

ПРИВАТНИЙ ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД  
УКРАЇНСЬКИЙ ГУМАНІТАРНИЙ ІНСТИТУТ  
Кафедра графічного дизайну

*Допущено до захисту:*

*В.о. завідувача кафедри*

«\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_р.

\_\_\_\_\_ Валерій  
БУЛАТОВ

Курсова робота на тему:  
«Створення багатосторінкового поліграфічного видання. Настільна гра  
«Блеф Шпигунів»»

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

\_\_\_\_\_ Юліана ДОМАНСЬКА

*Роботу виконано:*

студентка групи ДЗ-21

Спеціальність 022 «Дизайн»

Юліана ДОМАНСЬКА

*Науковий керівник:*

Старший викладач графічного дизайну

Валерій БУЛАТОВ

Оцінка:

Національна шкала: .

Кількість балів: \_\_\_\_\_

ЄКТС: \_\_\_\_\_

## ЗМІСТ

АНОТАЦІЯ.....	3
ANNOTATION .....	4
ВСТУП .....	5
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО НАСТІЛЬНІ ІГРИ .....	7
1.1. Історія виникнення настільних ігор .....	7
1.2. Поняття, елементи, концепції та види настільних ігор.....	9
1.3. Основи процесу створення настільних ігор .....	11
1.4. Аналіз настільних ігор..... <b>Помилка! Закладку не визначено.</b>	3
1.5. Аналіз фірмового стилю.....	18
РОЗДІЛ 2. ВИБІР АНАЛОГІВ.....	244
2.1. Вибір теми та підбір аналогів .....	244
2.2. Вибір прототипу за темою настільної гри.....	277
2.3. Підготовка до створення настільної гри.....	299
РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТУВАННЯ НАСТІЛЬНОЇ ГРИ ЗА ТЕМОЮ «Блеф Шпигунів».....	311
3.1. Вибір кольорової гама.....	311
3.2. Вибір шрифтів .....	311
3.3. Створення дизайну упакування .....	322
3.4. Дизайн-проектівня елементів гри.....	34
ВИСНОВОК.....	39
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	40
ДОДАТКИ.....	42

## АНОТАЦІЯ

Цей курсовий проект спрямований на розробку настільної гри з метою надання платформи для спільного проведення часу з друзями і не тільки, ідей та знань у конкретній галузі або серед певної аудиторії. Настільна гра буде спрямована на забезпечення високоякісного контенту, який висвітлюватиме різноманітні аспекти тематики настільних ігор, а також заохочуватиме до дискусій та розвитку інновацій у цій сфері.

У процесі розробки настільної гри досліджуватимуться різноманітні аспекти її створення, включаючи визначення тематичної спрямованості, створення структури, вибір методів внутрішньої структури, ознайомлення з різними видами ігор .

Важливою складовою цього проекту буде розробка внутрішньої частини гри, її мету та елементів гри, яка забезпечить зручний процес проведення часу та зацікавить людей до придбання цього продукту. Також розглянеться можливість використання сучасних технологій та інтерактивних елементів для покращення користувацького досвіду.

В завершальному етапі розробиться повністю настільна гра, яка буде готова до друку.

**Ключові слова:** настільна гра, розробка, друзі, дискусії, тематична спрямованість, елементи гри, зручність, зацікавленість, сучасні технології, інтерактивні елементи, користувацький досвід, друк

## ANNOTATION

This course project is aimed at developing a board game with the purpose of providing a platform for spending quality time with friends and beyond, as well as sharing ideas and knowledge within a specific field or among a particular audience. The board game will focus on delivering high-quality content that highlights various aspects of board game themes while encouraging discussions and fostering innovation in this domain. During the development process of the board game, various aspects of its creation will be explored, including defining its thematic direction, designing its structure, selecting methods for its internal framework, and studying different types of games. A key component of this project will be the development of the game's internal elements, its objectives, and its components, ensuring a convenient and engaging experience that will attract people to purchase the product. Additionally, the potential use of modern technologies and interactive elements to enhance the user experience will be considered. In the final stage, a fully developed board game will be created, ready for printing.

**Keywords:** board game, development, friends, discussions, thematic direction, game elements, convenience, engagement, modern technologies, interactive elements, user experience, printing

## ВСТУП

**Актуальність теми.** Настільні ігри, будучи відображенням творчого та інтелектуального потенціалу суспільства, є важливим елементом сучасної культури дозвілля, що активно інтегрується у повсякденне життя людей. З моменту їх появи настільні ігри слугують платформою для соціальної взаємодії, розвитку стратегічного мислення та обміну ідеями, сприяючи розвитку як індивідуальних, так і колективних навичок. Саме завдяки своїй здатності поєднувати розваги з інтелектуальними викликами, настільні ігри стають цінним інструментом для спілкування, навчання та творчого самовираження.

Розробка настільної гри під назвою «Блеф шпигунів» – це не просто створення чергового продукту для розваг, а й процес, що вимагає глибокого аналізу тематики, аудиторії, ігрових механік та цілей. Від успіху цього процесу залежить не лише популярність гри, а й її здатність залучати гравців до активної взаємодії та стимулювати інтерес до шпигунської тематики. Таким чином, цей курсовий проект, зосереджений на створенні настільної гри «Блеф шпигунів», має на меті дослідження та розробку всіх аспектів, необхідних для успішного створення гри, яка буде одночасно захоплюючою, інноваційною та доступною для широкої аудиторії. **Мета курсової роботи** – розробка настільної гри «Блеф шпигунів» полягає у визначенні тематичної спрямованості: вибір актуальної шпигунської тематики, що зацікавить цільову аудиторію. Структурування гри: Розробка логічної структури гри з чітким поділом на етапи, правила та механіки. Розробка ігрових елементів: створення компонентів гри, таких як карти, фішки чи ігрове поле, що забезпечать захоплюючий ігровий процес. Визначення мети гри: формулювання цілей і завдань для гравців, які стимулюватимуть стратегічне мислення та взаємодію. Інтеграція сучасних технологій: використання інноваційних підходів та інтерактивних елементів для покращення ігрового досвіду. Остаточною метою є створення повноцінної настільної гри «Блеф шпигунів», готової до друку та

розповсюдження, яка сприятиме цікавому дозвіллю та розвитку соціальних і когнітивних навичок гравців.

### **Завдання курсової роботи:**

1. Загальні відомості про настільні ігри: дослідження історії настільних ігор в цілому та специфіки обраної шпигунської тематики. Вивчення етапів розвитку настільних ігор та їхнього впливу на суспільство і культуру дозвілля.
2. Вибір аналогів: аналіз і огляд існуючих настільних ігор з схожою тематикою. Визначення їхніх особливостей, сильних та слабких сторін.
3. Проектування настільної гри за темою «Блеф Шпигунів»: Розробка концепції настільної гри «Блеф Шпигунів», визначення її мети та цільової аудиторії. Вибір формату гри та дизайну її компонентів. Планування структури гри, ігрових механік та етапів. Визначення стратегій залучення гравців та створення цікавого ігрового досвіду. Вирішення питань використання сучасних технологій та інтерактивних елементів для покращення взаємодії з гравцями.

# РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ВІДОМОСТІ ПРО НАСТІЛЬНІ ІГРИ

## 1.1. Історія виникнення настільних ігор

Історія виникнення настільних ігор пов'язана з розвитком людської культури та потребою в розвагах і соціальній взаємодії, що сягає тисячоліть назад. При цьому розрізняють такі етапи розвитку.

1-й етап. Зародження настільних ігор у стародавніх цивілізаціях:

Початки настільних ігор можна простежити до IV–III тисячоліття до н.е., коли з'явилися перші відомі ігри, що використовувалися як для розваг, так і для ритуальних цілей. Одним із найдавніших прикладів є гра Сенет у Стародавньому Єгипті [1].

Сенет (близько 3100 до н.е.): ця єгипетська гра, знайдена в гробницях фараонів, вважається однією з перших настільних ігор у світі. Сенет складався з ігрового поля з 30 клітинок і фішок, а його правила, ймовірно, поєднували стратегію та везіння, символізуючи подорож душі в потойбічний світ.

