослідження особливостей графічного оформлення дитячої карткової гри та розробка авторського редизайну гри «Монстри, до шафи!» із урахуванням сучасних принципів візуальної мови, психології сприйняття та вікових особливостей дітей.

Завдання. Проаналізувати історичний розвиток дитячих карткових ігор. Дослідити графічні та психологічні особливості цільової аудиторії гри. Провести аналіз аналогічних ігор та виявити успішні дизайнерські практики.

Розробити візуальну концепцію редизайну з урахуванням принципів адаптивного мінімалізму. Реалізувати авторське оформлення карток, персонажів, предметів і упаковки гри. Провести апробацію проєкту та внести корективи на основі зворотного зв'язку.

Об'єктом дослідження є дитячі карткові ігри як елемент культурної та освітньої комунікації. Предметом дослідження є графічний редизайн дитячої карткової гри «Монстри, до шафи!» - зокрема стилістика персонажів, предметів, упаковки, палітра кольорів та композиційна організація візуального контенту.

Методи дослідження. У процесі роботи використано методи: теоретичного аналізу (література з дизайну, педагогіки, психології), порівняльного аналізу (дослідження аналогічних ігор), графічного проєктування (створення ескізів, композицій), емпіричного (опитування, спостереження), а також метод апробації через тестування прототипу гри в цільовій аудиторії.

Теоретичне значення полягає у розширенні уявлення про візуальну мову дитячих ігор, принципи адаптивного графічного дизайну та використання символічних образів у дитячому середовищі.

Практичне значення полягає в тому, що створений макет гри може бути використаний як приклад редизайну ігрового продукту, адаптованого до сучасних естетичних і психологічних запитів.

Апробація результатів. Результати дослідження були апробовані під час навчальної практики на кафедрі дизайну Київського столичного університету імені Бориса Грінченка у 2025 році. Основні положення та дизайнерські рішення представлені на переглядах студентських проєктів, отримали схвальні відгуки викладачів і колег.

Окремі елементи редизайну протестовано в ігрових сесіях із дітьми віком 4–6 років. Зібрані відгуки дозволили уточнити окремі аспекти дизайну: зменшити деталізацію зображень, оптимізувати палітру, скоригувати композицію карток. Це засвідчило релевантність обраної стратегії редизайну та її ефективність для цільової аудиторії.

Структура. Кваліфікаційна робота складається зі вступу, двох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить 52 сторінок.

РОЗДІЛ І

ІСТОРИКО-АНАЛІТИЧНА ЧАСТИНА ПРОЄКТУ

1.1. Історія зародження дитячих картокових ігор

Карткові ігри як культурний та соціальний феномен мають багатовікову історію, що тісно пов'язана з розвитком людської цивілізації та зміною способів дозвілля. Відомо, що перші згадки про карткові ігри сягають ще IX століття, коли в Китаї з'явилися прототипи сучасних гральних карт, і вони слугували не тільки розвагою, але й інструментом для передачі культурних кодів та символів [3]. Поступово ці ігри поширилися на Близький Схід, а потім у Європу, де стали невіддільною частиною світської культури. У середньовічній Європі гральні карти сприймалися і як засіб навчання, і як азартне знаряддя, і як носій ієрархічної символіки.

З часом карткові ігри трансформувалися в окрему підкатегорію настільних ігор, що адаптувались до різних вікових, соціальних та культурних аудиторій. Особливого розвитку вони набули у XX столітті, коли з'явилися перші комерційні зразки дитячих картокових ігор - спрощених, барвистих, орієнтованих на розвиток логіки, уваги та комунікативних навичок у дітей. Саме тоді ігри стали не лише засобом дозвілля, але й важливим інструментом освітнього та емоційного виховання.

Вивчення історичного розвитку дитячих настільних ігор свідчить про їхню тісну залежність від соціальних контекстів, педагогічних моделей та наративних стратегій. Згідно з дослідженням Д. К. О'Нілл та П. Е. Холмс, настільні ігри для дітей формуються на перетині освітнього змісту та розважального компоненту, де візуальна мова слугує містком між дитиною та інформаційним наповненням. Дослідники зазначають, що такі ігри сприяють розвитку математичних, мовних, соціальних, емоційних та культурних навичок у дітей, особливо в умовах співпраці та взаємодії. Вони також підкреслюють, що настільні ігри можуть бути ефективним інструментом для багатогранного навчання, поєднуючи в собі елементи гри та освіти. [8].

Візуальна стилістика відіграє ключову роль у розвитку дитячих настільних ігор, оскільки саме через зображення дитина вперше знайомиться з ігровим світом. Зміни в поліграфічних технологіях, впровадження цифрових інструментів і поглиблення знань у сфері дитячої психології суттєво вплинули на вигляд сучасних ігор. Як зазначає Дональд Норман у своїй праці «Emotional Design», естетичні аспекти дизайну, такі як колір, форма та текстура, здатні викликати позитивні емоції та підвищити привабливість продукту для користувача. [16]. Це особливо важливо для дітей, оскільки яскраві та привабливі візуальні елементи можуть сприяти емоційному залученню та покращити сприйняття гри. Таким чином, візуальний образ настільної гри стає первинним каналом емоційного залучення дитини до ігрової ситуації.

Дитячі карткові ігри займають важливе місце в типології ігор за Жаном Піаже. Вони поєднують елементи символічної гри та ігор з правилами, дозволяючи дітям одночасно дотримуватися структури та проявляти креативність у межах заданих умов. Це поєднання структури та уяви робить карткові ігри ефективним інструментом для навчання та розвитку емоційної саморегуляції.

Згідно з дослідженням, опублікованим у журналі *Children*, участь у сучасних настільних та карткових іграх сприяє покращенню виконавчих функцій у дітей, таких як когнітивна гнучкість, інгібіція та оновлення робочої пам'яті. Ці ігри вимагають від дітей дотримання правил, черговості та етики взаємодії, що сприяє розвитку як когнітивних, так і поведінкових навичок. Таким чином, структуровані ігри з картами не лише розважають, але й підтримують розвиток важливих навичок саморегуляції у дітей. [11].

Сучасна психодидактика визнає карткові ігри ефективним засобом розвитку емоційного інтелекту дитини. Через ігрові дії моделюються ситуації вибору, суперництва, співпраці та помилок, що дозволяє дитині навчатися реагувати на соціальні виклики. Як зазначається у дослідженні Н. В. Гавриш та колег, ігри є засобом соціального навчання, через які діти навчаються взаємодіяти, дотримуватись правил, виявляти ініціативу та контролювати

емоційні реакції у процесі гри, особливо в дошкільному та молодшому шкільному віці [30].

Карткові ігри, орієнтовані на дитячу аудиторію, мають низку візуально-комунікативних особливостей. По-перше, колірна гама таких ігор має бути яскравою, але не перенасиченою, щоб не викликати втоми зору. По-друге, важливою є побудова персонажів — вони повинні бути позитивно забарвленими, з чіткими емоційними рисами та простими формами, що відповідають особливостям дитячого зорового сприйняття. Як зазначає С. А. Ігнатенко, «у дітей дошкільного віку домінує зорове сприйняття, в основі якого лежить емоційна реакція на колір, форму та елементи зображення» [36]. Це свідчить про те, що ігрова графіка має не лише інформативну, але й регулятивну функцію у взаємодії дитини з візуальним середовищем гри.

Тематичне наповнення сучасних дитячих карткових ігор поступово змінюється, відображаючи вікові очікування та соціальні запити. Якщо у 1990-х роках домінували ігри з фіксованими сюжетами й впізнаваними персонажами з мультфільмів і казок, то починаючи з 2000-х років почала зростати частка ігор із варіативними сценаріями, відкритими фіналами та елементами взаємодії. Це дозволило зробити ігри більш гнучкими, емоційно та когнітивно насиченими.

Особливої уваги заслуговують новітні авторські розробки, які поєднують ігрову форму з розвитком саморегуляції та емоційного інтелекту. Як зазначено у дослідженні Х. Мойя-Ігуераса та співавт., «настільні ігри, які включають когнітивно насичені елементи, сприяють розвитку гнучкого мислення, контролю імпульсів та здатності до планування дій у дітей». Участь дорослого у таких іграх може слугувати додатковим фасилітатором для опрацювання сценаріїв, пов'язаних із соціальними чи емоційними викликами.[39].

У сучасному дизайні дитячих настільних ігор значну увагу почали приділяти не лише функціональності, а й стилістиці пакування. Коробка гри стала важливим об'єктом емоційної взаємодії з дитиною: саме вона формує перше враження, її беруть до рук, відкривають, досліджують. Саме тому оформлення коробки дедалі частіше включає метафоричні образи, асоціації,

емоційно насичену графіку та фірмові логотипи. Як підкреслює С. А. Ігнатенко, у дітей дошкільного віку «домінує зорове сприйняття, в основі якого лежить емоційна реакція на колір, форму та елементи зображення» [40]. Це означає, що дизайн упаковки виконує не лише естетичну, а й комунікативну функцію — він має встановити довіру, зацікавити та ввести в ігровий настрій ще до початку самої гри.

