МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ ТА УПРАВЛІННЯ

КАФЕДРА СОЦІОЛОГІЇ

Кваліфікаційна робота
магістра

ІГРОВА БІЗНЕС-ІНДУСТРІЯ ЯК ІННОВАЦІЙНА СФЕРА СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ

Виконав: студент, ІІ курсу,
групи 8.0543
спеціальності 054 «Соціологія»
освітньої програми «Соціологія»
А.В. Зайковський

Керівник: професор
професор кафедри
соціології, д.філос.н.,
М.А. Лепський

Рецензент: доцент кафедри
соціології, к.філос.н.,
О.С. Сорокіна

Запоріжжя – 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Додано примітку [T1]: Зверніть увагу, що завдання друкується на 1 аркуші паперу з обох боків

Факультет Соціології та управління
Кафедра Соціології
Рівень вищої освіти Магістр
Спеціальність 054 «Соціологія»
Освітня програма «Соціологія»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
В.О. Скворець _____
12 березня 2024 року

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТА

Зайковському Антону Валерійовичу

1. Тема роботи (проекту) Ігрова бізнес-індустрія як інноваційна сфера соціальної комунікації молоді України
Керівник роботи Лепський Максим Анатолійович, д.філос.н., професор
Затверджені наказом ЗНУ від 11 березня 2024 року № 434-с
2. Строк подання студентом роботи 02 грудня 2024 р.
3. Вихідні дані до роботи 1. Біленський Є.А., Дебой В.М., Козловець М.А., Котвицький А.А., Саух І.В., Федоренко В.О., Цибульський В.О., Жаловага В.О. (упоряд.). Соціологія: словник термінів і понять. К.: Кондор; 2006. 372 с.; 2. Лепський М. А. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 2017; 3. Gandolfi E., Mariani I. The game as social activator, between Design and Sociology. A shared framework to analyse and improve the ludic experiences and their social impact. International Journal of Game Studies. 2014. T. 1.
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити): 1. уточнити основні поняття «переговори», «соціальна взаємодія»; 2. висвітлити історичні засади дослідження переговорів у взаємодії соціальних суб'єктів в організації; 3. сформувати методологічні підходи дослідження переговорів у організаційній взаємодії соціальних суб'єктів; 4. проаналізувати особливості взаємодії соціальних суб’єктів в організації; 5. розглянути сутнісні характеристики переговорів як організаційного процесу; 6. обґрунтувати процес ведення переговорів соціальними суб'єктами для вирішення організаційних проблем; 7. провести емпіричне дослідження переговорів як організаційної взаємодії соціальних суб’єктів; 8. здійснити аналіз результатів емпіричного дослідження переговорів у організаційній взаємодії соціальних суб'єктів; 9. змоделювати напрями вдосконалення ведення переговорів як організаційної взаємодії соціальних суб’єктів.

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Блок-схеми – 2, схеми спостереження – 2.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Розділ 1	Лепський М.А., д.філос.н., проф.	07.09.2024	07.09.2024
Розділ 2	Лепський М.А., д.філос.н., проф.	14.10.2024	14.10.2024
Розділ 3	Лепський М.А., д.філос.н., проф.	12.11.2024	12.11.2024

7. Дата видачі завдання 12 березня 2024 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Вибір та формулювання теми роботи	Березень 2024	*виконано*
2.	Опрацювання наукових джерел	Травень-Серпень 2024	*виконано*
3.	Робота над вступом	Вересень 2024	*виконано*
4.	Робота над першим розділом	Вересень-Жовтень 2024	*виконано*
5.	Робота над другим розділом	Жовтень 2024	*виконано*
6.	Проведення соціологічного дослідження	Листопад 2024	*виконано*
7.	Робота над третім розділом	Листопад 2024	*виконано*
8.	Робота над висновками	Листопад 2024	*виконано*

Студент _____ А.В. Зайковський

Керівник роботи (проекту) _____ М.А.Лепський

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Т. О. Ратушна

РЕФЕРАТ

Дипломна робота: складається з 129 сторінок, 143 позицій у списку літератури, 2 додатків.

ІГРОВА ІНДУСТРІЯ, ВПЛИВ НА МОЛОДЬ, БІЗНЕС

Мета наукового дослідження: вивчення та аналіз індустрії ігрового бізнесу як інноваційної сфери соціальних комунікацій серед молоді України. Дослідження фокусується на виявленні впливу ігрової індустрії на розвиток соціальних комунікацій серед молоді та визначенні інноваційних підходів, що застосовуються в цій сфері.

Об'єктом кваліфікаційної роботи є сфера соціальної комунікації молоді України.

Предметом кваліфікаційної роботи є динаміка, процеси та наслідки розвитку ігрової бізнес-індустрії інноваційної сфери соціальної комунікації молоді в Україні.

Методи наукового дослідження: Для досягнення цілей дослідження були використані різні методи, включаючи огляд літератури, анкетування та статистичний аналіз зібраних даних.