Королівська гра Ура (близько 2600 до н.е.): виявлена в Месопотамії, ця гра мала ігрове поле з 20 клітинок і використовувала кубики та фішки. Вона була популярною серед знаті й слугувала як розвагою, так і способом демонстрації статусу.

2-й етап. Розвиток стратегічних ігор у Східній Азії:

У I тисячолітті до н.е. з'явилися ігри, що вимагали глибокого стратегічного мислення, зокрема в Китаї та Індії [2].

Го (близько 2000 до н.е.): ця китайська гра, відома своєю простотою правил і глибиною стратегії, використовувала чорні та білі камені на сітці 19x19. Го стала не лише розвагою, а й інструментом розвитку інтелекту та філософських ідей.

Чатуранга (близько 600 н.е.): індійська гра, що стала прабатьком сучасних шахів, відображала військову стратегію з фігурками, які символізували армію (піхота, кіннота, слони, король). Вона поширилася на Персію та Європу, еволюціонуючи з часом [3].

3-й етап. Середньовіччя та поява карткових ігор:

У період Середньовіччя настільні ігри набули популярності в Європі, а також з'явилися перші карткові ігри.

Шахи (близько 1200 н.е.): європейська версія Чатуранги стала символом інтелектуального двобою. Шахи поширилися серед знаті й духовенства, набуваючи сучасного вигляду до XV століття.

Карткові ігри (близько 1370 н.е.): завезені з Азії через арабський світ, карти стали основою для багатьох ігор, таких як Таро чи азартні розваги, що швидко завоювали популярність серед усіх верств населення [4].

4-й етап. Індустріальна революція та масове виробництво:

У XIX столітті завдяки технологічному прогресу настільні ігри стали доступними широкій аудиторії.

Монополія (1935, прототип 1903): створена Елізабет Магі як «The Landlord's Game» для демонстрації економічних принципів, ця гра стала однією з найвідоміших у світі після комерційного випуску компанією Parker Brothers.

Скрабл (1938): розроблена Альфредом Баттсом, ця гра зі словами стала популярною завдяки поєднанню інтелектуального виклику та простоти, адаптуючись до багатьох мов.

5-й етап. Сучасність і ренесанс настільних ігор:

У XX–XXI століттях із появою нових технологій і зростанням інтересу до соціальних розваг настільні ігри переживають відродження [5].

Колонізатори (1995): гра Клауса Тойбера стала символом сучасного «євроігорного» стилю, де акцент робиться на стратегії та взаємодії, а не на везінні.

Картки проти людяності (2011): ця гра, створена групою друзів через краудфандинг, показала, як сучасні технології та гумор можуть зробити настільні ігри масовим явищем.

Таким чином, історія настільних ігор відображає еволюцію людської культури, від ритуальних практик до складних інтелектуальних і соціальних розваг, що продовжують впливати на суспільство.

## **1.2. Поняття, елементи, концепції та види настільних ігор**

Настільна гра є одним із найдавніших і найпопулярніших видів розваг, що відіграє значну роль у соціальній взаємодії, розвитку інтелектуальних здібностей та формуванні культурного дозвілля. Це структурована форма гри, яка зазвичай відбувається на спеціально підготовленій поверхні (ігровому полі) з використанням фізичних компонентів і чітко визначених правил. Сучасні настільні ігри мають багату історію та широкий спектр форматів, що охоплюють різні тематики — від стратегії та логіки до фантастики й гумору [6].

Елементи настільних ігор складаються з різноманітних компонентів, які формують їхню структуру та визначають ігровий процес. До таких елементів належать ігрове поле, карти, фішки, кубики, правила гри та інші матеріали, що створюють унікальний досвід для гравців [7].

Елементи настільних ігор:

1. Ігрове поле: ігрове поле в грі «Монополія» являє собою квадратну дошку з клітинками, що позначають нерухомість, залізниці та події. Воно оформлене в яскравих кольорах і чітко структуроване, щоб гравці могли легко орієнтуватися в процесі торгівлі та стратегічного планування.

2. Правила гри: у грі «Колонізатори» правила детально описані в інструкції, що включає пояснення механік торгівлі, будівництва та

накопичення ресурсів. Вони є основою для взаємодії гравців і визначають хід гри.

3. Карти: у грі «Уно» карти з цифрами та спеціальними діями (наприклад, «Пропусти хід» чи «Зміни колір») є ключовим елементом, що додає динаміки та непередбачуваності.

4. Фішки та кубики: у грі «Каркасон» фішки (міпли) використовуються для позначення контролю над територіями, а кубиків немає, що підкреслює стратегічний характер гри. У «Dungeons & Dragons» кубики з різною кількістю граней (d20, d6) визначають результат дій гравців.

5. Тематичні компоненти: у грі «Пандемія» карти із зображенням міст і вірусів, а також фігурки дослідників створюють атмосферу боротьби з глобальною епідемією.

У світі настільних ігор існують різні концепції та підходи до їх створення. Такі концепції можуть бути орієнтованими на певні цілі (змагання, кооперація, навчання) або тематики (історія, фантастика, детектив). Концепція також визначає стиль гри — від складних стратегічних до легких розважальних [8].

Концепції настільних ігор:

1. Стратегічна гра: такі ігри зосереджені на плануванні та тактиці. Приклад: «Шахи».

2. Кооперативна гра: у таких іграх учасники працюють разом для досягнення мети. Приклад: «Пандемія».

3. Розважальна гра: ці ігри спрямовані на легке дозвілля та гумор. Приклад: «Картки проти людяності».

4. Освітня гра: такі ігри навчають через ігровий процес. Приклад: «Скрабл».

Настільні ігри мають різні види, що відрізняються за форматом, механіками та способом взаємодії. Традиційні ігри використовують фізичні компоненти, тоді як сучасні можуть інтегрувати цифрові елементи чи існувати у гібридному форматі [9].

Види настільних ігор:

1. Класичні настільні ігри: традиційні ігри з фізичними компонентами. Приклад: «Монополія».
2. Карткові ігри: ігри, що базуються на колодах карт. Приклад: «Покер».
3. Рольові ігри: ігри з глибоким сюжетом і розподілом ролей. Приклад: «Dungeons & Dragons».
4. Гібридні ігри: ігри, що поєднують фізичні та цифрові елементи. Приклад: «XCOM: The Board Game» [10], [11].

### 1.3 Основи процесу створення настільних ігор

Створення настільних ігор є складним і багатограним процесом, який поєднує творчі, аналітичні та технічні аспекти. Цей процес вимагає чіткого планування, співпраці між різними спеціалістами та врахування потреб цільової аудиторії. У даному розділі розглядаються ключові етапи розробки настільних ігор, які забезпечують створення якісного продукту, здатного зацікавити гравців і відповідати сучасним стандартам індустрії.

#### 5. Формування концепції

Першим етапом створення настільної гри є розробка її концепції. На цьому етапі визначається основна ідея гри, її тематика, цільова аудиторія та загальний стиль. Концепція слугує фундаментом, який задає напрямок для всіх наступних етапів розробки. Важливо обрати таку тематику, яка буде актуальною та привабливою для гравців, а також визначити мету гри — чи то розвага, навчання, чи соціальна взаємодія. Наприклад, у грі «Блеф Шпигунів» концепція зосереджена на шпигунській тематиці з акцентом на блеф і дедукцію, орієнтованій на любителів інтриг і стратегічного мислення.

#### 6. Розробка механік

Наступний етап передбачає створення ігрових механік — сукупності правил і принципів, які визначають хід гри та взаємодію між гравцями. Розробники вирішують, які дії будуть доступні учасникам, як досягатиметься мета гри та який баланс між стратегією, випадковістю і динамікою буде оптимальним. Для «Блеф Шпигунів» механіки включають розподіл секретних ролей (шпигуни та агенти), використання підказок і тактики обману, що створює напругу та сприяє активній взаємодії. Цей етап вимагає ретельного продумування, щоб уникнути надмірної складності чи одноманітності.