У загальному підсумку, дитячі карткові ігри - це не лише форма розваги, а цілісний інструмент формування емоційного, соціального та інтелектуального досвіду. Їхній дизайн - як візуальний, так і смисловий - відіграє ключову роль у залученні дитини до процесу гри, формує її уявлення про структуру світу, правила взаємодії та спосіб мислення. Змінюючись у часі, карткові ігри зберігають свою основну функцію - бути простором гри, розвитку й спілкування.

1.2. Аналіз існуючих картокових ігор схожої тематики

Дитячі карткові ігри є окремою категорією настільних розваг, яка поєднує просту механіку, яскравий візуальний стиль і педагогічну спрямованість. Вони не лише забезпечують дитині розвагу, а й формують первинні навички логіки, уваги, реакції, комунікації. Особливу нішу в цьому жанрі займають ігри з фантазійною чи метафоричною тематикою - наприклад, про монстрів, тварин, казкових істот, чарівні об'єкти. Їхня ефективність залежить не лише від ігрової механіки, а й від цілісності та доступності візуального стилю, рівня занурення, наочності правил.

Нижче подано детальний аналіз п'яти карткових ігор, що мають схожу аудиторію та частково дотичну тему, - «Uno», «Dobble», «Monster Match», «Go Fish» та «Sleeping Queens». Їхній розгляд дозволяє окреслити ключові підходи до створення візуального стилю в дитячих іграх та виявити, які принципи є актуальними для редизайну гри «Монстри, до шафи!».

Uno

Одна з найвідоміших у світі карткових ігор для дітей і сімейного кола. Основна механіка базується на співставленні кольорів і чисел, а також

спеціальних картах зі зміною ходу, пропуском чи добором. Візуально гра вирішена гранично просто: кольори - синій, зелений, червоний, жовтий; числа великі; символи - чіткі. Відсутність ілюстрацій компенсується високим рівнем контрасту та логічністю структури.

Головна перевага — впізнаваність і зручність читання. У дизайні карток немає персонажів, фонів, зайвих декоративних елементів. Водночас цей мінімалізм виключає емоційну складову - гра не формує асоціацій чи емоційних зв'язків, тому не розвиває уяву або емпатію.

У контексті редизайну гри «Монстри, до шафи!» цей приклад демонструє важливість контрастності кольорів, універсальності графічної мови та простоти візуального сприйняття.

Dobble

Dobble - це гра на уважність, де гравці шукають однакові символи на двох картках. У кожній парі є лише один спільний символ. Візуальна мова побудована на яскравих кольорових піктограмах (предмети, тварини, знаки), які розміщені хаотично, але добре видно. Білий фон і рівномірна композиція забезпечують зручність сприйняття.

Dobble - приклад гри, де візуальний стиль є ключовим елементом механіки. Саме піктограми - не сюжет, не персонажі - є об'єктом ігрової взаємодії. Тому важливою умовою дизайну є максимальна впізнаваність кожного зображення, контрастність, однозначність форми.

Цей підхід був частково інтегрований у «Монстри, до шафи!» - при розробці предметів, які впливають на монстрів. Усі об'єкти оформлено як окремі піктограми, що швидко зчитуються, без надмірної деталізації [7].

Monster Match

Гра, в якій діти шукають монстрів за заданими характеристиками (кількість очей, ніг, форм тіла тощо). Гравці змагаються у швидкості реакції, порівнюючи зображення з умовами. Візуально це — дуже яскраві, гумористичні монстри з навмисно перебільшеними рисами: один має п'ять очей, інший — одне велике око, хтось виглядає, як ковбаса з вухами.

Гра надзвичайно виразна, працює на гумор і абсурд. Монстри зображені на простому фоні, без композиційних деталей, усе зосереджено на фігурі. Це приклад персонажного фокусу - де кожен монстр є окремим образом, із чіткою ідентичністю. Проте гра майже не працює із сюжетністю чи емоційною логікою - монстри нічого не «бояться», не мають характерів, не взаємодіють з предметами.

Від цієї гри в редизайні «Монстри, до шафи!» було запозичено індивідуальність персонажів, контраст форм, емоційну експресію, але водночас збережено зв'язок між монстром і предметом, що дозволяє створити сильну внутрішню логіку гри [10].

Go Fish

Класична карткова гра, у якій гравці намагаються зібрати пари карток, запитуючи одне одного про наявність потрібних зображень. Відомі варіації для дітей оформлені у стилі мультфільмів: рибки, тваринки, казкові персонажі. Ілюстрації переважно прості, симпатичні, кольори м'які, кольор великі.

Go Fish має дуже просту механіку, яка дозволяє фокусуватись на візуальному оформленні як головному інструменті взаємодії. Саме тому дизайн карток має бути не лише привабливим, а й чітко впізнаваним - різні рибки мають відрізнятися кольором, формою, декоративними елементами. Це досвід, який підтверджує важливість дизайнерської уніфікації, коли всі елементи створені в єдиному стилі, розраховані на сприйняття дитиною 3–6 років

У «Монстри, до шафи!» принцип уніфікованої стилістики карток - один із пріоритетних. Усі монстри, предмети та персонажі оформлені в єдиній візуальній мові, з дотриманням пропорцій і кольорового кодування.

Sleeping Queens

Це гра з вираженим наративом: гравці намагаються «розбудити» чарівних королев, використовуючи карти з лицарями, зіллям, заклинаннями. Візуально оформлена як казкова гра: персонажі мають обличчя, одяг, емоції. Ілюстрації досить деталізовані, палітра — багатобарвна, декоративна.

Sleeping Queens -приклад того, як сильна сюжетність може поєднуватись з ілюстративною стилістикою. Діти ототожнюють себе з персонажами, запам'ятовують їхню поведінку, створюють історії навколо них. Проте візуальне навантаження в цій грі більше: багато деталей, складні образи, відсутність композиційного спрощення.

Це дозволяє зробити висновок, що для молодшої вікової групи краще використовувати спрощені, символічні персонажі, але із зрозумілими емоціями. Саме так і було реалізовано образи монстрів у «Монстри, до шафи!» - у них немає складної історії, але кожен має настрій, форму і предмет, з яким асоціюється.

Висновки: аналіз п'яти популярних дитячих карткових ігор дозволив сформулювати перелік ключових візуальних рішень, які були враховані в редизайні гри «Монстри, до шафи!». Серед них:

- простота композиції (Dobble, Go Fish);
- уніфікований стиль персонажів (Go Fish, Monster Match);
- акцент на контрастні кольори та великі об'єкти (Uno);
- впізнаваність піктограм (Dobble);
- символічна емоційність без перевантаження деталями (Sleeping Queens).

Крім того, ці ігри показали, що емоційна та асоціативна складова - важливіші за сюжетну глибину. Монстр - це не лише образ страху, а й герой, з яким можна взаємодіяти. Саме тому в редизайні важливо було не лише оновити вигляд карт, а й зробити візуальну систему зрозумілою, доброзичливою, ігровою.

1.3. Аналіз цільової аудиторії, визначення ключових потреб і уподобань користувачів гри "монстри, до шафи!"

У процесі створення або редизайну дитячої гри ключовим етапом є вивчення її цільової аудиторії. Саме аналіз цільової аудиторії дозволяє сформулювати обґрунтовану дизайнерську концепцію, яка відповідає очікуванням, віковим особливостям і психологічним потребам користувачів. У випадку гри «Монстри, до шафи!» така аудиторія є чітко окресленою - це діти віком

приблизно від 3 до 6 років, а також їхні батьки, які обирають гру та часто беруть участь у грі разом із дитиною.

Дошкільний вік (3–6 років) є періодом активного розвитку уяви, емоційної сфери, соціальних навичок та базових пізнавальних функцій. У цей час діти вперше знайомляться зі структурованими правилами, з іграми, що мають початок і кінець, і вчаться контролювати свою поведінку в межах встановлених ігрових норм. Як зазначає Р. В. Павелків, «рольова поведінка регулюється правилами, що утворюють центральне ядро ролі, і без дотримання яких гра не відбувається. Дитина діє не так, як їй захочеться, а так, як потрібно відповідно до її ролі та ігрової ситуації».[14]. Це означає, що гра, орієнтована на таку аудиторію, повинна бути простою у правилах, візуально виразною, емоційно безпечною та структуровано передбачуваною.

Однією з ключових особливостей дітей цього віку є активне формування уявлень про себе та навколишній світ через гру. За Ж. Піаже, саме в грі дитина вчиться інтегрувати нову інформацію, адаптуватися до змін, розвивати емоційну саморегуляцію [5].

Гра слугує моделлю поведінки, способом вивчення соціальних ролей, тренажером для опрацювання страхів і бажань. Саме тому тематика «монстрів» - як метафори дитячих страхів — є настільки популярною у дитячих іграх: вона дозволяє в ігровій формі опанувати те, що в реальності є тривожним або незрозумілим.

Цільова аудиторія гри «Монстри, до шафи!» включає:

- Дітей віком 3–6 років - основні користувачі, які взаємодіють з грою безпосередньо;
- Батьків - покупці, які обирають гру, читають інструкції, контролюють процес;
- Педагогів, психологів або вихователів - фахівців, які можуть використовувати гру у навчальному або терапевтичному контексті.

Поведінкові та візуальні особливості дітей-адресатів.