Гіпотеза дослідження: індустрія ігрового бізнесу суттєво впливає на розвиток соціальних комунікацій серед молоді, сприяючи формуванню нових соціальних навичок та інтеграції в суспільство.

Висновки: 1. Ігрова індустрія - Ігрова індустрія в Україні є важливою складовою сучасних розваг та дозвілля, що швидко розвивається, сприяючи технологічним інноваціям та творчості.

2. Вплив на молодь - Ігри роблять значний внесок у розвиток соціальних навичок, комунікативних здібностей та формування соціальних цінностей серед молоді. Вони слугують засобом соціальної взаємодії, побудови спільнот та культурного обміну.

3. Бізнес - Ігрова індустрія відкриває численні економічні можливості. Вона заохочує підприємництво, створює робочі місця та залучає інвестиції, стимулюючи економічне зростання та інновації в країні.

ABSTRACT

Diploma thesis consists of 129 pages, 143 items in the bibliography, 2 appendices.

GAMING INDUSTRY, IMPACT ON YOUTH, BUSINESS

The purpose of the research: to study and analyze the gaming industry as an innovative area of social communications among young people in Ukraine. The study focuses on identifying the impact of the gaming industry on the development of social communications among young people and identifying innovative approaches used in this area. Object of research: organizational interaction of social subjects.

Object of research: the gaming industry in Ukraine and its interaction with young people.

Subject of research: the innovative impact of the gaming industry on social communications of young people in Ukraine.

Methods of scientific research: to achieve the research objectives, various methods were used, including a literature review, questionnaires, and statistical analysis of the collected data.

Research hypothesis: the gaming industry has a significant impact on the development of social communications among young people, contributing to the formation of new social skills and integration into society.

Conclusions: 1. Gaming industry - The gaming industry in Ukraine is an important component of modern entertainment and leisure, which is rapidly developing, fostering technological innovation and creativity.

2. Impact on young people - Games make a significant contribution to the development of social skills, communication abilities and social values among young people. They serve as a means of social interaction, community building and cultural exchange.

3. Business - The gaming industry offers numerous economic opportunities. It encourages entrepreneurship, creates jobs, and attracts investment, spurring economic growth and innovation in a country.

ЗМІСТ

ВСТУП 6

РОЗДІЛ 1. МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІГРОВОЇ БІЗНЕС-ІНДУСТРІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ СФЕРИ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ 9

1.1. Уточнення основних понять «ігрова бізнес-індустрія», «інновація» та «соціальні комунікації» 9

1.2. Генезис соціологічного осмислення феномену ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді 19

РОЗДІЛ 2. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІГРОВОЇ БІЗНЕС-ІНДУСТРІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ СФЕРИ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ 39

2.1. Зміст інноваційної сфери соціальної комунікації молоді 39

2.2. Розвиток та зміст ігрової бізнес-індустрії 51

2.3. Інноваційний вплив ігрової бізнес-індустрії на сферу соціальної комунікації молоді в Україні 65

РОЗДІЛ 3.ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІГРОВОЇ БІЗНЕС-ІНДУСТРІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ СФЕРИ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ 78

3.1. Кількісне експертне дослідження ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України 78

3.2. Результати експертного дослідження феномену геймінгу у формуванні соціальних цінностей молоді в Україні 84

3.3. Напрями розвитку ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України 100

ВИСНОВКИ 110

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ 113

ДОДАТКИ 130

ВСТУП

Актуальність. Досліджувана тема «Ігрова бізнес-індустрія як інноваційна сфера соціальної комунікації молоді України» ігрової бізнес-індустрії є надзвичайно актуальною в сучасних умовах диджиталізації, гейміфікації соціальних комунікацій молоді, що отримує soft- та smart- skills, засвоюють новий бізнес та комунікаційний простір в Україні та міжнародному спілкуванню гравців. В умовах глобалізації та швидкого розвитку цифрових технологій ігрова індустрія не лише стає популярним видом розваг, але й відіграє важливу роль у взаємодії молодих людей, формуючи нові соціальні зв'язки та спільноти, нові соціальні практики спілкування та ведення бізнесу. В Україні формування та вивчення інновації спрямовано на досягнення лідерських позицій молоді в засвоєні знань, навичок та вмінь у сфері бізнес комунікацій в ігровій бізнес-індустрії, що стрімко розвивається, разом з тим ця сфера має значний вплив на соціальні комунікації та соціалізацію молоді.

Ігрова бізнес-індустрія також має значний потенціал у розвитку економіки України. Інвестиції в цю сферу зростають, що не лише сприяє створенню нових робочих місць, але також підвищує конкурентоспроможність країни на світовій арені. Сектор надає можливості для молоді не тільки споживати контент, а й активно брати участь у його створенні, займаючись розробкою нових проектів, дизайном, програмуванням та контент-менеджментом. Це сприяє розвитку інноваційних технологій і нових підприємств на базі креативності молоді.