#### 7. Робота над компонентами

Третій етап присвячений розробці фізичних елементів гри, таких як ігрове поле, карти, фішки, кубики чи жетони. Компоненти повинні відповідати тематиці та бути зручними у використанні. На цьому етапі залучаються художники та дизайнери для створення прототипів. У контексті «Блеф Шпигунів» це можуть бути карти з кодовими іменами, жетони для підрахунку очок і поле з локаціями, які занурюють гравців у шпигунську атмосферу. Важливим є забезпечення функціональності та естетичної привабливості кожного елемента.

#### 8. Дизайн та оформлення

Дизайн настільної гри відіграє ключову роль у формуванні першого враження та зрозумілості її механік. На цьому етапі дизайнери працюють над оформленням компонентів, підбирають кольорову гаму, шрифти та ілюстрації, які підкреслюють тематику гри. Для «Блеф Шпигунів» обрано стиль нуар із темними тонами, що передають таємничість і напругу шпигунського світу. Естетичне оформлення не лише підвищує привабливість гри, але й полегшує сприйняття правил, що є важливим для комфортного ігрового досвіду.

#### 6. Тестування та вдосконалення

Після створення прототипу гра проходить етап тестування, який дозволяє виявити недоліки та оцінити її привабливість. Тестові партії проводяться за участю груп гравців, які надають зворотний зв'язок щодо балансу, зрозумілості правил і загального враження. У випадку «Блеф

Шпигунів» тестування допомагає визначити оптимальну складність блефу та тривалість гри, щоб уникнути зтягнутості чи надмірної простоти. На основі отриманих даних вносяться корективи, що забезпечують якість кінцевого продукту.

#### 7. Виробництво та розповсюдження

Фінальний етап включає підготовку гри до масового виробництва та її поширення. Розробники обирають друкарню, визначають матеріали (наприклад, якісний картон для карт і міцний пластик для фішок), а також організовують пакування. Для «Блеф Шпигунів» важливо використати сучасні технології друку, щоб забезпечити чіткість зображень і довговічність компонентів. Після виробництва гра розповсюджується через роздрібні магазини, онлайн-платформи або краудфандингові кампанії, досягаючи своєї аудиторії.

#### Практичний приклад: створення гри «Блеф Шпигунів»

Процес створення «Блеф Шпигунів» ілюструє застосування описаних етапів. Концепція гри зосереджена на шпигунських інтригах, де гравці блефують і розгадують ролі один одного. Механіки розроблені так, щоб стимулювати дедукцію та соціальну взаємодію, а компоненти — карти з ролями та локаціями — відображають тематику. Дизайн у стилі нуар додає атмосферності, тестування дозволяє збалансувати ігровий процес, а якісне виробництво забезпечує готовність гри до продажу. Таким чином, кожен етап сприяє створенню цілісного продукту, здатного захопити гравців

### 1.3. Аналіз настільних ігор

#### 1. «Бенг!» (Bang!)

Концепція: «Бенг!» — це карткова гра в стилі Дикого Заходу, розроблена Еміліано Скіаррою у 2002 році. Гравці отримують секретні ролі (шериф,

помічник, бандит чи ренегат) і змагаються за перемогу, усуваючи суперників. Тематика вестернів із перестрілками та інтригами робить гру привабливою для шанувальників динамічних ігор із блефом [12].

Механіки: гравці по черзі розігрують карти дій (наприклад, «Бенг!» для атаки, «Промак» для захисту), керуючись своєю роллю та стратегією. Шериф і помічники намагаються знищити бандитів, тоді як бандити полюють на шерифа, а ренегат грає сам за себе. Випадковість (роздача карт) поєднується з тактикою та блефом, що додає грі глибини [13].

Компоненти: гра складається з колоди карт із ролями, персонажами (з унікальними здібностями), картами дій і жетонами здоров'я. Компоненти компактні й портативні, що сприяє легкому зберіганню та транспортуванню.

Дизайн: дизайн виконаний у стилі вестернів: карти прикрашені ілюстраціями ковбоїв, салунів і револьверів із землястими тонами, що створюють атмосферу Дикого Заходу. Простота оформлення допомагає зосередитися на грі, а тематичні деталі підсилюють занурення.

Привабливість: «Бенг!» популярний завдяки швидкому темпу, соціальній взаємодії та елементу блефу, що робить його схожим на «Блеф Шпигунів». Гра ідеальна для великих компаній, але може бути хаотичною через випадковість роздачі карт. Її успіх підкреслює важливість ролей і тактичного обману, що є цінним для розробки шпигунської гри. (рис.1)



Рисунок 1. Настільна гра «Бенг!» (Bang!)

## 2. «Монополія» (Monopoly)

Концепція: "Монополія", створена Елізабет Магі у 1903 році (комерційна версія — 1935, Parker Brothers), є економічною грою, де гравці купують, продають і розвивають нерухомість, прагнучи стати найбагатшим. Тематика капіталізму та конкуренції робить її класикою сімейних ігор [14].

Механіки: гравці кидають кубики, пересуваються по ігровому полю, купують ділянки, будують будинки й готелі та сплачують оренду суперникам. Випадковість (кубики) поєднується зі стратегією (торгівля, інвестування), що створює динамічний, але іноді затягнутий процес. Перемога залежить від управління ресурсами та переговорів.

Компоненти: гра включає ігрове поле з 40 клітинками, карти власності, фішки гравців (наприклад, капелюх, корабель), кубики, іграшкові гроші та жетони будинків і готелів. Компоненти численні, але зрозумілі, що сприяє зануренню в економічну симуляцію.

Дизайн: класичний дизайн "Монополії" із чіткими лініями, яскравими кольорами та простими ілюстраціями залишається впізнаваним. Локалізовані версії (з назвами реальних міст) додають персоналізації, що підсилює зв'язок із гравцями [15].

Привабливість: «Монополія» приваблює своєю доступністю та можливістю грати великою компанією, але її тривалість і залежність від везіння можуть відштовхувати деяких гравців. Успіх гри підкреслює важливість простих, але захоплюючих механік і знайомої тематики. (рис.2)



Рисунок 2. Настільна гра «Монополія» (Monopoly)

### 3. «Пандемія» (Pandemic)

Концепція: «Пандемія», розроблена Меттом Лікоком у 2008 році, є кооперативною грою, де гравці виступають у ролях спеціалістів, які борються з глобальними епідеміями. Тематика порятунку світу від хвороб робить гру актуальною та емоційно зарядженою. [16]

Механіки: гравці спільно пересуваються по карті, лікують міста, обмінюються картами та шукають ліки від чотирьох хвороб. Механіка «спалахів» додає напруги, коли хвороба поширюється через невчасні дії. Кооперативний формат вимагає командної роботи й стратегічного планування.

Компоненти: гра включає ігрове поле (карта світу), карти подій і хвороб, фігурки гравців, кубики інфекції та маркери. Компоненти деталізовані й тематично пов'язані з боротьбою проти пандемій.

Дизайн: дизайн виконаний у реалістичному стилі: карта світу з назвами міст і кольорові кубики хвороб створюють відчуття глобальної кризи. Чітке оформлення допомагає швидко орієнтуватися в стані гри. [17]

Привабливість: «Пандемія» приваблює своєю кооперативною природою та складністю, що вимагає співпраці. Вона ідеальна для гравців, які люблять виклики, але може бути складною для новачків. Успіх гри демонструє потенціал тематичних кооперативних механік. (рис.3)