Діти у віці 3–4 років ще не мають достатньої стійкості уваги, тому дизайн гри повинен бути максимально інтуїтивним. Усі об'єкти мають бути чіткими, кольорово відмежованими, із мінімумом зайвих елементів. У грі не повинно бути складних сюжетних поворотів або потреби в абстрактному мисленні. Діти цього віку мислять переважно конкретно-образно, реагують на колір, форму, міміку персонажів.

Діти 5–6 років уже здатні до елементарного планування, запам'ятовування правил, вони можуть розуміти причинно-наслідкові зв'язки. У них формується уявлення про справедливість, черговість, поняття «виграшу» і «програшу». Візуально вони вже здатні розрізняти деталі, порівнювати, категоризувати об'єкти за ознаками. Тому гра може містити більше елементів, однак не повинна перевантажуватись складними механіками [13].

Очікування батьків як вторинної цільової аудиторії:

Оскільки саме дорослі здійснюють вибір гри для дитини — як у магазині, так і онлайн — важливо враховувати їхню позицію. Сучасні батьки очікують від гри не лише розваги, а й виховного та розвивального потенціалу. Як зазначається у дослідженні психологічного порталу, при виборі гри батьки звертають увагу на її здатність сприяти розвитку пізнавальних процесів, емоційної стабільності, а також на безпечність матеріалів та можливість взаємодії дитини з дорослим. «Особливе значення батьки надають іграм, які допомагають дитині навчатися спілкуванню, приймати рішення, проявляти ініціативу та емоційно саморегулюватися» [17].

У цьому контексті візуальний стиль має відповідати низці вимог:

- бути естетичним і водночас читабельним;
- не містити агресивних або суперечливих елементів;
- викликати довіру через стиль і колір;
- асоціюватися з безпекою, доброзичливістю, казковістю.

Зокрема, кольори грають важливу роль у формуванні такого ефекту. Дослідження кольорового сприйняття дітьми свідчить, що пастельні відтінки сприяють зниженню тривожності, а теплі кольори викликають відчуття затишку.

Графічні уподобання цільової аудиторії:

Сучасні діти з перших років життя мають доступ до мультфільмів, планшетів, візуального контенту. Це сформувало особливий запит до стилістики зображень: вона має бути знайомою, простішою, ідентифікованою. Гіперреалізм або стилізація під класичне мистецтво зазвичай викликають менший інтерес. У дітей віком 3–6 років перевагу мають зображення з великими очима, виразною мімікою, заокругленими формами, неперенавантаженим фоном.

У дослідженні Е. Мельничука зазначено: «Діти сприймають візуальну інформацію як емоційний імпульс. Якщо персонаж здається кумедним або милим - дитина приймає його як свого» [25]. Це означає, що графічне оформлення гри повинно максимально точно потрапити в емоційне поле цільової групи.

У грі «Монстри, до шафи!» монстри стилізовані під «добрячків» - у них м'які форми, усмішки, великі очі, вони мають казковий вигляд, що відрізняється від страхітливої естетики дорослих «монстрів» (Додаток Б, рис. 2.2). Саме це дозволяє дитині не боятись персонажа, а взаємодіяти з ним на рівні гри.

Асоціації, які формують прихильність:

Цільова аудиторія схильна до формування емоційних зв'язків із персонажами гри. Якщо дитина любить «свого монстрика» - вона буде просити гру знову й знову. Як свідчать дослідження дитячої поведінки, у дітей є тенденція до персоніфікації ігрових фігур: надання їм імен, рис характеру, фантазійних історій [28]. Це підтверджує важливість стилістичної цілісності монстрів — кожен має бути впізнаваним, унікальним, із рисами, що викликають прихильність (вушка, різьки, гримаси тощо).

Крім того, візуальна система має давати дитині можливість контролю. У грі «Монстри, до шафи!» дитина не просто «боїться» монстрів - вона може їх прогнати, сховати, перемогти. Це формує модель емоційного підкріплення: дія призводить до результату, страх подолано. У психології це описується як «поведінкова десенсибілізація» - подолання тривожного подразника шляхом гри.

Висновки: аналіз цільової аудиторії гри «Монстри, до шафи!» дозволив сформулювати низку ключових вимог до дизайну, які було реалізовано в редизайні:

- Урахування вікових особливостей дітей 3–6 років - прості правила, великий формат карт, заокруглені форми.
- Формування емоційно безпечного середовища - казкова стилістика, дружні монстри, яскраві кольори (Додаток Б, рис.2.13) без перенавантаження.
- Візуальна система, що працює як інструмент навчання й емоційної саморегуляції - через сюжетну логіку (монстр → предмет → спокій).
- Залучення батьків через естетичну якість, інформативну коробку, логічну інструкцію.
- Врахування графічних уподобань сучасної дитини - мультяшний стиль, простота, мило́та, символічність.

Таким чином, саме завдяки глибокому аналізу користувачів вдалося розробити візуальне рішення, яке поєднує психологічну доцільність, естетичну привабливість і функціональну ефективність у межах дитячої карткової гри.

Висновки до розділу I

У першому розділі дипломного дослідження було проведено теоретичну та порівняльно-аналітичну базу для подальшої розробки редизайну дитячої карткової гри «Монстри, до шафи!». Окреслено культурно-історичні, ігрові та психологічні аспекти, що безпосередньо впливають на формування ефективного графічного рішення дитячої ігрової продукції.

У підпункті 1.1 здійснено огляд еволюції карткових ігор, зокрема - дитячих. Розглянуто, як змінювався їхній зміст, форма подачі, педагогічне й емоційне навантаження. Показано, що карткові ігри є не лише засобом дозвілля, а й важливим елементом соціалізації, розвитку логіки, навичок комунікації та опрацювання емоцій. Акцент зроблено на значенні візуального образу в іграх для дітей молодшого віку, де ілюстративна складова фактично стає інтерфейсом спілкування між дитиною та грою.

У підпункті 1.2 було проаналізовано низку популярних дитячих карткових ігор зі схожою віковою або тематичною спрямованістю, таких як «Uno», «Dobble», «Monster Match», «Go Fish» та «Sleeping Queens». Виявлено ключові підходи до формування візуального стилю: використання простих форм, символічної графіки, пастельних або контрастних кольорів, відсутність надлишкових деталей. Встановлено, що саме емоційно зорієнтований дизайн сприяє залученню дитини до гри та формує стійкий інтерес до персонажів і механіки. Деякі ігри, попри яскравість, демонструють візуальне перенавантаження або стилістичну розрізненість — ці недоліки враховані під час формування рішень для редизайну.

Підпункт 1.3 було присвячено глибокому аналізу цільової аудиторії гри «Монстри, до шафи!». Визначено вікову категорію (3–6 років), її психологічні, пізнавальні та емоційні особливості. Детально розглянуто очікування як основних користувачів - дітей, так і вторинних - батьків. Установлено, що візуальна мова гри повинна базуватись на принципах простоти, миловидності, символічності, контрасту та безпеки зорового сприйняття. Також показано, що діти ідентифікують себе з персонажами гри, персоніфікують їх, що вимагає високого рівня графічної продуманості та впізнаваності.

Таким чином, розділ 1 заклав фундамент для подальшого етапу розробки редизайну: було системно проаналізовано витoki ігрового формату, особливості візуальної мови дитячих карткових ігор, вивчено вподобання цільової аудиторії. Усі ці фактори дозволили сформуванати дизайн-стратегію, що поєднує естетику, функціональність і емоційний комфорт для дитини.

РОЗДІЛ II

РОЗРОБКА РЕДИЗАЙНУ ДИТЯЧОЇ КАРТКОВОЇ ГРИ “МОНСТРИ, ДО ШАФИ!”

2.1. Розробка концепції редизайну гри “монстри, до шафи!”

Проект редизайну гри «Монстри, до шафи!» поставив за мету осучаснити візуальне наповнення гри, не змінюючи її механіку, базову структуру чи функціональність. Замість кардинального переформатування, завдання полягало у створенні нової системи графічної ідентичності: від стилю монстрів до оформлення предметів і упаковки. Такий підхід зумовлений не лише актуальністю графічного оновлення, але й вимогами дитячого сприйняття до ігрового візуального середовища. Адже саме графіка першою комунікує з дитиною, формує перші емоційні реакції, викликає інтерес до гри та створює атмосферу фантазії та безпеки.

Редизайн розпочався з вивчення оригінального візуального стилю гри. Він характеризувався хаотичністю, перенасиченістю деталями та відсутністю єдиного графічного принципу. Було прийнято рішення зробити гру стилістично цілісною, з урахуванням вікових особливостей цільової аудиторії. Діти віком 3–7 років найкраще реагують на виразну мову кольору, прості форми, повторюваність композиції та наявність емоційної складової у зображенні персонажів [25].

Основна візуальна ідея редизайну — перетворити страх у гру, тобто створити таких монстрів, які не лякають, а викликають інтерес, посмішку, співпереживання. Тому нові персонажі-монстри мають комічні риси, великі виразні очі, округлі форми, яскраве забарвлення. Їхній вигляд поєднує фантастичне й симпатичне. Це важливо з погляду дитячої психології: візуальний образ, що викликає позитивні емоції, допомагає долати внутрішнє напруження, зокрема пов’язане з нічними страхами [4].