Актуалізує цю тему те, що молоді люди є основними споживачами ігрової продукції, формуючи тренди та попит у цій індустрії. Вони активно впливають на її розвиток, завдяки своїй творчій ініціативі та здатності адаптуватися до нових технологій.

Проблемна ситуація полягає у викликах формування soft- та smart-skills четвертої промислової революції, у якій ігрова індустрія та бізнес посідає значне місце і має загострення конкуренції в цій сфері, а також збільшення

бюджету особистого часу молоді у ігрових комунікаціях надмірне захоплення іграми, можливість втрати міри, як негативного впливу на психічне і фізичне здоров'я молоді, формування ігрової адикції. Відома проблема геймерської залежності, яка може призводити до ізоляції, зниження успішності в навчанні та соціальної ангажованості. Ігри часто стають замінником реальних взаємодій і можуть сприяти формуванню спотворених соціальних цінностей та поведінкових паттернів.

Економічні виклики також пов’язані з нерівномірним розподілом доходів від геймінгу, де основна частина прибутку зосереджується у великих компаній, залишаючи менші студії з обмеженими ресурсами для розвитку. Це сприяє збільшенню конкуренції, що ускладнює вихід нових гравців на ринок. Є також питання регулювання ігрової індустрії, що потребує чітких правил для запобігання шахрайству, захисту прав інтелектуальної власності та підтримки здорових умов для функціонування ринку.

Об’єктом кваліфікаційної роботи є сфера соціальної комунікації молоді України.

Предметом кваліфікаційної роботи є динаміка, процеси та наслідки розвитку ігрової бізнес-індустрії інноваційної сфери соціальної комунікації молоді в Україні.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження детермінантів розвитку ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України.

Реалізація поставленої мети передбачає розв’язання низку наступних *наукових завдань*:

- уточнити основні поняття «ігрова бізнес-індустрія», «інновація» та «соціальні комунікації»

- визначити етапи генезису соціологічного осмислення феномену ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді;

- обґрунтувати методологічні принципи та підходи дослідження ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України;

Додано примітку [T2]: Це повинна бути сторінка на якій починають проставляти номери сторінок, тобто вам потрібно прибрати номери сторінок на усіх попередніх аркушах. На загальну нумерацію це не впливає.

- дослідити зміст інноваційної сфери соціальної комунікації молоді;

- проаналізувати розвиток та зміст ігрової бізнес-індустрії;

- з’ясувати інноваційний вплив ігрової бізнес-індустрії на сферу соціальної комунікації молоді в Україні;

- провести кількісне експертне дослідження ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України;

- визначити результати експертного дослідження феномену геймінгу у формуванні соціальних цінностей молоді в Україні;

- обґрунтувати напрями розвитку ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України.

Гіпотеза дослідження. Гіпотеза цього дослідження полягає у тому, що ігрова бізнес-індустрія формує формування soft- та smart- skills у соціальних комунікаціях молоді в Україні.

Додаткові гіпотези. Ігрова бізнес-індустрія визначає інноваційний розвиток молодіжного бізнесу в Україні та його бізнесових комунікацій..

Ігрова бізнес-індустрія формує нові соціальні зв'язки та спільноти, формує навички розвитку командної роботи і лідерських якостей.

Структура роботи. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку літератури та двох додатків.

РОЗДІЛ 1
МЕТОДОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІГРОВОЇ БІЗНЕС-ІНДУСТРІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ СФЕРИ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ

1.1. Уточнення основних понять «ігрова бізнес-індустрія», «інновація» та «соціальні комунікації»

Індустрія ігрового бізнесу є однією з найдинамічніших і найінноваційніших галузей сучасного ринку розваг. Її розвиток у контексті соціальної комунікації молоді України набуває дедалі більшого значення через стрімкий ріст технологічних можливостей і трансформації способів взаємодії користувачів. Молодь, зокрема покоління Z, активно інтегрується у цифрові комунікації через відеоігри, які стають не тільки засобом розваги, але й майданчиком для соціалізації, спільнотної взаємодії та створення нових форм соціальних зв'язків [1].

У сучасних умовах ігрова бізнес-індустрія слугує важливим полем для розвитку інноваційних технологій та моделей соціальної комунікації. Через стрімке впровадження нових технологій, таких як штучний інтелект, доповнена реальність та інтерактивний геймплей, ігровий бізнес формує не лише нові ігрові досвіди, але й змінює характер взаємодії між брендами та споживачами. Таким чином, індустрія відеоігор стала потужною платформою для реалізації інноваційних рішень, спрямованих на розширення соціальних комунікацій [2, 3].

У «Соціологія: словник термінів і понять» за загальною редакцією. Біленького Є.А. і Козловця М.А. в 2006 році відсутнє визначення поняття «гри» [4].