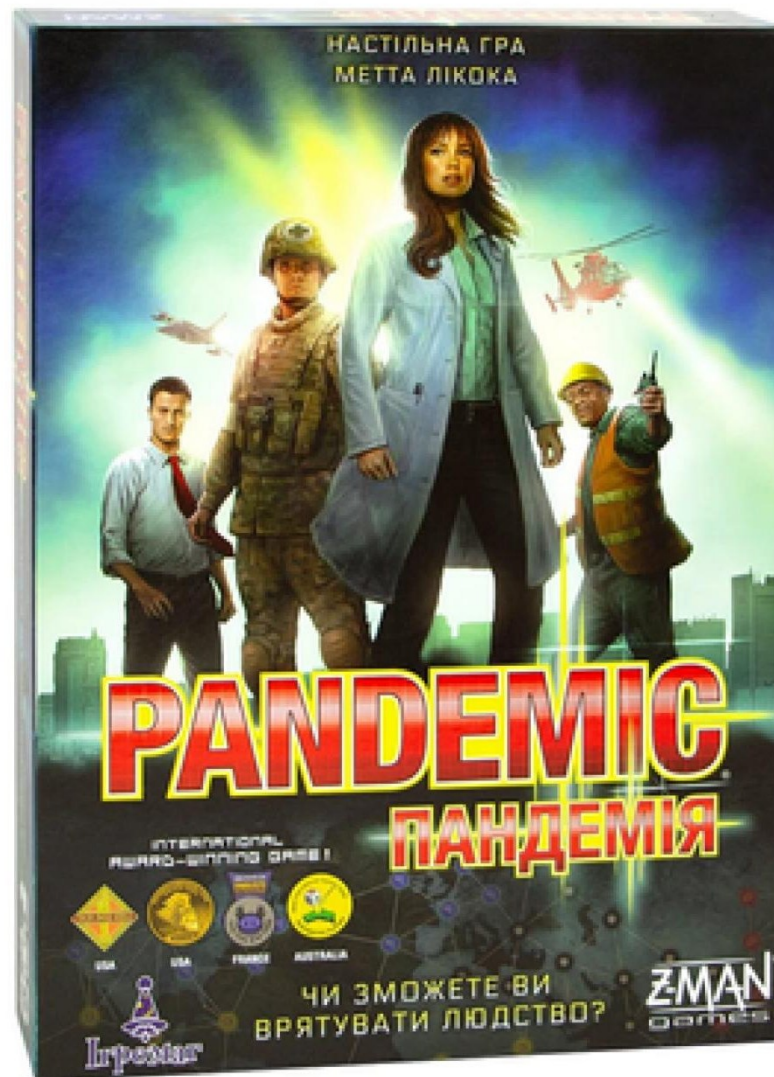


Рисунок 3. Настільна гра «Пандемія» (Pandemic)

### 1.5. Аналіз фірмового стилю

Фірмовий стиль настільної гри є важливим інструментом для створення її ідентичності, передачі тематики та привернення уваги гравців. У цьому розділі розглядається фірмовий стиль трьох відомих настільних ігор — «Монополія», «Колонізатори» та «Квиток на поїзд» — з акцентом на їхні візуальні елементи та вплив на аудиторію.

## 1. "Монополія" (Monopoly)

Логотип: логотип «Монополії» є одним із найвідоміших у світі настільних ігор. Він складається з назви «Monopoly», написаної жирним шрифтом із легким нахилом, часто доповненим зображенням персонажа «Містера Монополії» у циліндрі. Цей логотип символізує багатство, конкуренцію та класичний стиль гри [18] (рис.4)



Рисунок 4. Фірмовий логотип гри «Монополія»

Кольорова палітра: основні кольори "Монополії" — червоний, білий і чорний. Червоний використовується для логотипу та акцентів, білий — для фону коробки, а чорний — для контрасту. Ця комбінація створює яскравий і впізнаваний образ, що асоціюється з економічною тематикою.

Типографія: у грі застосовуються класичні шрифти з прямими лініями (наприклад, у стилі «Arial» чи «Helvetica») для карт і правил, що забезпечує

читабельність. Для логотипу та заголовків використовується жирний шрифт із легким нахилом, який додає відчуття авторитетності та динаміки.

Ілюстрації та компоненти: ілюстрації «Монополії» прості, але тематичні: карти власності зображують нерухомість із чіткими лініями та яскравими кольорами. Фішки (капелюх, автомобіль) і гроші додають грі відчуття реальності економічного світу.

Упаковка: коробка «Монополії» має червоно-білий дизайн із зображенням «Містера Монополії» та розкиданих грошей. Цей стиль підкреслює розкіш і конкуренцію, привертаючи увагу сімейної аудиторії.

Реклама: реклама «Монополії» часто акцентує на сімейному дозвіллі, використовуючи слогани на кшталт «Стань магнатом!» і зображення ігрового поля з фішками. Співпраця з брендами нерухомості чи банків підсилює тематику гри.

## 2. «Колонізатори» (Catan)

Логотип: логотип «Колонізаторів» складається з назви «Catan», написаної шрифтом із середньовічним відтінком, що нагадує рукописні літери. Часто він супроводжується зображенням шестикутного поля, що відображає основний елемент гри — освоєння острова [19]. (рис.5)



Рисунок 5. Фірмовий логотип гри "Колонізатори"

Кольорова палітра: основні кольори — зелений, коричневий і синій, що символізують природу острова (ліси, поля, море). Ці землясті тони доповнюються яскравими акцентами (червоний для фішок чи доріг), створюючи теплий і природний вигляд.

Типографія: для тексту на картах і правилах використовується простий шрифт із зарубками (наприклад, у стилі «Times New Roman»), що забезпечує зручність читання. Логотип має декоративний шрифт, який підкреслює історичну тематику освоєння земель.

Ілюстрації та компоненти: ілюстрації «Колонізаторів» зображують пейзажі острова — поля, гори, ліси — у стилі акварелі. Шестикутні тайли, дерев'яні фішки та карти ресурсів (дерево, цегла) створюють відчуття будівництва колонії.

Упаковка: коробка оформлена в зелених і коричневих тонах із зображенням острова Катан і поселенців. Дизайн передає атмосферу пригод і освоєння, приваблюючи любителів стратегій.

Реклама: рекламні матеріали акцентують на стратегії та торгівлі, із гаслами типу «Побудуй свою імперію!». Зображення ресурсів і шестикутного поля підкреслюють унікальність гри.

### 3. «Квиток на поїзд» (Ticket to Ride)

Логотип: логотип «Квиток на поїзд» складається з назви «Ticket to Ride», написаної шрифтом у стилі ретро, що нагадує вивіски залізничних вокзалів початку ХХ століття. Часто він доповнений зображенням поїзда, що підкреслює тематику подорожей [20]. (рис. 6)



Рисунок 6. Фірмовий логотип гри «Квиток на поїзд»

Кольорова палітра: основні кольори — синій, червоний і білий, що асоціюються з подорожами та залізницями. Яскраві кольори вагонів (жовтий, зелений, чорний) додають різноманітності та привабливості.

Типографія: у грі використовуються шрифти в ретро-стилі з легкими зарубками для карт і правил, що передають атмосферу минулої епохи. Логотип має виразний шрифт із товстими лініями, який легко запам'ятовується.

Ілюстрації та компоненти: ілюстрації зображують карту (наприклад, США чи Європи) із залізничними маршрутами, виконані в стилі старовинних карт. Пластикові вагончики та карти квитків додають грі тактильної привабливості.

Упаковка: коробка має синьо-білий фон із зображенням поїзда та карти маршрутів. Дизайн викликає асоціації з подорожами, привертаючи увагу любителів географії та стратегій.

Реклама: реклама гри підкреслює подорожі та сімейний відпочинок із гаслами на кшталт «Проклади свій маршрут!». Зображення вагонів і карти маршрутів акцентують на унікальній механіці гри [21].

## РОЗДІЛ 2. ВИБІР АНАЛОГІВ

### 2.1. Вибір теми та підбір аналогів

Вибір теми для настільної гри є ключовим етапом розробки, адже він визначає концепцію, цільову аудиторію та загальну атмосферу продукту. Тема «Блеф Шпигунів» була обрана з огляду на популярність шпигунської тематики в сучасній культурі, яка асоціюється з інтригою, таємницями та інтелектуальними викликами. Шпигунські сюжети, відомі завдяки літературі (наприклад, творам Яна Флемінга про Джеймса Бонда) та кінематографу, мають широку аудиторію, що робить їх перспективним вибором для настільної гри. Метою створення "Блеф Шпигунів" стало поєднання стратегії, блефу та рольової гри, щоб забезпечити гравцям динамічний і захоплюючий досвід.

Характеристики гри «Блеф Шпигунів»:

Тип гри: настільна, стратегічна, рольова з елементами блефу.

Кількість гравців: 4–10.

Час гри: 30–60 хвилин.

Мета гри: досягнути цілей своєї ролі (шпигун, мафіозі, детектив тощо), використовуючи блеф, дедукцію та стратегічне мислення.