Особливу увагу приділено індивідуалізації монстрів. Кожен має унікальну форму тіла, вираз обличчя, декоративні елементи (хвостики, вусики, крила, візерунки на тілі). Колірна палітра відрізняється в кожного з них, але в межах узгодженого візуального спектру гри. Переважають насичені теплі та холодні відтінки: фіолетовий, бірюзовий, рожевий, зелений, жовтий. Вони не лише привертають увагу, а й стимулюють візуальну пам'ять і асоціативне мислення дитини. (Додаток Б, рис.2.2).

Для підтримання цілісного стилю важливо було створити єдину композиційну систему карток. Монстр зображується в центрі картки на фіолетовому градієнтному тлі з абстрактними декоративними елементами - колами, які імітують нічну атмосферу, але не є прямим зображенням інтер'єру. Кожна картка містить також зображення предмета, який допомагає «заспокоїти» або «відіслати» монстра - наприклад, кольорову цукерку, м'яку черепаху, іграшкового ведмедика чи пляшечку з чарівною рідиною. Всі зображення прості, великі, без надлишкових дрібних деталей - відповідно до принципів дизайну для молодших дітей. (Додаток Б, рис.2.3).

Ці предмети зображено також окремо у вигляді самостійних карток. Вони мають зелений фон із зоряним візерунком - стилістично відмінний від карток із монстрами, що дозволяє легко їх розрізняти. Композиційно предмет розташований по центру, без зайвих графічних елементів. Це рішення підвищує ігрову зручність і водночас сприяє навчанню концентрації уваги та розвитку асоціативного мислення [1].

Важливим напрямком редизайну стала стилізація персонажів як образів, що не викликають жаху, а навпаки — розчулення. Монстри мають дивні, але не страшні риси: у когось надто довгий язик, у когось - три ока, у когось - барвисті щупальця або крила. Це створює ефект "смішного страху" - категорії, яка добре працює в дитячих продуктах. Вона дозволяє пережити негативну емоцію в безпечному форматі, отримати контроль над уявним джерелом загрози, трансформувати страх у гру [4].

Предмети, що зображені на картках, також мають впізнаваність і позитивне емоційне забарвлення. Їх добирали з-поміж найбільш поширених елементів дитячого світу, які легко ідентифікувати: ведмедик, м'яч, цукерка, пляшка, черепаха. Стилiстично вони не надто деталізовані, з м'якими заокругленими формами та зрозумілою кольоровою логікою. Як зазначають дослідники, «візуальні образи, знайомі дитині з її повсякденного середовища, забезпечують глибше емоційне занурення в гру».

Редизайн також передбачав створення універсальної графічної мови для всіх елементів: від карт до упаковки. Основним графічним стилем обрано векторну ілюстрацію з обмеженою кількістю тіней і градієнтів, чіткими контурами та відсутністю об'ємного моделювання. Такий стиль відповідає сучасним тенденціям у дизайні дитячої продукції, забезпечує легкість друку, масштабування та зручність сприйняття [23].

Упаковка гри зазнала стилістичного оновлення, але без змін у конструкції. Вона зберегла форму вертикальної коробки, проте її візуальне наповнення стало більш яскравим і гармонійним. На лицьовій стороні розміщено назву гри з великим декоративним логотипом, персонажі-монстри в ігровій динаміці, декоративні елементи, що підтримують стилістику карт. Використано насичений фіолетовий фон, який контрастує з кольоровими деталями. Це рішення створює впізнавану візуальну айдентику гри [27]. (Додаток Б, рис.2.1).

Усі візуальні рішення погоджено з принципами ергономіки та безпеки дитячого продукту. Використовувані ілюстрації адаптовані до друку на картоні, передбачено достатній контраст і чіткість для зорового комфорту. Кути карток закруглені, розмір підібрано з урахуванням дитячої моторики. Усі елементи гри у фінальній версії проєкту підлягають тиражуванню та можуть бути легко адаптовані під мобільні формати — планшети, смартфони тощо.

Таким чином, редизайн гри «Монстри, до шафи!» передбачав комплексну зміну візуального стилю без втручання в механіку гри. Основною задачею було сформувати образ гри як позитивної, безпечної, цікавої та візуально привабливої. Створені образи монстрів, предметів і упаковки становлять єдину систему, яка

дозволяє дитині легко орієнтуватися в грі, емоційно включатися у взаємодію та відчувати контроль над ситуацією, навіть якщо мова йде про тематику страху.

2.2. Проектування візуальних елементів: ілюстрації, кольорова гама, композиція

Візуальне наповнення дитячої гри виконує не лише естетичну, а й когнітивну, емоційну та ідентифікаційну функції. У дитячому віці зображення стають основним інтерфейсом взаємодії з контентом. Графіка в іграх для дітей має бути інтуїтивно зрозумілою, привабливою та емоційно комфортною. Саме ці аспекти стали основою розробки візуального стилю редизайну гри «Монстри, до шафи!», де важливу роль відіграє стилістика персонажів, предметів, карткових елементів і упаковки. Завдання полягало в тому, щоб зберегти структуру та функціональність гри, але візуально осучаснити її відповідно до сучасних вимог і запитів цільової аудиторії - дітей 3-6 років і їхніх батьків.

Концептуальна база візуальної стилістики

Розробка стилю дитячої гри повинна базуватися на комплексному підході, що враховує психологічні, педагогічні та ергономічні вимоги. Основними принципами такого підходу є емоційна безпечність, пізнавальна чіткість, візуальна лаконічність і стилістична єдність. Як зазначає А. Ш. Апішева, «ергономічні та естетичні характеристики якості продукції та виробничого середовища» є ключовими факторами у проектуванні, що впливають на сприйняття та взаємодію користувача з продуктом. Це означає, що графічне оформлення гри повинно бути простим для ідентифікації, але водночас стимулювати уяву та емоції дитини. [47]

У грі «Монстри, до шафи!» монстри зображуються не як джерело жаху, а як кумедні й упізнавані персонажі. Це рішення базується на психолого-педагогічних рекомендаціях щодо трансформації тривожного образу у позитивний через гру. Завданням дизайну було створити такі візуальні форми,

які, з одного боку, викликали б цікавість і посмішку, а з іншого - зберігали роль персонажа, з яким потрібно «взаємодіяти» в ігровому процесі.

Стилістика монстрів: персонажі як емоційні носії

Кожен монстр має унікальний дизайн - від кольорової гами до силуету. Було розроблено 20 монстрів. Монстри мають великі очі, округлі тіла, м'які контури та прості деталі: хвостики, вушка, гребінці. Такий підхід відповідає рекомендаціям педагогів і дизайнерів щодо створення візуально безпечного образу: «персонаж повинен викликати в дитини бажання з ним “потоваришувати”, а не уникати його».

Колір кожного монстра обрано так, щоб він був достатньо яскравим, але не викликав перевантаження чи відчуття агресивності. Наприклад, темно-фіолетовий комбінується з м'ятним, рожевий - з жовтим, жовтий - із насиченим синім. Кольори в іграх для дітей повинні підбиратись з урахуванням вікової психофізіології, де пріоритетом є яскраві, але не контрастно агресивні поєднання.

Ілюстрації предметів: знайомі символи без тексту

У грі передбачено набір предметів, які відповідають монстрам - саме ними «задабрюють» або «виганяють» персонажів назад у шафу. Це: пляшка з рідиною, іграшка, м'ячик, цукерка, ведмедик, черепаха тощо. Ілюстрації кожного предмета виконані в тому ж стилі, що й монстри: округлість, виразність, простота. Окремо враховано той факт, що діти в цьому віці переважно ще не читають, тому шрифти, або текстові елементи відсутні - усю інформацію несе зображення (Додаток Б, рис.2.3).

Усі предмети мають виразні силуети, завдяки чому легко зчитуються навіть на маленькому розмірі картки. Це дозволяє уникнути ситуації, коли дитина не може зорієнтуватись у зображенні, або плутає його з іншим.

Кольорова гама: рівновага між емоційністю та спокоєм

Колір - один із найважливіших інструментів візуального дизайну дитячої гри. Саме через колір дитина емоційно включається в ігрову ситуацію. Згідно з науковими дослідженнями, колірна палітра для дітей повинна включати до 8-12

базових відтінків, які мають помірну насиченість і контрастність . У редизайні було використано палітру з 10 основних кольорів: бірюзовий, жовтий, рожевий, м'ятний, фіолетовий, синій, кораловий, зелений, пастельний помаранчевий і бузковий.

Кожен колір має асоціативне навантаження.

Наприклад:

- жовтий - асоціюється з енергією та доброзичливістю;
- фіолетовий - з фантазією та ніччю;
- рожевий - з лагідністю;
- бірюзовий - із чистотою й водою.

Окремо враховано принцип відсутності надмірної темряви або великої кількості чорного кольору, що може викликати в дітей тривожність. Замість чорного в якості контуру використано темно-синій або темно-фіолетовий, що дозволяє зберегти візуальну цілісність без порушення емоційного балансу.

Композиційна структура карток:

Кожна картка містить одне зображення монстра або предмета, без тексту, і оформлена в центральній композиції. Зображення займає близько 70–80% площі картки, залишаючи обрамлення для кольорового фону. Така схема допомагає зосередити увагу дитини на головному об'єкті, не відволікаючись на дрібні деталі.