Цей розділ присвячений уточненню основних понять, що використовуються в рамках дослідження ігрової індустрії як соціального феномену. Уточнення понять «ігрова бізнес-індустрія», «інновація» та «соціальні комунікації» допоможе краще зрозуміти їхню взаємозалежність та

роль у формуванні сучасної культури взаємодії молоді, а також окреслить теоретичну основу для подальшого аналізу.

Ігрова бізнес-індустрія - Ігрова бізнес-індустрія охоплює комерційну діяльність, пов'язану зі створенням, просуванням та дистрибуцією відеоігор і супутніх продуктів. Це включає такі елементи:

1) Розробка ігор: компанії, що займаються створенням відеоігор, від інді-розробників до великих студій.

2) Видавництво: компанії, що забезпечують фінансування, просування та продаж ігор, часто беруть на себе маркетинг та дистрибуцію.

3) Кіберспорт: швидкозростаючий сегмент, який охоплює змагальні ігри [4].

Ландшафт розробки відеоігор охоплює широкий спектр компаній, від інді-розробників до великих студій, кожна з яких робить свій унікальний внесок у розвиток галузі. Хоча великі корпорації часто домінують на ринку завдяки своїм ресурсам та впливу, значну частину новаторських ідей та ігрових концепцій створюють менші незалежні студії, які працюють з обмеженими бюджетами. Ця динамічна взаємодія між різними типами розробників формує багатогранну ігрову екосистему.

Інді-розробники, як правило, працюють у невеликих командах або поодинці, використовуючи доступні програмні інструменти, такі як Unity та Unreal Engine, для створення своїх проєктів [5]. Однак вони часто стикаються з викликами, такими як фінансова нестабільність і жорстка конкуренція, що змушує їх шукати інноваційні бізнес-моделі для виживання на насиченому ринку [6]. Незважаючи на ці труднощі, інді-ігри мають вагомий культурний вплив, оскільки часто зосереджуються на художньому вираженні та унікальному ігровому досвіді, що збагачує ігрову спільноту [7].

Великі студії, зі свого боку, відіграють ключову роль в індустрії, генеруючи величезні прибутки - у 2021 році вартість індустрії сягала приблизно 200 мільярдів доларів [8]. Завдяки доступу до значних ресурсів, великі компанії можуть інвестувати у високоякісну графіку, новітні технології

та масштабні маркетингові кампанії. Вони також часто покладаються на добре розвинені франшизи та потужні канали дистрибуції, що забезпечує стабільну позицію на ринку [8].

Хоча інді-сцена сприяє творчості та інноваціям, вона постійно стикається з проблемами видимості на ринку та фінансової стійкості. Великі студії, незважаючи на свої ресурси, можуть уникати творчих ризиків через прагнення до комерційної стабільності, що іноді може призводити до критики з боку гравців та громадськості. Ця складна взаємодія між творчістю та комерцією підкреслює різноманітність і динамічність сучасної ігрової індустрії.

Особливе значення у ігровому бізнесі має кіберспорт. Конкурентні відеоігри або кіберспорт, перетворився на важливе явище, що впливає не лише на індустрію розваг, але й на соціальні, культурні та економічні аспекти сучасного суспільства. З кожним роком його популярність стрімко зростає, що створює нові можливості для розвитку, але також висвітлює ряд викликів. Розглянемо основні аспекти кіберспорту, які визначають його значення та майбутнє.

Кіберспорт відіграє значну роль у формуванні нової спортивної культури. Завдяки цифровим платформам створюються великі онлайн-спільноти, які об'єднують гравців з усього світу. Ці спільноти сприяють обміну культурними цінностями, ідентичністю та соціальною взаємодією між різними групами. Інтеграція кіберспорту в загальноприйняту культуру також стає все більш помітною. Наприклад, все більше університетів пропонують стипендії для кіберспортсменів, визнаючи його важливість як професійної діяльності [9, 10].

Однак, попри позитивний культурний вплив, кіберспорт пов'язаний з певними ризиками для здоров'я. Професійні гравці часто стикаються з проблемами опорно-рухової системи через тривалі години тренувань, а також з психологічним напруженням, спричиненим постійним тиском на результат. Для запобігання таким проблемам необхідно впроваджувати профілактичні

заходи, що допоможуть гравцям підтримувати здоров'я і підвищувати ефективність. Медична підтримка та обізнаність у цій сфері є ключовими для довгострокового успіху гравців та індустрії в цілому [10].

Ще одним важливим питанням у кіберспорті є гендерна нерівність. Незважаючи на стрімке зростання індустрії, жінки стикаються з труднощами, такими як недостатнє представництво та дискримінація. Ці проблеми вимагають активного вирішення, щоб забезпечити інклюзивність і рівні можливості для всіх учасників спільноти. Впровадження інклюзивних політик допоможе розширити різноманіття в кіберспорті та створить більш справедливі умови для розвитку жінок у цій галузі [11].

У «Соціологія: словник термінів і понять» 2006 року надано таке визначення інновації: «інновація [лат. innovatio – впровадження чого-небудь нового] – процес зміни, пов’язаний із створенням, визнанням чи запровадженням нових елементів (або моделей) матеріальної і нематеріальної культури у певній соціальній системі; нововведення, оновлення» [12].