Підготовка до гри:

1. Кожному гравцеві роздається 1 випадкова карта ролі (10 шт., розмір 63×88 мм), яку він таємно переглядає. Ролі включають: шпигун, мафіозі, детектив, свідок, двійник, трейтор, агент-Подвійник.

2. Кожен отримує 2 карти місій (20 шт., розмір 63×88 мм) із завданнями, такими як «Перехоплення інформації» чи «Арешт».

3. Колода карт таємниць і зрад (15 шт., розмір 63×88 мм) зміщується та кладеться в центр столу.
4. Кожен гравець отримує 1 жетон голосування (10 шт., діаметр 25 мм).
5. Перший гравець визначається випадково за допомогою маркера першого гравця (1 шт., діаметр 40 мм).

Правила гри:

Гра проходить у раундах із трьома фазами:

Фаза дій: гравці виконують місії або використовують здібності ролей, домовляються чи блефують. Виконання місії дає бонуси (наприклад, перегляд карти).

Фаза обговорення: гравці аналізують підозри, використовуючи блеф і психологічний тиск.

Фаза голосування: гравці одночасно викладають жетони голосування, визначаючи, хто вибуває та розкриває роль.

Умови перемоги:

Шпигуни та Детективи перемагають, усунувши всіх Мафіозі.

Мафіозі перемагають, залишившись у більшості та усунувши шпигунів.

Унікальні ролі (Трейдор, Двійник) мають власні цілі.

Особливості: блеф і стратегія як основа, адаптивність завдяки різним ролям і завданням, висока взаємодія через переговори та маніпуляції.

Склад гри:

Картки ролей (10 шт.), карти місій (20 шт.), карти таємниць і зрад (15 шт.), жетони голосування (10 шт.), маркер першого гравця (1 шт.).

Опціонально: шпигунські фішки, грошові одиниці, блокнот для нотаток. «Блеф Шпигунів» орієнтована на гравців, які цінують соціальну взаємодію, інтелектуальні виклики та швидкий темп. Шпигунська тематика створює атмосферу напруги, а різноманітність ролей і місій забезпечує реграбельність.

Підбір аналогів:

У процесі розробки «Блеф Шпигунів» за аналоги було обрано дві відомі настільні ігри — «Мафія» та «Шпигун» (Spyfall). Ці ігри мають схожі механіки блефу, дедукції та соціальної взаємодії, що дозволяє порівняти їх із розроблюваною грою та визначити її унікальні особливості.

### 1. «Мафія» (рис.7)

Опис: «Мафія», створена Дмитром Давидовим у 1986 році, є рольовою грою, де гравці поділяються на мирних жителів і мафіозі. Гра проходить у циклах «день» (обговорення та голосування) і «ніч» (дії мафії). Мета залежить від ролі: мирні жителі усувають мафію, а мафія — мирних.

Механіки: основою є блеф, дедукція та соціальна взаємодія. Гравці аналізують поведінку, щоб виявити мафію, а мафіозі приховують свою роль. Гра використовує мінімальні компоненти — карти ролей і модератора.

Переваги: простота правил, доступність для великих груп і висока реграбельність.

Недоліки: Залежність від модератора, одноманітність циклів і брак фізичних компонентів для занурення.



Рисунок 7. Гра «Мафія»

### 2. «Шпигун» (Spyfall) (рис.8)

Опис: «Шпигун», розроблений Олександром Ушаном у 2014 році, — карткова гра, де гравці отримують карти з локацією, а один із них — шпигун, який не знає місця. Через запитання учасники виявляють шпигуна, а шпигун здогадується про локацію.

Механіки: блеф, дедукція та соціальна взаємодія. Гравці ставлять запитання, уникаючи прямих підказок, а шпигун блефує. Раунди тривають 6–8 хвилин, що забезпечує швидкий темп.

Переваги: простота освоєння, компактність (лише колода карт) і реgrabельність завдяки різним локаціям.

Недоліки: Обмежена глибина стратегії та залежність від якості запитань.



Рисунок 8. Гра «Шпигун»

## 2.2. Вибір прототипу за темою настільної гри

Прототип - це модель або зразок, який використовується для дослідження, тестування та вдосконалення продукту перед його випуском на ринок. Це візуальне чи функціональне представлення продукту, яке дозволяє розробникам, дизайнерам та іншим учасникам процесу зрозуміти, як буде працювати або виглядати кінцевий продукт.

Прототип може мати різний ступінь деталізації в залежності від мети його створення. Він може бути простим скетчем на папері, цифровим макетом, інтерактивним прототипом або навіть фізичним моделю. Головною метою прототипу є виявлення потенційних проблем, виявлення можливостей для поліпшення та забезпечення відповідності вимогам та очікуванням користувачів.

Прототипи можуть бути створені на будь-якому етапі розробки продукту, від концепції до випуску, і вони часто використовуються в ітеративних процесах розробки, де вони регулярно вдосконалюються на основі отриманих зворотних зв'язків та тестування з користувачами.

Прототип настільної гри на тему: «Блеф шпигунів» (рис.9)



## Рисунок 9. Прототип настільної гри

### 2.3. Підготовка до створення настільної гри

1. Визначення цільової аудиторії: розуміння цільової аудиторії - хто вони, що їх цікавить, які їхні потреби і інтереси - є ключовим кроком у створенні настільної гри. Визначення демографічної характеристики аудиторії, їхні інтереси та потреби.

Цільова аудиторія «Блеф Шпигунів» — молоді люди та дорослі 14–35 років, які люблять інтелектуальні виклики, блеф і соціальну взаємодію. Гра підходить для компаній із 4–10 осіб, ідеальна для дружніх посиденьок чи вечірок. Вона приваблює шанувальників шпигунської тематики, соціальних ігор типу «Мафія» чи «Шпигун» і тих, хто цінує реграбельність завдяки різним ролям і місіям. Прості правила роблять її доступною для новачків, а стратегія — цікавою для досвідчених гравців.

2. Вибір тематики настільної гри: тематика «Блеф Шпигунів» підкреслює соціальну взаємодію, блеф і стратегію, що відповідає механікам гри: гравці отримують таємні ролі (Шпигун, Мафіозі, Детектив тощо), виконують місії («Перехоплення інформації», «Арешт») і використовують дедукцію для досягнення цілей. Шпигунська атмосфера посилюється компонентами — картами ролей, таємниць і зрад, а також жетонами голосування, які створюють відчуття напруги та інтриги. Тривалість гри (30–60 хвилин) і кількість гравців (4–10) роблять її зручною для компаній, а різноманітність ролей і завдань забезпечує реграбельність.

Обрана тематика дозволяє поєднати розважальний і стратегічний аспекти, залучаючи гравців, які цінують інтелектуальні ігри з високим рівнем взаємодії. Шпигунський контекст вирізняє «Блеф Шпигунів» серед інших соціальних

ігор, таких як «Мафія» чи «Шпигун», завдяки глибшій механіці та тематичному зануренню

3. Розробка концепції: розробка концепції настільної гри «Блеф Шпигунів» є центральним етапом, що визначає її ігрову основу, мету та унікальність. Концепція базується на шпигунській тематиці, поєднуючи елементи стратегії, блефу та рольової гри. Гра розрахована на 4–10 гравців і триває 30–60 хвилин, що забезпечує динамічність і доступність для компаній.

Основна ідея полягає в тому, щоб учасники отримували таємні ролі (шпигун, мафіозі, детектив, свідок, двійник, трейтор, агент-подвійник) із власними цілями: шпигуни та детективи усувають мафіозі, мафіозі перемагають у більшості, а унікальні ролі додають хаосу. Гравці використовують карти місій («Перехоплення інформації», «Арешт») і карти таємниць і зрад («Викриття», «Фальшивий доказ») для досягнення цілей, застосовуючи блеф і дедукцію. Ігровий процес поділено на фази: дії, обговорення та голосування з жетонами, що підсилює соціальну взаємодію.

Концепція підкріплена компонентами: 10 карт ролей, 20 карт місій, 15 карт таємниць і зрад, 10 жетонів голосування, маркер першого гравця та опціональні елементи (шпигунські фішки, блокнот). Це створює атмосферу шпигунської інтриги й забезпечує реграбельність завдяки різноманітності завдань і ролей. «Блеф Шпигунів» вирізняється глибиною механік і тематичним зануренням, пропонуючи гравцям унікальний соціально-стратегічний досвід.