У дошкільному віці важливо забезпечити домінування одного елементу в полі зору, що дозволяє тренувати концентрацію уваги. Як зазначають Гріньова О.М. та Фараон О.В., «необхідною умовою успішності дитини в навчальних завданнях вихователя, колективній грі, самостійній творчій діяльності тощо є здатність до зосередження, концентрації своєї уваги на предметному змісті діяльності, що виконується» . Це підкреслює важливість створення умов, які сприяють розвитку концентрації уваги у дітей дошкільного віку. [19].

Фон карток є уніфікованим за текстурою - м'яке градієнтне поле з орнаментом у вигляді кругів або зірок. Це створює відчуття ігрової атмосфери, але не перевантажує зір. Візуальна впізнаваність кожної категорії (монстр чи

предмет) підтримується кольором фону: картки з монстрами мають фіолетові або сині відтінки, предмети - тепліші тони, як-от жовтий або помаранчевий.

Стиль оформлення: адаптивний мультяшний мінімалізм

Усі зображення виконано у стилі, який можна умовно назвати «адаптивним мультяшним мінімалізмом».

Це означає:

- мінімальну кількість ліній і тіней;
- акцент на формі, контурі, кольорі;
- відсутність реалістичних деталей;
- впізнаваність на відстані.

Такий стиль рекомендований для дітей віком 3–6 років, бо не ускладнює зорове сприйняття, а також легко адаптується до друку, використання в мобільних додатках чи мультимедійній презентації.

Оформлення упаковки

Коробка гри виконана у вертикальному форматі, з лаконічним дизайном. Основний колір — темно-фіолетовий з яскравими акцентами. На передній стороні розміщено логотип, стилізований під дитячий почерк, а також зображення кількох головних монстрів. Дизайн упаковки витриманий у тому ж стилі, що і картки, і спрямований на формування цілісного іміджу бренду.

Під час розробки упаковки враховано рекомендації з дитячої ергономіки: простота відкривання, щільність картону, зручність утримування у маленьких руках.

Висновки: візуальна стилістика гри «Монстри, до шафи!» після редизайну стала ключовим елементом, що забезпечує привабливість гри, її емоційну доступність і естетичну довершеність. Ілюстрації монстрів і предметів виконані у впізнаваному стилі, що відповідає віковим особливостям дітей 3–6 років. Композиційна структура, кольорова гама, стилістика упаковки й оформлення карток сформували єдину візуальну мову продукту. Це дозволяє не лише залучити дитину до гри, а й забезпечити естетично-ігрове середовище, яке сприяє розвитку уяви, комунікації й позитивних емоцій.

2.3. Розробка фінального дизайну карткових елементів і упаковки гри

У процесі розробки редизайну гри «Монстри, до шафи!» було поставлено завдання сформувати новий візуальний образ, який поєднує естетичну цілісність, графічну простоту, ергономічну доступність і емоційну безпечність. Основну увагу було зосереджено на оформленні ключових елементів гри: карток із монстрами, карток із предметами, картки з шафою, карток анти-Джокерів (Додаток Б, рис. 2.7, 2.8), картки Забогона (Додаток Б, рис. 2.11), інструкції (Додаток Б, рис. 2.12) та упаковки, що є не лише носіями інформації, а й засобами візуальної комунікації з гравцем. У процесі редизайну не змінювалася механіка гри, однак змінилася її візуальна мова, яка дозволяє дитині легше орієнтуватися в ігровому середовищі та формує глибше естетичне враження. Це відповідає вимогам сучасного дизайну дитячих продуктів, де візуальний контент виконує не лише декоративну функцію, а й дидактичну, емоційну, ідентифікаційну та ергономічну.

Візуальний стиль усіх елементів гри ґрунтується на концепції адаптивного мінімалізму — зображення створені з урахуванням обмеженої кількості деталей, чітких силуетів, впізнаваних форм і м'якої палітри кольорів. Таке рішення є доцільним у контексті дитячого сприйняття: складні багат шарові зображення можуть перевантажувати зорову систему, у той час як лаконічні форми дозволяють зосередитись на суті й швидше розпізнавати персонажів. Усі ілюстрації монстрів у грі виконано у впізнаваному стилі: це кумедні істоти з великими очима, округлими тілами, різьками або вушками, з позитивною або здивованою мімікою. Відсутність агресивних елементів, таких як гострі зуби чи надмірна темрява, дозволяє уникнути формування тривожного образу, що особливо важливо при роботі з дітьми дошкільного віку.

Картки з предметами мають той самий стиль, що й монстри, і зображають об'єкти, які символізують захист, спокій, затишок або знайомі речі з реального життя дитини. Наприклад, іграшка-ведмедик, нічник, м'ячик, флакон або черепаха. Їхній стиль — м'який, округлий, без зайвих деталей. Це робить

предмети зрозумілими навіть для дітей, які ще не навчилися читати. Відсутність тексту на картках повністю компенсується чіткою графічною мовою, адже в цьому віці діти сприймають інформацію передусім візуально, а не вербально. Візуальний об'єм предмета займає переважно центральну частину картки, оточену однотонним чи злегка орнаментованим фоном. Для досягнення візуальної послідовності між картками предметів і монстрів використовувалися спільні принципи побудови об'єктів, їх колірна палітра та логіка пропорцій.

У процесі редизайну дитячої карткової гри «Монстри, до шафи!» особлива увага приділялася візуальній мові окремих ігрових компонентів, зокрема – карткам. Їхнє оформлення стало інструментом комунікації з гравцем-дитиною, забезпечуючи емоційну безпеку, впізнаваність ігрових образів, логічну структуру та естетичну цілісність усієї гри.

Центральним візуальним елементом виступає картка шафи, яка символізує мету гри — повернення монстрів «на місце», тобто до шафи. Образ оформлений як стилізовані дверцята з обличчям монстра: очі, пазуристі лапи, вигнуті ручки та декоративна арка надають персонажу характеру. Вибрана кольорова гама (фіолетовий, жовтий, зелений) має на меті поєднати відчуття таємничості й безпечної фантазії. Фіолетовий фон асоціюється з ніччю, сном, уявою, тоді як жовтий створює теплу контрапозицію страху. М'які графічні елементи у вигляді спіралей і кіл додають глибини без зайвої агресивності, підтримуючи візуальний баланс.

Картка з монстром Зебогоном (у двох варіантах кольорів — зелено-жовтому та синьо-фіолетовому) втілює ідею змінного характеру страху та змінних емоцій дитини. Форма тіла монстра – змієподібна, з довгим язиком і ріжками – створює динамічний силует, що привертає увагу, але завдяки гротескності не викликає реального страху. Зоряний фон, на якому розміщений персонаж, підсилює нічний контекст гри. Такий графічний підхід дає змогу візуально вирізнити цього персонажа серед інших та підкреслити його роль у структурі ігрового процесу.

Не менш важливою є категорія карток анти-Джокерів, до якої входять, зокрема, картка з райдужною шкарпеткою та картка з монстром, що ховається під ковдрою. Ці зображення виконують функцію «позитивного втручання» у гру, протиставляючись страхам. Візуально вони оформлені у теплій кольоровій палітрі: насичені відтінки жовтого, червоного, зеленого створюють приємне емоційне тло. Монстр під ковдрою має великі округлі очі й м'які контури, що викликає асоціації з м'якою іграшкою, а не загрозою. Ковдра, яка огортає монстра, передає відчуття затишку й захищеності. Шкарпетка як об'єкт дитячого побуту теж є символом комфорту, і через насичені кольори та декоративні зірки вона стає своєрідним «оберегом» у грі.

Картки дітей є завершальним компонентом ігрового сету. Вони зображують чотирьох персонажів – двох хлопчиків та двох дівчат з різним кольором волосся – кожен з яких має індивідуальну ковдру. Покривала мають характерні орнаменти: зорі, планети, кульки, що сприяє візуальній ідентифікації та забезпечує легкість запам'ятовування. Усі персонажі зображені із заплющеними очима, що вказує на момент засинання – основну сюжетну лінію гри. Пастельна гама (м'ятний, рожевий, жовтий, блакитний) надає композиції ніжності та спокою, підкреслюючи безпечний та м'який характер гри.

Таким чином, кожен із типів карток у грі несе окреме візуальне навантаження, спрямоване на емоційне залучення дитини, розвиток асоціативного мислення та формування позитивного досвіду взаємодії зі складною, але водночас доброю тематикою «нічних монстрів». Уся система візуальних символів побудована на контрасті «страх — захист», але оформлена в теплій, дружній стилістиці, що є ключовою у дизайні сучасних дитячих ігор.

Зворотна сторона карток «рубашка» у грі «Монстри, до шафи!» є важливим елементом візуальної комунікації, оскільки забезпечує як естетичну завершеність, так і функціональну цілісність усього комплекту. Вона має виконувати одразу кілька завдань: бути впізнаваною, зберігати інтригу до моменту відкриття картки та підтримувати візуальну стилістику гри.