Для нас важливим у цьому визначенні є те, що інновації визначаються через контекст «нового», у змінах як створенні, визнання та запровадження в культурні практики соціальних систем і проявляються як нововедення та оновлення.

У Словник основних термінів з курсу «соціологія» для студентів усіх спеціальностей за редакцією К. Агаларова, В. Буреги 2015 року цей термін визначений за контекстом Р. Мертона: «Інновація (за Р. Мертоном) – різновид девіантної поведінки, що припускає згоду із цілями суспільства, але заперечує соціально схвалювані засоби їхнього досягнення. Прикладами інновації є шантаж, пограбування, розтрата чужих грошей, шахрайство і та ін. Даний вид девіантної поведінки виникає в тому випадку, коли індивід зіштовхується з обмеженим доступом до ресурсів, з одного боку, і сильним бажанням виглядати успішним в очах суспільства – з іншого» [13].

Інновації в цій сфері полягають у впровадженні нових ідей, технологій або бізнес-моделей, що покращують ігровий досвід чи механізми роботи галузі. Основними аспектами є:

Технологічні інновації: такі, як віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR), що змінюють процес гри.

Бізнес-моделі: зростання популярності сервісів-підписок і моделей free-to-play, що змінюють джерела прибутку [13].

Технологічні інновації, зокрема віртуальна реальність (VR) та доповнена реальність (AR), активно змінюють ігровий простір та маркетингові підходи. Ці нові технології відкривають для гравців і компаній безліч можливостей, що сприяють глибшому залученню та кращій взаємодії з продуктами. Вони впливають не лише на спосіб, у який ми граємо, але й на те, як бізнеси взаємодіють зі споживачами. Паралельно з цими змінами бізнес-моделі в ігровій індустрії також зазнають трансформації, забезпечуючи нові джерела доходу.

Сучасні ігрові технології дозволяють створювати захоплюючі, реалістичні середовища, що суттєво змінюють досвід користувачів. VR і AR дають гравцям можливість повністю зануритися у віртуальний світ, де вони можуть взаємодіяти з оточенням і персонажами у реальному часі. Це створює значно глибший рівень залученості, ніж традиційні відеоігри. Наприклад, VR пропонує гравцям відчути себе на місці подій, що підвищує рівень емоційного зв'язку з ігровим світом [14, 15].

Доповнена реальність, у свою чергу, стає інструментом не лише для геймерів, а й для маркетологів. Бренди активно використовують AR для створення інтерактивних рекламних кампаній, де користувачі можуть взаємодіяти з продуктами у віртуальному середовищі. Цей підхід робить рекламу не лише цікавішою, але й підвищує рівень лояльності до брендів, оскільки глядачі перетворюються на активних учасників процесу.

У сфері спорту VR також відкриває нові горизонти. Спортсмени можуть тренуватися у змодельованих умовах, що дозволяє точніше

аналізувати їх продуктивність та приймати ефективніші рішення під час змагань. Такий підхід стає важливою складовою спортивної підготовки майбутнього.

Поряд з технологічними інноваціями розвиваються й бізнес-моделі. Підписні сервіси стають дедалі популярнішими серед гравців, оскільки дозволяють за помірну щомісячну плату отримати доступ до великої бібліотеки ігор. Це створює стабільний дохід для компаній та забезпечує утримання аудиторії [16].

Водночас безкоштовні ігрові моделі також поширюються, приваблюючи більшу кількість гравців. Ці ігри монетизуються за рахунок внутрішньоігрових покупок, що дозволяє диверсифікувати джерела прибутку. Гравці можуть безкоштовно долучитися до гри, але отримують можливість купувати додатковий контент, що підвищує їхній ігровий досвід.

Попри очевидні переваги, технологічні інновації та нові бізнес-моделі також породжують ряд викликів. Одним із основних є питання конфіденційності даних. Оскільки технології VR та AR вимагають доступу до великої кількості інформації про користувачів, важливо забезпечити належний захист даних і збереження приватності [16].

Іншим викликом є стійкість безкоштовних моделей, які можуть спричинити надмірну експлуатацію користувачів через агресивну монетизацію. Якщо не впровадити етичні стандарти, такі моделі можуть стати загрозою для стабільності індустрії та довіри гравців.

У Словнику 2002 року «соціальній комунікації» дано таке визначення: комунікація соціальна (лат, comunicare - робити спільним, повідомляти, зв’язувати) акт або процес взаємодії між двома або більше соціальними суб’єктами шляхом безпосереднього спілкування і обміну інформацією з використанням відповідних засобів [17].

Комунікація соціальна – акт або процес взаємодії між двома або більше соціальними суб’єктами шляхом безпосереднього спілкування і обміну інформацією з використанням відповідних засобів [18].