## РОЗДІЛ 3. ПРОЕКТУВАННЯ ЖУРНАЛУ ЗА ТЕМОЮ «НОВІ ГОЛОСИ НАШОЇ КРАЇНИ»

### 3.1. Вибір кольорової гами

Основними кольорами є чорний і темно-сірий, які домінують на упаковці, блокноті та картах. Чорний фон створює відчуття загадковості, а темно-сірий додає глибини, що видно на коробці гри та дизайні карт. Ці кольори відображають атмосферу шпигунського світу, де переважають тіні та приховані дії. Для акцентів використано золотисто-жовтий колір, який присутній у написах («Gameprint»(логотип), назва гри) та на стрічках «Crime Scene» на упаковці. Цей відтінок символізує важливість інформації та додає контрасту, привертаючи увагу до ключових елементів.

Додатково в дизайні карт місій, таємниць і зрад використано білий колір для тексту, що забезпечує читабельність на темному фоні. На жетонах голосування («Залишити» і «Вигнати») присутні зелений і червоний кольори: зелений символізує схвалення, а червоний — виключення, що інтуїтивно зрозуміло для гравців. Грошові одиниці мають сріблястий відтінок, що асоціюється з цінністю та шпигунськими гаджетами.

Обрана кольорова гама гармонійно поєднує темні тони з яскравими акцентами, створюючи атмосферу шпигунської інтриги, що відповідає концепції гри та сприяє зануренню гравців.

### 3.2. Вибір шрифтів

Вибір шрифтів для настільної гри «Блеф Шпигунів» є важливим для створення тематичної атмосфери, забезпечення читабельності та підкреслення стилю. З урахуванням шпигунської тематики шрифти підбиралися так, щоб передати відчуття інтриги, таємничості та водночас залишатися зручними для сприйняття.

Для основного тексту на упаковці, картах і блокноті використано шрифт із прямими лініями та чіткими формами, подібний до «Futura» або «Montserrat». Цей шрифт, використаний для назви гри («Блеф Шпигунів») та описів на коробці, забезпечує високу читабельність і сучасний вигляд, що відповідає інтелектуальному характеру гри. Його геометрична структура додає відчуття порядку, що асоціюється з досьє чи шпигунськими документами.

Для акцентів, таких як підзаголовки («Настільна гра», «Блокнот гравця») та текст на картах місій і таємниць, обрано шрифт із легким нахилом і декоративними елементами, подібний до «Bebas Neue». Цей шрифт, використаний у написах на картах («Перехоплення інформації», «Викриття»), додає динаміки та підкреслює напругу ігрового процесу. Його товсті лінії привертають увагу до ключових елементів.

На жетонах голосування («Залишити», «Вигнати») та грошових одиницях використано простий шрифт без зарубок, подібний до «Arial», що забезпечує максимальну чіткість на малих розмірах. Загалом обрані шрифти гармонійно поєднуються, створюючи баланс між тематичною стилізацією та функціональністю, що сприяє зручності використання та зануренню в шпигунську атмосферу гри.

### **3.3. Створення дизайну упаковки**

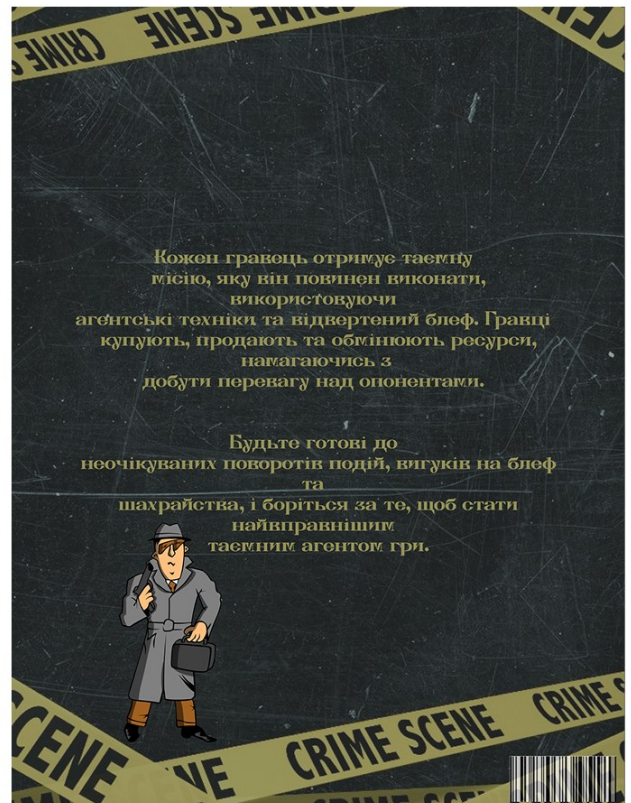
Коробка має прямокутну форму з матовим чорним покриттям, що створює відчуття таємничості. На передній стороні розміщено назву «Блеф Шпигунів» великим білим шрифтом із легким нахилом, що додає динаміки. Під назвою зображено три лупи з написами про вміст («Карти ролей (10 шт.)», «Карти місій (20 шт.)», «Карти таємниць і зрад (15 шт.)»), які символізують розслідування та пошук. Лупи виконані в сірому кольорі з золотисто-жовтими ручками, що контрастує з темним фоном і привертає увагу. Текст у нижній частині («Блеф Шпигунів — це настільна гра для 6–10 гравців...») виконано золотисто-жовтим шрифтом, що підкреслює цінність інформації.

Задня сторона коробки містить опис гри, виконаний білим і золотисто-жовтим шрифтами, із зазначенням мети («Будьте готові до... таємним агентом гри») та коротким оглядом механік. Ілюстрація шпигуна в плащі з валізою, виконана в мультиплікаційному стилі, додає легкості та підкреслює тематику. По периметру коробки розміщено стрічки «Crime Scene» у чорно-жовтій гамі, що асоціюються з розслідуванням і додають відчуття напруги.

Дизайн упакування гармонійно поєднує темні тони з яскравими акцентами, створюючи атмосферу шпигунської інтриги, що відповідає концепції гри та приваблює гравців. (рис.10)



**Упакування перед**



**Упакування задня частина**



**Мокап упакування**

Рисунок 10. Дизайн упакування, мокап настільної гри

### 3.4 Дизайн-проекування елементів гри

Дизайн-проекування елементів гри «Блеф Шпигунів» було виконано з урахуванням шпигунської тематики, функціональності та зручності для гравців. Кожен елемент оформлено так, щоб підкреслити атмосферу інтриги та забезпечити інтуїтивне використання.

Карти ролей (10 шт., 63×88 мм): карти мають темний фон із силуетами двох фігур, що символізують таємничість. Назви ролей (наприклад, «Шпигун», «Мафіозі») написані білим шрифтом із легким нахилом, а описи — дрібнішим шрифтом для читабельності. Золотисто-жовті акценти на рамках додають контрасту. (рис.11)

Карти місій (20 шт., 63×88 мм): дизайн аналогічний картам ролей, але з додаванням стрічки «Warning» у чорно-жовтій гамі, що підкреслює важливість завдань. Назви місій («Перехоплення інформації», «Арешт») виділено жирним шрифтом, а описи — меншим, щоб зберегти баланс між стилем і функціональністю. (рис.12)

Карти таємниць і зрад (15 шт., 63×88 мм): карти поділено на «Таємниці» (8 шт.) і «Зради» (7 шт.), із написами «Warning» для зрад, що додає напруги. Текст виконано білим на темному фоні, із золотисто-жовтими акцентами для назв («Викриття», «Зрада»). (рис.13)

Жетони голосування (10 шт., 25 мм): круглі жетони мають напис «Залишити» (зелене тло) і «Вигнати» (червоне тло), із зображенням лупи, що символізує розслідування. Чіткий шрифт і контрастні кольори полегшують використання. (рис.14)

Грошові одиниці (30 шт.): дизайн у вигляді банкнот із номіналами (100, 500, 1000, 2000) виконано в сріблясто-чорній гамі, що асоціюється з цінністю. Золотисто-жовті стрічки додають стилю. (рис.15)

Маркер першого гравця (1 шт., 40 мм): круглий маркер із зображенням шпигуна та написом «First Player» виконано в темних тонах із золотисто-жовтими акцентами, що відповідає загальному стилю.