Основна «рубашка» карток, яка використовується для більшості елементів гри (монстри, діти, предмети тощо), оформлена у фіолетово-лавандовій гамі з плавними колами — ці елементи створюють глибину та ефект магічного сяйва. Центр композиції займає логотип гри «Монстри до шафи!» — виконаний у виразному декоративному шрифті з елементами страхітливої динаміки. Він водночас і підсилює фірмову айдентику, і підказує гравцям, що вони тримають справжній ігровий об'єкт. Колірна палітра була обрана з урахуванням тематики ночі, дитячих фантазій і казкової атмосфери, а також з контрастом до лицьових сторін карток для зручності розрізнення.

Окрему увагу заслуговує зворотна сторона картки Зебогона. На відміну від інших, вона побудована за принципом «інверсії» — центральне зображення Зебогона на лицьовій стороні має дзеркальне, негативне відображення на звороті. Такий підхід підсилює містифікацію та драматургію образу: зелений Зебогон має синю інверсійну версію, що ніби символізує його тіньовий бік. Колір фону змінюється з денного до нічного — із глибокого темно-синього з зірками, що додає напруги і виділяє цю картку серед інших. Таким чином, візуальна інверсія рубашки підсилює ігрову значущість Зебогона та надає додаткової глибини образу.

У випадку карток-антиподів (наприклад, з веселкою), зворотна сторона витримана в єдиному стилі з загальною «рубашкою», але у світлішій колірній палітрі — світло-зелене тло зі зірками, що символізує позитив, тепло і надію. Вона створена для карток, що мають «добру» функцію — наприклад, прогнати страхи, підтримати дитину. Це візуально комунікує функцію картки ще до її відкриття.

Отже, зворотна сторона карток у грі «Монстри, до шафи!» виконує не лише декоративну, а й концептуальну роль: вона підтримує настрій гри, підсилює атмосферу фантазії й страху, водночас підказуючи гравцю до якої категорії належить картка — агресивної чи допоміжної, основної чи спеціальної. Завдяки продуманій графічній мові, «рубашка» стає невід'ємною частиною візуального наративу гри.

Інструкція як складова візуальної комунікації гри. Інструкція до гри «Монстри, до шафи!» розроблена як візуально й текстово дружній елемент, що не тільки пояснює правила, але й занурює гравця в атмосферу гри. Вона оформлена у стилістиці гри, з використанням характерних кольорів, шрифтів та ілюстрацій, що підтримують єдність візуальної мови всього комплекту.

На обкладинці інструкції представлений заголовний арт із логотипом гри, центральною шафою та ключовими персонажами — це створює перше враження і задає настрій гри. Текст розміщено з урахуванням зручності сприйняття: використано читабельний шрифт, достатній міжрядковий інтервал, поділ на тематичні блоки.

Структура інструкції логічно побудована: спочатку йде короткий опис гри, її мета та вміст коробки, далі — поетапна підготовка до гри, хід гри з прикладами, ситуації з винятками (анти-Джокери, монстр Зебогон), варіанти гри та умови перемоги. Усі етапи супроводжуються ілюстраціями карток і персонажів, що дозволяє навіть дітям або дорослим з мінімальним ігровим досвідом швидко зрозуміти суть.

Особливу увагу приділено розміщенню ігрового поля: на внутрішній сторінці інструкції (с. 3) передбачено місце для схеми або прикладового візуального макету. Це дає змогу гравцям зорієнтуватися в розташуванні елементів під час першої партії.

Таким чином, інструкція в цьому проєкті є не лише супровідним документом, а повноцінним елементом графічної системи гри, що поєднує інформаційну функцію з естетичним та емоційним залученням гравця.

Окремим етапом у розробці дизайну гри стало створення упаковки. Враховуючи, що саме коробка є першим елементом, з яким стикається гравець, її дизайн виконує функцію презентації, емоційної зацікавленості та формування першого враження. У дизайні упаковки збережено кольорову палітру гри: домінуючий фіолетовий фон з акцентами жовтого, бірюзового, рожевого. На лицьовій стороні розміщено логотип гри, стилізований під дитячий почерк, а також зображення кількох монстрів. Візуальна насиченість коробки не

перевищує допустимих меж: фон має градієнт, декоративні елементи - мінімальні, фокус робиться на назві та ключових персонажах. За словами фахівців, упаковка дитячої гри повинна поєднувати емоційну виразність з лаконічністю, не перевантажуючи дитину зайвими візуальними подразниками.

Особливу увагу приділено формі й конструкції коробки. Вона вертикальна, відкривається як класична кришка, без магнітів чи зайвих механізмів. Такий формат зручний для дітей: легкий у користуванні, не потребує додаткових інструкцій або допомоги дорослих. Розмір підбрано таким чином, щоб коробку було зручно тримати навіть дитині дошкільного віку. Усередині передбачено просту структуру для зберігання карток, без окремого органайзера, що дозволяє уникнути втрати дрібних деталей. Матеріал коробки - щільний ламінований картон, стійкий до згинання і потертостей, що відповідає стандартам якості для дитячих товарів. Як зазначено в дослідженні Марченко П. І., використання якісного матеріалу упаковки підвищує життєвий цикл гри та зменшує ризик механічних пошкоджень при активному використанні.

У цілому, всі візуальні елементи гри побудовані на базі єдиного стилістичного рішення, що створює впізнавану айдентику продукту. Завдяки збереженню стилю в кожному компоненті — від картки до коробки та ігрового поля — створено цілісний візуальний світ, у якому дитина може вільно орієнтуватися. Такий підхід відповідає сучасним підходам до розробки дитячих продуктів, де важливо забезпечити не лише функціональність, а й зорову гармонію, емоційну чутливість і графічну естетику.

Редизайн гри «Монстри, до шафи!» доводить, що грамотне опрацювання візуальної складової значною мірою впливає на загальне сприйняття продукту. Зображення монстрів і предметів, структура карток, кольорова гама, композиційна логіка, ігрове поле та дизайн упаковки формують не просто набір ігрових елементів, а цілісний, завершений графічний світ, що сприймається дитиною як дружній, цікавий і комфортний простір. Це сприяє не лише тривалому інтересу до гри, а й формуванню естетичного смаку, розвитку візуальної пам'яті, уваги та асоціативного мислення.

Висновки до розділу II

У другому розділі дипломного дослідження було здійснено глибоку практичну розробку редизайну дитячої карткової гри «Монстри, до шафи!», яка охопила три взаємопов'язані складові: концептуальне оновлення графічної ідентичності гри, візуально-стилістичну трансформацію основних елементів та адаптацію карткового й пакувального дизайну до сучасних вимог дитячого ринку. Проведене проєктне дослідження дало змогу зробити низку ключових висновків, які розкривають значення редизайну не лише як інструменту естетизації, але й як засобу покращення користувацького досвіду, емоційної залученості та педагогічного потенціалу продукту.

В основу редизайну було закладено ідею створення більш дружнього, зрозумілого й емоційно безпечного ігрового середовища. Як показано у підпункті 2.1, оновлення гри не передбачало зміни її механіки, але дозволило здійснити глибоку ревізію смислових акцентів та візуальної комунікації. Центральним рішенням стало відображення монстрів не як носіїв страху, а як персонажів із індивідуальними особливостями, які викликають співпереживання, симпатію й бажання допомогти. Це повністю відповідає принципам емоційно орієнтованого дизайну, які сьогодні дедалі активніше застосовуються у сфері створення дитячих ігор. У ході редизайну кожен монстр отримав унікальну графічну форму, кольорову палітру та виразну міміку, що дозволяє дітям асоціюватися з ними та знижує рівень тривожності під час гри.

Процес формування візуальної стилістики був докладно розкритий у підрозділі 2.2. На основі аналізу графічних трендів та потреб цільової аудиторії було обрано стилістику піксель-арту з модернізованими елементами. Такий підхід дозволяє досягти графічної простоти й одночасно забезпечити деталізацію, яка є необхідною для формування впізнаваних образів. Піксельна мова створює ефект близькості, інколи навіть ностальгії, для батьків, які часто є ініціаторами придбання гри, а для дітей - це весела, зрозуміла, ненав'язлива візуальна система. Важливим рішенням було уникнення агресивних форм та

контрастів, що, за висновками психологів, може сприяти зменшенню втоми та підвищенню зацікавленості дітей до участі у грі.

Особливе місце у проєктній розробці посіла робота над кольоровим оформленням. Як свідчать дослідження у сфері дитячого сприйняття кольору, палітра гри має прямий вплив на емоційний стан гравців, їхню здатність до концентрації та довготривалої участі в ігровому процесі. У редизайні гри «Монстри, до шафи!» була застосована гармонійна кольорова система з переважанням фіолетових, м'ятних, блакитних та жовтих відтінків. Вони були обрані з урахуванням принципів контрастності, впізнаваності, а також ергономіки зорового навантаження.

Окрім персонажів, було здійснено оновлення усіх додаткових візуальних елементів - предметів, фонів, піктограм. Усі вони були виконані в єдиній стилістиці, що забезпечує візуальну цілісність продукту. Як зазначає Литовченко В. Г., один із провідних фахівців у сфері дизайну дитячих продуктів, візуальна консистентність є запорукою формування довіри до продукту в очах дитини та її батьків. Саме завдяки цьому гра сприймається як завершене, логічно вибудоване середовище, а не набір розрізнених візуальних об'єктів.