У останньому визначені поняття майже повторюється слово у слово, для нашого аналізу важливим, що комунікація визначеня між соціальними суб’єктами, як тими, хто пізнає та втілює діяльність, що це акт спілкування та обміну інформацією через якісь засоби [19].

У Словник основних термінів з курсу «соціологія» для студентів усіх спеціальностей за редакцією К. А. Агаларова, В. В. Буреги 2015 року цей термін відсутній [20].

Соціальні комунікації - Соціальна комунікація в контексті ігор стосується взаємодії між гравцями, що відбувається через онлайн-платформи. Основні компоненти включають:

Ігрова комунікація - це засоби зв'язку, такі як текстовий чат або голосові системи, що дозволяють гравцям спілкуватися під час гри. Залучення спільноти - це форуми та соціальні мережі, де гравці діляться своїм досвідом і стратегіями [21].

Незважаючи на позитивні аспекти розвитку індустрії, необхідно брати до уваги можливі негативні сторони, як-от проблема ігрової залежності та труднощі у підтримці здорової взаємодії в онлайн-середовищі.

Згідно з Оксфордським словником соціології, індустрія ігрового бізнесу охоплює всі аспекти комерційної діяльності, пов'язаної зі створенням, просуванням та дистрибуцією відеоігор та супутніх продуктів. Це включає розробку ігор, видавництво, маркетинг, кіберспорт та інші напрямки, пов'язані з геймінгом. У контексті соціальної комунікації, ігрова індустрія виступає як платформа для взаємодії користувачів, створення спільнот та розвитку нових форм соціальних зв'язків.

Інновація визначається як процес творення, впровадження та прийняття нових ідей, продуктів або методів. В ігровій індустрії інновації включають впровадження нових технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, інтерактивний геймплей, а також нові бізнес-моделі, які змінюють спосіб взаємодії між гравцями та розробниками.

Соціальні комунікації стосуються обміну інформацією між індивідами та групами у суспільстві. У контексті відеоігор, це включає комунікацію між гравцями через текстові та голосові чати, форуми, соціальні мережі та інші платформи, які дозволяють гравцям взаємодіяти, обговорювати стратегії, ділитися досвідом та будувати спільноти.

Онлайн-ігри давно стали важливою частиною життя мільйонів людей по всьому світу, і одна з найважливіших складових успішного ігрового досвіду - це комунікація та залучення спільноти. Можливість ефективно спілкуватися з іншими гравцями та створювати спільноти не лише покращує ігровий процес, але й допомагає формувати глибші соціальні зв'язки та відчуття приналежності. Розглянемо ключові аспекти ігрового спілкування та роль спільнот у цьому процесі.

Однією з важливих особливостей онлайн-ігор є різноманіття методів спілкування, що дозволяє гравцям координувати свої дії та обмінюватися інформацією в режимі реального часу. Гравці використовують текстові чати, голосові чати та заздалегідь визначені команди, щоб забезпечити ефективну комунікацію під час гри. Наприклад, текстовий чат дозволяє надсилати короткі повідомлення без відволікання від ігрового процесу, тоді як голосові чати забезпечують швидшу і природнішу взаємодію [22].

Дослідження свідчать, що найефективнішим підходом для координації в багатокористувацьких іграх є використання комбінації голосового спілкування та заздалегідь налаштованих команд. Це дає можливість швидко передавати інформацію в критичних ситуаціях та одночасно забезпечувати глибший рівень взаємодії між гравцями.

Ефективна комунікація в іграх не лише сприяє досягненню командних цілей, але й допомагає гравцям формувати дружні стосунки та підтримувати один одного. Це значно збагачує їхній досвід, перетворюючи гру на соціальну взаємодію, яка виходить за рамки екрану [23].

Онлайн-ігри створюють особливі віртуальні простори, де гравці можуть обмінюватися стратегіями, обговорювати свої досягнення та

створювати почуття спільноти. Ці спільноти зазвичай базуються на спільних інтересах, де учасники не лише грають разом, але й взаємодіють на різних соціальних рівнях. Вони об'єднують гравців різних культур і країн, сприяючи обміну досвідом та формуванню глобальної ігрової культури.

Гравці також активно формують і розвивають ігрову культуру через свою участь у спільнотах. Це створює унікальну динаміку, де гравці не просто споживають контент, а активно впливають на його еволюцію та розвиток. Це може включати як обговорення нових ігрових механік, так і організацію власних турнірів та заходів [24].

Попри всі переваги спілкування в онлайн-іграх, не можна ігнорувати такі виклики, як токсична поведінка та негативні взаємодії серед гравців. Токсичність, виражена у вигляді образ, агресивної поведінки або дискримінації, може суттєво погіршити ігровий досвід і відлякати нових або менш досвідчених гравців. Для того щоб мінімізувати ці негативні явища, важливо впроваджувати стратегії, які сприяють поважному спілкуванню, такі як ефективна модерація та система покарань за порушення правил спільноти [25].