Блокнот гравця: обкладинка має темний фон із відбитком пальця та назвою «Блеф Шпигунів». Золотисто-жовті написи («Блокнот гравця») і білий шрифт для назви забезпечують читабельність і тематичність. ( Додаток А.1)

Дизайн елементів гармонійно поєднує темні тони з яскравими акцентами, створюючи атмосферу шпигунської інтриги та забезпечуючи зручність використання.

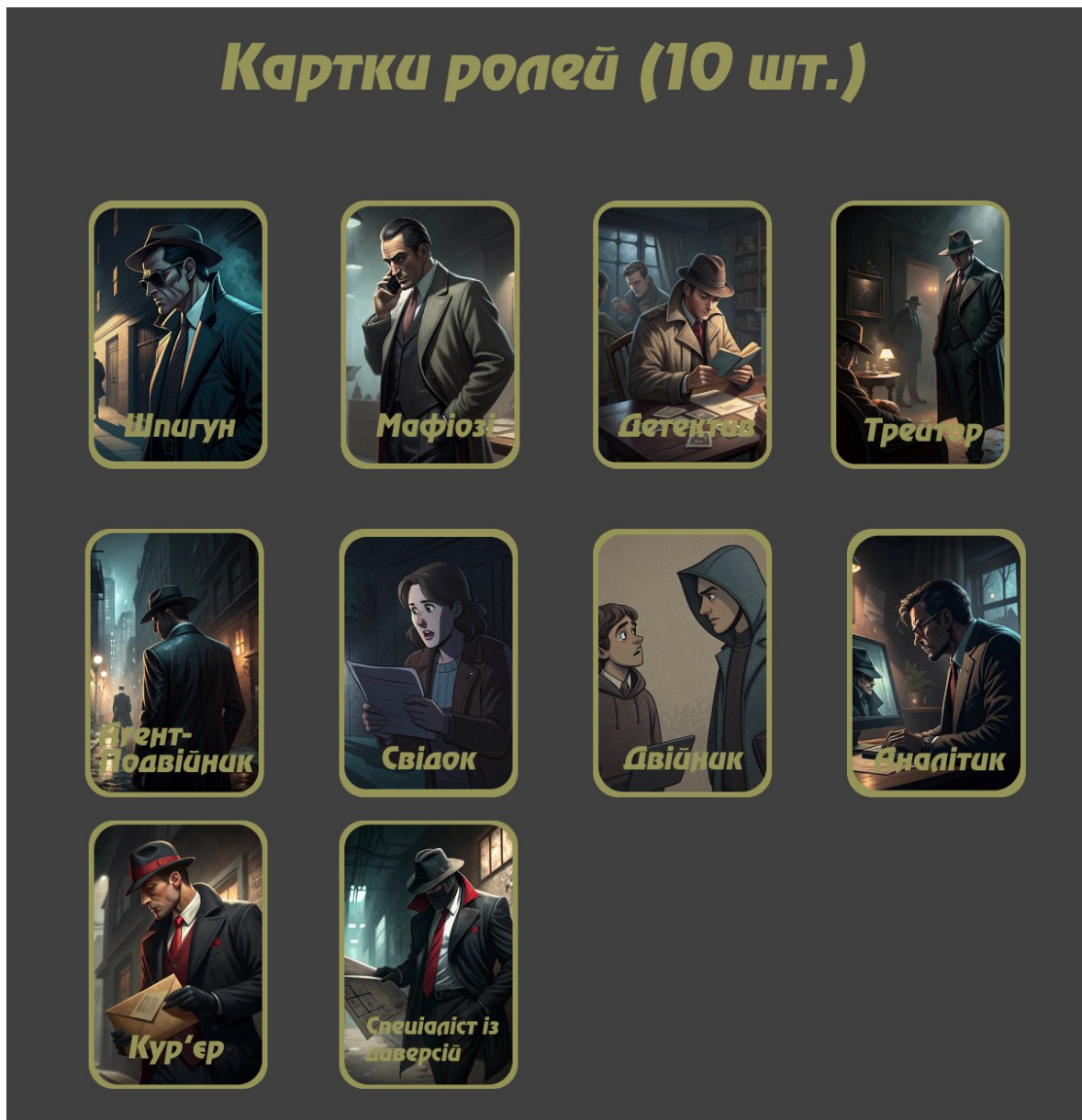


Рисунок 11. Картки ролей

### Картки місії (20 шт.)



Рисунок 12. Картки місії

### Картки Таємниць та Зрад (15 шт.)



Рисунок 13. Картки таємниць та зрад



Рисунок 14. Жетони голосування

## **Шпигунські фішки (10 шт.)**

Використовуються для відстеження виконаних місій.



## **Грошові одиниці (купюри 30 шт.)**

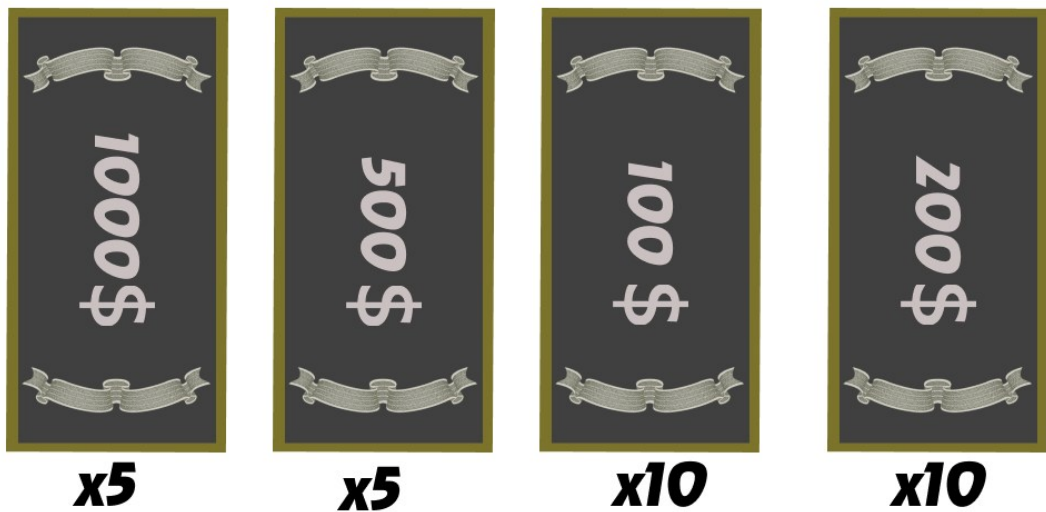


Рисунок 15. Шпигунські фішки та грошові одиниці

## ВИСНОВОК

У результаті проведеного дослідження можна зробити висновок, що у цій курсовій роботі було детально розглянуто процес створення настільної гри «Блеф Шпигунів». Ми пройшли через усі етапи: від визначення тематики, концепції та цільової аудиторії до розробки контенту, дизайну елементів, вибору шрифтів, кольорової гами та оформлення упаковки.

У процесі роботи стало зрозуміло, що успішна розробка настільної гри вимагає ретельного планування та координації різних аспектів, таких як створення унікальних механік (блеф, дедукція, стратегія), підбір компонентів (карти ролей, місій, жетони), а також візуального оформлення, яке підкреслює шпигунську тематику. Важливим виявилось врахування потреб цільової аудиторії — гравців 14–35 років, які цінують соціальну взаємодію та інтелектуальні виклики, а також сучасних тенденцій у дизайні настільних ігор.