Підпункт 2.3 був присвячений аналізу карткових елементів, упаковки та ігрового поля. Картки - ключова складова гри, що потребує особливої уваги в контексті редизайну. У новій версії вони були розроблені з урахуванням ергономічності, зручності візуального сприйняття, швидкої орієнтації у правилах. Структура картки має чітко розділені блоки: ілюстрацію персонажа, умовний текстовий блок та піктограму. Такий поділ відповідає принципу «інформаційної ієрархії», коли основна візуальна інформація сприймається першою, а другорядна - підтримує її.

Ігрове поле та упаковка також були суттєво змінені у візуальному плані. Поле було стилізоване як частина дитячої кімнати: шафа, поличка, килимок, що допомагає гравцеві перенестись у знайоме й комфортне середовище. Палітра кольорів гри логічно продовжується на полі, створюючи ефект занурення. Коробка була оформлена з урахуванням функціональної зручності: вертикальна

форма, якісний ламінований картон, спрощена конструкція. Вона зберігає логіку стилістики та служить не лише пакувальним засобом, а й своєрідною візитівкою гри.

Редизайн гри «Монстри, до шафи!» продемонстрував, що графічне оновлення дитячого продукту має далекосяжні наслідки. Йдеться не лише про зміну вигляду, а про трансформацію всього досвіду взаємодії дитини з ігровим середовищем. Візуальні образи, адаптовані до вікових та психологічних особливостей, забезпечують краще засвоєння правил гри, сприяють розвитку уяви, формуванню емоційної компетентності та вмінню комунікувати.

Додатково варто відзначити інклюзивність як одне з ключових завдань проєкту. Зображення персонажів-дітей різної зовнішності, етнічного походження, з елементами фізичної особливості (окуляри, слуховий апарат тощо) сприяють формуванню толерантного середовища та розуміння різноманітності. Такий підхід відповідає принципам сучасної педагогіки та цінностям інклюзивного дизайну.

Узагальнюючи результати, можна зазначити, що редизайн гри «Монстри, до шафи!» не лише підвищив естетичну привабливість продукту, а й забезпечив глибший рівень залученості користувача, емоційну безпеку, а також розширив можливості комунікації гри з дитиною. Застосовані графічні рішення підтверджують ефективність поєднання дизайнерського та педагогічного підходів, коли форма не відокремлена від змісту, а є його прямим продовженням.

У майбутньому потенціал цього редизайну може бути використаний для створення інших адаптивних ігор, зокрема для дітей з особливими освітніми потребами, або для цифрових форматів гри - додатків, інтерактивних платформ, мультиплікаційних продуктів. Це свідчить про широку гнучкість візуальної концепції та її готовність до масштабування. Таким чином, проведене дослідження доводить, що грамотний редизайн дитячої гри - це не косметична зміна, а серйозне міждисциплінарне завдання, яке потребує знань у сфері графічного дизайну, дитячої психології, педагогіки та комунікацій.

ВИСНОВКИ

У кваліфікаційній роботі було здійснено повноцінне дослідження, присвячене розробці редизайну дитячої карткової гри «Монстри, до шафи!», з урахуванням історичного контексту, сучасних тенденцій візуального оформлення, аналітики ігрового ринку та специфіки сприйняття дитячої аудиторії. У результаті виконано комплексний проєкт, що поєднує теоретичне обґрунтування з практичною реалізацією авторського дизайну.

У першому розділі проаналізовано етапи становлення дитячих настільних ігор, розглянуто історію їх виникнення та розвитку. Проведено порівняльний аналіз популярних сучасних карткових ігор, подібних за типологією та цільовою аудиторією, визначено їхні особливості, сильні та слабкі сторони. Також охарактеризовано основні потреби і вподобання користувачів вікової категорії 4–8 років, сформовано психологічний портрет гравця, що дозволило коректно адаптувати візуальні та композиційні рішення до запитів цільової аудиторії.

У другому розділі здійснено практичну реалізацію редизайну гри. Було оновлено концепцію персонажів-монстрів відповідно до сучасних вимог ілюстративного стилю. В основі візуальної мови - яскрава кольорова палітра, округлі форми, виразна міміка, що підвищують емоційний відгук у дитини. Розроблено повний комплект оновлених карткових елементів, включаючи картки монстрів, предметів та героїв, кожна з яких витримана у єдиній графічній стилістиці. Дизайн упаковки та гравального поля було гармонізовано з загальним візуальним стилем гри.

Під час створення ілюстрацій враховано психологічні аспекти дитячого сприйняття кольору, форми, пропорцій, а також ергономічні чинники, що впливають на зручність використання ігрових компонентів. Завдяки модульному підходу до композиції забезпечено візуальну впізнаваність, простоту орієнтування та збереження єдності стилю. Значна увага приділялася досягненню інклюзивності - персонажі не мають чітко виражених ознак статі,

раси чи інших маркерів, а візуальна мова гри залишається відкритою до інтерпретацій.

Упаковка гри оформлена відповідно до сучасних вимог ринку: продумана форма, барвисті графічні елементи, зручність використання та безпечні матеріали. Гра набула нового іміджу, який підвищує її привабливість для батьків, педагогів і дітей.

Загалом, розроблений дизайн значно розширює функціональні можливості гри: покращує естетичне сприйняття, сприяє емоційній залученості та полегшує процес запам'ятовування ігрових елементів. Візуальний стиль роботи відповідає принципам гуманного дизайну, орієнтованого на дитину, та поєднує креативність із прикладним підходом. Реалізоване графічне рішення демонструє вміння комплексно працювати з темою, створювати дизайн-продукт, орієнтований на конкретного споживача, та гармонійно поєднувати естетику з функціональністю.

Таким чином, поставлену мету роботи — створення оновленого графічного дизайну дитячої карткової гри з урахуванням вікових та емоційних особливостей цільової аудиторії — було успішно досягнуто. Практична цінність проєкту полягає у можливості його подальшої адаптації до комерційного тиражування або розширення у форматах доповнень, тематичних серій чи цифрової версії.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Павелків Р. В., Цигипало О. П. Дитяча психологія. – Рівне: РДГУ, 2018. – 248 с..
2. Донован, Т. (2017). Це все гра: Історія настільних ігор від «Монополії» до «Поселенців Катана». Atlantic Monthly Press.
3. " Китайські гральні карти " Wikipedia
https://en.wikipedia.org/wiki/Chinese_playing_cards
4. Кириченко Р. В., Кисорець І. В. Вплив кольору на емоційний стан дитини // Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку: збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції, м. Переяслав, 20 грудня 2022 року. – Вип. 83. – Переяслав: Університет Григорія Сковороди в Переяславі, 2022. – С. 82–85.
<https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23274>
5. Piaget, J. (1951). *Play, dreams and imitation in childhood*. New York: W. W. Norton & Company.
6. Костер, Р. (2004). Теорія веселощів для геймдизайну. Paraglyph Press.
7. Dobble // Wikipedia : вільна енциклопедія. – Режим доступу:
<https://en.wikipedia.org/wiki/Dobble>
8. О'Ніл, Д. К., & Холмс, П. Е. (2021). Потенціал настільних ігор для багатогранного навчання у дітей молодшого віку. *American Journal of Play*, 14(1), 58–83.
9. Неціковський, Д. М. (2023). Ігровий дизайн на уроках. ТОВ «Брайт Чайлд Букс.
10. Monster Match Вікіпедія https://de.wikipedia.org/wiki/Monster_Match
11. Moya-Higueras, J., Ibarz-Estévez, A., & Montanera, R. (2023). Just Play Cognitive Modern Board and Card Games, It's Going to Be Good for Your Executive Functions: A Randomized Controlled Trial with Children at Risk of Social Exclusion. *Children*, 10(9), 1492.

- 12.Розвиваюча гра «Форми предметів» Wunderkiddy
<https://wunderkiddy.com/uk/material/shapes-of-objects>
- 13.Гуцало, В. Вікові особливості дітей 5-6 років (старша група). Вікі ЦДУ
[https://wiki.cusu.edu.ua/index.php/Гуцало_5.4.Вікові_особливості_дітей_5-6_років\(старша_група\)](https://wiki.cusu.edu.ua/index.php/Гуцало_5.4.Вікові_особливості_дітей_5-6_років(старша_група))
- 14.Павелків Р. В. Гра як провідна діяльність дошкільника / Р. В. Павелків.
<https://www.annadomina.com/studentam/pershodzherela/gra-yak-providna-diyalnist-doshkilnika/>
- 15.Альшейл, М., Александровський, Д. та Герлінг, К. (2023). Проектування для відмови від участі: Виклики та можливості ігрового дизайну для підтримки виходу дітей з гри.
- 16.Норман, Д. (2004). Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. New York: Basic Books.
- 17.Психологічні аспекти вибору дитячих інтерактивних ігор та їх вплив на розвиток дитини // Психологічний портал. – 2018.
<https://psychologist.com.ua/psixologichni-aspekti-viboru-dityachix-interaktivnix-igor-yak-vplivayut-na-rozvitok-ditini>
- 18.Саксон, С. (1969). Гама ігор. Random House.
- 19.Гріньова О.М., Фараон О.В. Психологічні особливості уваги у дітей старшого дошкільного віку // Вісник психології і соціальної педагогіки. – 2013.
https://www.psyh.kiev.ua/Гріньова_О.М.,Фараон_О.В._Психологічні_особливості_уваги_у_дітей_старшого_дошкільного_віку
- 20.Кириченко Р. В., Кисорець І. В. Вплив кольору на емоційний стан дитини // Вітчизняна наука на зламі епох: проблеми та перспективи розвитку: збірник наукових праць за матеріалами Всеукраїнської науково-практичної Інтернет-конференції 2022. - С. 82-85.
<https://er.knutd.edu.ua/handle/123456789/23274>
- 21.Parents.com. (2023). Найкращі сімейні настільні ігри, які змусять ваших дітей забути про екрани.