Згідно з Оксфордським словником соціології, *«індустрія ігрового бізнесу»* охоплює всі аспекти комерційної діяльності, пов'язаної зі створенням, просуванням та дистрибуцією відеоігор та супутніх продуктів. Це включає розробку ігор, видавництво, маркетинг, кіберспорт та інші напрямки, пов'язані з геймінгом. У контексті соціальної комунікації, ігрова індустрія виступає як платформа для взаємодії користувачів, створення спільнот та розвитку нових форм соціальних зв'язків.

Індустрія ігрового бізнесу є одним із найбільш динамічних і впливових сегментів глобальної економіки, який інтегрує творчі, технологічні та економічні процеси. Це поняття охоплює всі аспекти створення, розповсюдження та комерціалізації відеоігор, а також формування супутніх ринків, таких як кіберспорт, стрімінгові сервіси та мерчандайзинг. У контексті дослідження ігрового бізнесу як сфери соціальної комунікації визначення

«індустрія ігрового бізнесу» дозволяє розглядати цей феномен як складний соціально-економічний механізм, здатний впливати на формування молодіжної культури, створюючи нові форми взаємодії та спільнот. Вибір цього поняття базується на його здатності об'єднувати різноманітні аспекти, які є важливими для вивчення бізнес-моделей, технологічних інновацій та соціальних процесів, що відбуваються у межах цієї сфери.

«Інновація» визначається як процес творення, впровадження та прийняття нових ідей, продуктів або методів. В ігровій індустрії інновації включають впровадження нових технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, інтерактивний геймплей, а також нові бізнес-моделі, які змінюють спосіб взаємодії між гравцями та розробниками.

Інновація є ключовим поняттям для розуміння сутності ігрової індустрії, яка постійно трансформується під впливом новітніх технологій. У сучасних умовах розвиток цієї сфери пов'язаний із широким використанням таких інновацій, як штучний інтелект, віртуальна та доповнена реальність, блокчейн-технології та адаптивні системи навчання в ігрових сценаріях. Це поняття дозволяє акцентувати увагу на прогресивних змінах, що впливають як на спосіб розробки ігор, так і на характер соціальної взаємодії молоді через ці ігри. Обране визначення «інновація» підкреслює не лише технологічний аспект, але й соціокультурний вплив, адже ігри стають майданчиком для формування нових форм комунікації, сприяють розвитку креативності та стимулюють інтеграцію молоді у цифровий світ.

Соціальні комунікації – це обмін інформацією між індивідами та групами у суспільстві. У контексті відеоігор вони охоплюють взаємодію між гравцями через текстові й голосові чати, форуми, соціальні мережі та інші платформи, де користувачі можуть обговорювати стратегії, ділитися досвідом, спілкуватися та формувати спільноти.

Соціальні комунікації виступають центральною категорією для аналізу взаємодії молоді через ігрові платформи. У сучасному світі відеоігри стали не лише засобом розваги, але й важливим інструментом для налагодження

зв’язків між людьми, незалежно від їхнього географічного розташування, мови чи культури. Визначення "соціальні комунікації" дозволяє охопити широкий спектр явищ, пов’язаних із формуванням ігрових спільнот, розвитком інтерактивного спілкування через чати, форуми, стріми, а також із виникненням нових моделей колективної взаємодії у межах ігрових процесів. Це поняття є важливим для дослідження, оскільки відображає, як через ігровий бізнес формуються нові типи соціальних зв’язків, які сприяють інтеграції молоді в сучасне інформаційне суспільство.

Застосування цих понять визначає предметне смислове поле нашого дослідження, основні соціологічні контексти вивчення ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України.

1.2. Генезис соціологічного осмислення феномену ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді

Соціальна комунікація та її взаємозв’язок з іграми як формою соціальної взаємодії стали важливими об'єктами дослідження в соціології. Ця еволюція відображає перехід від традиційних поглядів на спілкування як простий обмін інформацією до більш складного розуміння соціальних взаємодій як ігор, що регулюються правилами, нормами та культурними контекстами. Наступні розділи окреслюють ключові аспекти цього теоретичного розвитку.

Ранні соціологічні теорії, такі як роботи Еміля Дюркгейма, підкреслювали роль спілкування в забезпеченні соціальної згуртованості та стабільності суспільства. Дюркгейм акцентував увагу на колективних уявленнях та ритуалах як засобах зміцнення соціальних зв’язків [26].

Гра на думку Й. Хейзінга, є наріжним каменем культури, який впливає на широкий спектр суспільних сфер, зокрема мову, право та мистецтво. «Ігровий дух», як його описує дослідник, виступає важливим чинником у динаміці людської взаємодії, сприяючи розвитку творчості та унікальних способів пізнання світу [27]. Таким чином, гра стає механізмом, через який

формується культурний ландшафт суспільства, закріплюючи спільні цінності та традиції.