У ході підготовки курсової роботи було проаналізовано кожен етап розробки, зокрема його вплив на загальну привабливість і функціональність гри. Таким чином, робота дозволила глибше зрозуміти процес створення настільної гри та її значення у сфері розважальних продуктів, підтвердивши, що «Блеф Шпигунів» має потенціал стати конкурентоспроможним продуктом на ринку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

- [1] Каййуа, Р. Людина, гра і маска / Р. Каййуа ; пер. з фр. Т. Цимбал. — Київ : Основи, 2001. — 240 с.
- [2] Хейзінга, Й. Homo Ludens. Людина, яка грає / Й. Хейзінга ; пер. з нідерл. І. Дзюб. — К. : Основи, 1997. — 272 с.
- [3] Сейлен, К., Циммерман, Е. Основи теорії ігор. Правила гри / К. Сейлен, Е. Циммерман. — Львів : Видавництво Старого Лева, 2020. — 408 с.
- [4] Попов, С. В. Історія гри: від стародавності до сучасності / С. В. Попов. — Харків : Ранок, 2018. — 176 с.
- [5] Вудс, С. Євроігри: дизайн, культура та гра / С. Вудс ; пер. з англ. — Київ : ArtHuss, 2021. — 256 с.
- [6] Еліас, Дж., Гарфілд, Р., Гутшера, К. Характеристики ігор / пер. з англ. — К. : Літопис, 2020. — 312 с.
- [7] Циммерман, Е., Сейлен, К. Основи ігрового дизайну. — Харків : Vivat, 2021. — 432 с.
- [8] McGonigal, J. Reality is Broken: Why Games Make Us Better and How They Can Change the World. — New York : Penguin, 2011. — 388 p.
- [9] Woods, S. Eurogames: The Design, Culture and Play of Modern European Board Games. — Jefferson, NC : McFarland, 2012. — 248 p.
- [10] Kelly, R. The Psychology Behind Board Games // Psychology Today. — 2019. — [Електронний ресурс]. — Режим доступу: <https://www.psychologytoday.com/us/blog/brick-brick/201902/the-psychology-behind-board-games>

- [11] Tassi, P. Why Board Games Are Booming Again // Forbes. — 2021. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.forbes.com/sites/insertcoin/2021/04/15/why-board-games-are-booming-again/>
- [12] Woods, S. Eurogames: The Design, Culture and Play of Modern European Board Games. — Jefferson, NC : McFarland, 2012. — 248 p.
- [13] Cancellieri, A. Bang! The Bullet — Rulebook and Role Guide. — dV Giochi, 2020.
- [14] Orbanes, P. Monopoly: The World's Most Famous Game & How It Got That Way. — Cambridge : Da Capo Press, 2007. — 240 p.
- [15] Hasbro Gaming. Monopoly Official Rules and History. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://monopoly.hasbro.com/en-us/rules>
- [16] Leacock, M. Pandemic: Official Rulebook. — Z-Man Games, 2018.
- [17] Woods, S. Game Design and Narrative: Pandemic as a Ludonarrative Experience // Board Game Studies Journal, 2019. — Vol. 13. — P. 66–78.
- [18] Orbanes, P. Monopoly: The World's Most Famous Game & How It Got That Way. — Cambridge : Da Capo Press, 2007. — 240 p.
- [19] Teuber, K. Catan: A Game of Discovery, Settlement & Trade. — Mayfair Games, 2015.
- [20] Moon, A. Ticket to Ride — Rulebook and Artwork. — Days of Wonder, 2019.
- [21] Days of Wonder. Ticket to Ride Promotional Brochure. — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.daysofwonder.com/tickettoride/>

ДОДАТОК А.1.



Рисунок А.1 – блокнот

ДОДАТОК А. 2.

**Картки місії (20 шт.)**



Рисунок А.2 – карти місії

ДОДАТОК А. 3.

**Картки Таємниць та Зрад (15 шт.)**



Рисунок А.3 – Картки таємниць та зрад

ДОДАТОК А. 4.



Рисунок А.4. – Упакування

**ІНСТРУКЦІЯ ДО ГРИ "БЛЕФ ШПИГУНІВ"**

**Тип гри:** настільна, стратегічна, рольова, з елементами блефу  
**Кількість гравців:** 4-10  
**Час гри:** 30-60 хвилин  
**Мета гри:** Досягнути щей своєї ролі, використовуючи блеф, дедукцію та стратегічне мислення.

**ПІДГОТОВКА ДО ГРИ**

- Роздайте кожному гравцю по 4 випадковій картці ролі. Гравці таємно переглядають свою роль і не показують її іншим.
- Роздайте кожному по 2 картки місій, які гравці можуть виконувати протягом гри.
- Змішайте колоду карт таємничі і зрад, покладіть її в центр столу.
- Кожен гравець отримує 1 жетон голосування.
- Визначте першого гравця випадковим чином (наприклад, той, хто останній дивився шпигунський фільм).

**ПРАВИЛА ГРИ**

**ХІД ГРИ**  
 Гра складається з кількох раундів. Кожен раунд поаляється на такі етапи:

- Фаза дії**
  - Гравці виконують місії або використовують здібності своєї ролі.
  - Гравці можуть взаємодіяти, домовлятися або блефувати.
  - Якщо гравець виконує місію, він отримує бонус (наприклад, можливість переглянути чужу карту або помінати місію).
- Фаза обговорення**
  - Гравці обговорюють свої підозри та намагаються знайти "Мафіозі" або виявити шпигунів.
  - У цій фазі дозволений блеф та психологічний тиск.
- Фаза голосування**
  - Усі гравці голосують, кого хочуть виключити з гри.
  - Гравець, який набрав найбільше голосів, покидає гру та розкриває свою роль.
- ПЕРЕМОГА**
  - Шпигуни та Детективи перемагають, якщо всі Мафіозі виключені з гри.
  - Мафіозі перемагають, якщо вони залишаються в більшості та усувають шпигунів.
  - Деякі ролі (наприклад, Трейтор або Двійник) мають свої унікальні умови перемоги.
- ОСОБЛИВОСТІ ГРИ**
  - Блеф і стратегія - ви можете обманювати інших, приховувати інформацію або навмисно вводити гравців в оману.
  - Адаптація - кожна партія буде відрізнятися завдяки унікальним ролям і з'єднанням.
  - Взаємодія гравців - важливо домовлятися, кооперуватися або маніпулювати, щоб вижити.

**1. Картки ролей (10 шт.)**

- Розмір: стандартні картки (63x88 мм)
- Ролі в грі:
  - Шпигун - має приховану мету розкрити мафіозі.
  - Мафіозі - прагне усунути шпигунів та маніпулювати гравцями.
  - Детектив - може перевіряти ролі гравців під час гри.
  - Свідок - випадково дізнається роль одного гравця на початку.
  - Двійник - може міняти свою роль з іншим гравцем.
  - Трейтор - грає на власний розсуд, змінюючи баланс сил.
  - Агент-Подвійник - працює на дві сторони, змінюючи хід гри.

**2. Картки місій (10 шт.)**

- Розмір: 63x88 мм
- Приклади місій:
  - "Перекоплення інформації" - дізнайся роль одного гравця.
  - "Підміна документів" - обміняйся місіями з іншим гравцем.
  - "Шифрована передача" - передай повідомлення іншому гравцеві через записку.
  - "Арешт" - заблокуйте дію одного гравця в цей раунд.

**3. Картки таємних і зрад (15 шт.)**

- Розмір: 63x88 мм
- Приклади карт:
  - "Викриття" - розкрийте роль будь-якого гравця.
  - "Зрада" - оберіть гравця, який наступний хід пропускає.
  - "Фальшивий доказ" - змініть результат голосування.

**Жетона голосування (10 шт.)**

- Розмір: 25 мм у діаметрі
- Як використовуються?
  - Гравці одночасно викладають жетон стороною вгору, голосуючи за видалення або збереження гравця.

**Маркер першого гравця (1 шт.)**

- Розмір: 40 мм у діаметрі
- Використовується для визначення першого гравця кожного раунду

**Додаткові компоненти (опціонально):**

- Шпигунські фішки - для відстеження виконаних місій.
- Грошові одиниці - для підкупу або обміну під час гри.
- Блокнот для нотаток - щоб гравці могли робити помітки про ролі та дії інших.

Готові зануритися у світ шпигунських інтриг? Почніть гру!

Рисунок А.4. – Інструкція

## ДОДАТОК А.4.



Рисунок А. 4 – Жетони та маркер першого гравця

## Картки ролей (10 шт.)



Рисунок А. 5 – Картки ролей