22. Вудс, С. (2012). Євроігри: Дизайн, культура та гра в сучасні європейські настільні ігри
23. Графічний дизайн - Вибірковий курс Google Sites
<https://sites.google.com/view/grdesign99/>
24. Селінкер, М. (2011). Посібник з дизайну настільних ігор «Коболд». ТОВ «Відкритий Дизайн».
25. Лісневська Н. Особливості впливу кольору на дітей дошкільного віку // Педагогічні науки: теорія, історія, інноваційні технології. - 2020. - №1 (95). – С. 73–78.
26. Мейерс, К. (2008). Paid to Play: Бізнес ігрового дизайну. Lulu.com.
27. Настільна гра "Монстри, до шафи!" Tricky Fox
<https://trickyfox.com.ua/product/monstry-marsh-v-shkaf-monster-chase>
28. Павелків Р. В., Цигипало О. П. Дитяча психологія. – Рівне: РДГУ, 2018. – 248 с.
29. П'єтт, Е., Стівенсон, М., Соемерс, Д. Д. Н. Д., та Браун, К. (2021). Загальні концепції настільних ігор.
30. Гавриш Н. В., Рагозіна В. В., Васильєва С. А. Виховання дітей раннього віку в закладах дошкільної освіти різних типів. – Кропивницький: ІМЕКС-ЛТД, 2021. – 256 с. <https://lib.iitta.gov.ua/729028/>
31. Гайна, Р. Д., Балла, М., Докхорн, А., Монтоліу, Р. та Перес-Лієбана, Д. (2020). Розробка та впровадження TAG: система настільних ігор.
32. Белл, Р. К. (1979). Настільні та настільні ігри багатьох цивілізацій. Dover Publications.
33. Кулін, С. (1895). Корейські ігри: З нотатками про відповідні ігри в Китаї та Японії. Університет Пенсильванії.
34. Книга ігор. (1283). Книга ігор. На замовлення Альфонса X Кастильського.
35. Пілон, М. (2015). Монополісти: Одержимість, лють і скандал за найулюбленішою настільною грою у світі. Bloomsbury USA.
36. Ігнатенко С. А. Особливості зорового сприйняття дітей дошкільного віку // Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету.

- Серія: Педагогічні науки. – 2018. – Вип. 1. – С. 279–281
<https://dspace.bdpiu.org.ua/handle/123456789/2478>
- 37.Дін, Є. (2018). Заради любові до настільних ігор. Ігри «Ластівчин хвіст».
- 38.Ігри Гібсона. Дитячі та сімейні настільні ігри.
- 39.Моя-Нігуєрас, J., Ібарз-Есте́вез, А., & Монтанера, R. Just Play Cognitive Modern Board and Card Games, It's Going to Be Good for Your Executive Functions: A Randomized Controlled Trial with Children at Risk of Social Exclusion // *Children*. – 2023. – Vol. 10, No. 9. – Article 1492. – Режим доступу: <https://doi.org/10.3390/children10091492>
- 40.Ігнатенко С. А. Особливості зорового сприйняття дітей дошкільного віку // Наукові записки Бердянського державного педагогічного університету. Серія: Педагогічні науки. – 2018. – Вип. 1. – С. 279–281.
<https://dspace.bdpiu.org.ua/handle/123456789/2478>
- 41.Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі Колектив авторів
https://er.knutd.edu.ua/bitstream/123456789/19916/1/GDIVP_mono_2022.pdf
- 42.Brovchenko A. and oth. The system of continuous design education in Ukraine in the context of higher education modernization. Multidisciplinary Science Journal. 2023. Vol.5. DOI:<https://doi.org/10.31893/multiscience.2023ss0508> (Scopus)
- 43.Kardash O. Attractive elements of eco-design in the tourism industry E3S Web Conf. Volume 587, 2024, Article Number 05003, Number of page(s) 10. DOI <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202458705003>
- 44.Karpov V. Eidetics of the human art in the context of the neuroart. Cultural and arts studies of national academy of culture and arts management : collective monograph / O. S. Afonina, P. E. Herchanivska, Zh. Z. Denysiuk, V. P. Diachuk, etc. Lviv-Torun : Liha-Pres, 2019. P. 117-133 (Web of Science)
- 45.Karpov V. Ukrainian historiography of museum sociology. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва: наук. журнал. К.: Міленіум, 2016. № 3. С.3-8. (Web of Science)

46. Karpov V., Syrotynska N. Medieval and contemporaneity world-visual and art parallels. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва: наук. журнал. К.: Міленіум, 2018. № 2. С. 117-183. (Web of Science)
47. Апішева А. Ш. Психологічні основи ергономіки і дизайну: комплекс навчально-методичного забезпечення для підготовки бакалаврів всіх спеціальностей за денною формою навчання / А. Ш. Апішева. – Київ : КПІ ім. Ігоря Сікорського, 2017. – 34 с. – Режим доступу: <https://psy.kpi.ua/wp-content/uploads/2017/04/Психологічні-основи-ергономіки-і-дизайну.pdf>
48. Karpov V., Syrotynska N. Mythology of aesthetics: assembly of antiques musts and laws of neurostetics. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва: наук. журнал. К.: НАКККиМ, 2019. № 4. С. 59-63. (Web of Science)
49. Karpov V., Syrotynska N. Neuroart in the context of creativity. Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтва: наук. журнал. К.: Міленіум, № 1. С. 21-36. (Web of Science)
50. Балабуха Н. М., Здор О. Г., Радько К. В. Проекти з дизайну книги студентів Університету Грінченка у виставковому просторі Музею книги і друкарства України. Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції «Актуальні проблеми сучасного дизайну» (25 квітня 2024 р. м. Київ). Київ, 2024. Т. 1. с. 74-77. 3. Балабуха Н.М., Здор О.Г

ДОДАТКИ

Додаток А



Рис. 1.1 Оригінальна гра «Монстри до шафи!»



Рис. 1.2 Картки оригінальної гри «Монстри до шафи!»

Додаток Б



Рис. 2.1 Оновлений дизайн упаковки настільної дитячої карткової гри «Монстри, до шафи!»



Рис. 2.2. Оновлена версія карток монстрів



Рис. 2.3 Оновлена версія карток іграшок



Рис. 2.4 Лицева та зворотна сторона картки монстрів



Рис. 2.5 Лицева та зворотна сторона картки іграшок



Рис. 2.6 Карта шафи



Рис. 2.7 Карти анти-Джокера

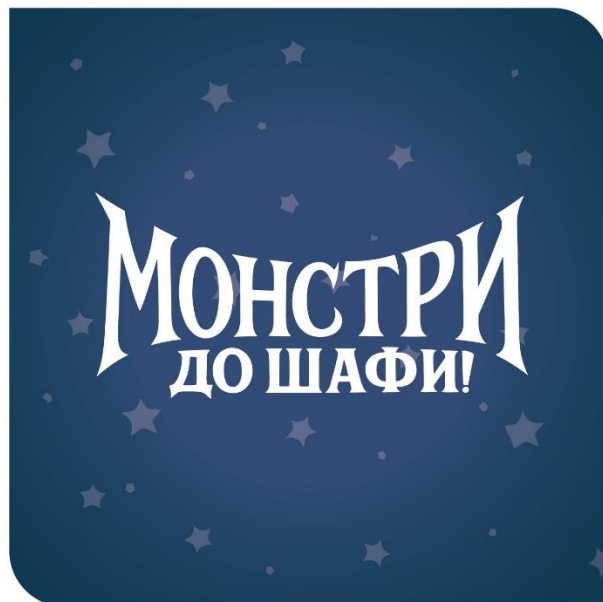


Рис. 2.8 Лицева та зворотна сторона картки анти-Джокера



Рис. 2.9 Картки дітей



Рис. 2.10 Лицева та зворотна сторона картки дітей



Рис. 2.11 Лицева та зворотна сторона картки Зебогона

Правила гри



Рис. 2.12 Правила гри

Шрифти

Noteworthy (Light)
 Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Ее Жж Зз Ии
 Іі Її Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу
 Фф Хх Ц ц Ц ц Чч Шш Щщ Ъ ъ Юю Я я
 1234567890 !?@#%

Marker Felt (Thin)
 Аа Бб Вв Гг Гг Дд Ее Ее Жж Зз Ии
 Іі Її Кк Лл Мм Нн Оо Пп Рр Сс Тт Уу
 Фф Хх Ц ц Ц ц Чч Шш Щщ Ъ ъ Юю Я я
 1234567890 !?@#%

Кольори



Патерни



Рис. 2.13 Шрифти, кольори, патерни