Емоційний вимір гри є важливим елементом її впливу на індивідуальну й колективну ідентичність. Гра сприяє соціалізації, об'єднує людей у спільноти та створює відчуття приналежності. У цьому контексті ігровий досвід не лише забезпечує задоволення, але й виконує важливу соціальну функцію, зміцнюючи почуття єдності серед учасників [28].

Чиказька школа, представники якої розробили теорію символічного інтеракціонізму, зосередилася на значеннях, які індивіди надають своїм взаємодіям. Г. Блумер, один із ключових фігур цієї школи, вважав, що соціальна реальність конструюється через символічну комунікацію та інтерпретацію.

Такі науковці, як Г. Мід та І. Гофман, заклали основу для цього підходу та зробили значний внесок у теорію символічного інтеракціонізму, підкреслюючи важливість соціальних взаємодій у формуванні самоідентичності [29].

Саме соціологічна теорія символічного інтеракціонізму заклала основи для вивчення соціальних комунікацій між акторами ігри, оскільки використовує сценарну метафору для дослідження соціальної взаємодії.

Сучасні теорії, запропоновані такими авторами, як Г. Трембле та Б. Мєж, досліджують взаємодію між комунікаційними та суспільними структурами, підкреслюючи динамічну природу соціальної комунікації та її вплив на соціальні зміни [30].

Теорія ігор у соціології, розроблена Й. Штольцем, стверджує, що соціальне життя складається з декількох взаємодіючих ігор, де гравці орієнтуються на цілі та правила, що призводить до різних соціальних результатів [31].

Том Р. Бернс та його колеги протиставляють класичну теорію ігор із соціологічними підходами, підкреслюючи важливість соціальних норм та ролей у формуванні взаємодії. Вони наголошують на тому, що соціальні норми

та ролі визначають стратегії ігрової поведінки та впливають на результати соціальних взаємодій [31].

Д. Кеннеді інтегрує когнітивну психологію з теорією ігор, збагачуючи розуміння соціальних дій за допомогою концепцій Бурдьє та Вітгенштейна. Це дозволяє враховувати як структурні, так і суб'єктивні аспекти соціальних взаємодій [32].

Е. Нейва у своїй праці «Ігри спілкування» перевизначає культуру через семіотичну призму, припускаючи, що спілкування служить засобом вирішення конфліктів та встановлення стабільності в соціальних структурах [33]. Ця перспектива узгоджується з ідеєю, що культурні практики формуються стратегічною взаємодією індивідів, відображаючи ігрову якість у соціальному спілкуванні.

Соціологічне розуміння індустрії ігрового бізнесу як інноваційної сфери соціальної комунікації серед молоді суттєво розвинулося, відображаючи взаємодію між іграми, соціальною взаємодією та культурним вираженням. Ця трансформація полягає у визнанні ігор не лише як розважальних продуктів, але і як платформ для соціальної участі, критичного обговорення та побудови спільнот. Одним із ключових аспектів цього явища є роль ігор у соціальній комунікації. Ігри слугують інтерактивним медіумом, який дозволяє гравцям залучатися до складних соціальних проблем через динамічні наративи, що створюють простір для соціальної критики. Завдяки цьому гравці мають можливість обмірковувати важливі суспільні питання через призму інтерактивної взаємодії [34, 35].

Окрім того, онлайн-ігри сприяють формуванню соціальних зв'язків, особливо серед молоді, яка будує спільноти на основі спільних інтересів. Такі спільноти не лише зміцнюють соціальні навички учасників, але й надають важливі мережі підтримки, які є необхідними для соціального розвитку. Ігри все частіше розглядаються як інструменти соціальних змін, оскільки вони створюють експериментальне середовище, де гравці можуть замислюватися над соціокультурними питаннями. Такий підхід сприяє співпереживанню та

стимулює діалог між учасниками. Ігрова індустрія також відіграє роль культурного рефлектора, де гравці мають можливість через ігровий процес досліджувати та критикувати соціальні реалії, що сприяє глибшому усвідомленню власного культурного контексту [35, 36].

Еволюція ігор як складової життєвого світу молоді також заслуговує на увагу. Відеоігри стають не лише захоплюючим видом дозвілля, але й мультисенсорним досвідом, що формується у вигляді спортивної активності. Участь у такому «віртуальному світі» впливає на формування особистої ідентичності та соціальних практик гравців. Це підкреслює значення агентства - тобто активної ролі гравців у формуванні соціальної динаміки та впливу на мотивацію всередині ігрових спільнот. Водночас важливо визнати виклики, з якими може стикатися ігрова індустрія, включаючи проблеми залежності та соціальної ізоляції, що потенційно можуть протидіяти позитивним аспектам ігрової взаємодії [36].

Історично, різні форми розваг служили платформами для соціальної критики, і розвиток ігрової індустрії у 20-21 століттях став природним продовженням цієї традиції. Ігри, завдяки своєму інтерактивному характеру, здатні залучати гравців на більш глибокому рівні, ніж традиційні медіа, як-от книги чи фільми.

Прикладом є настільна гра «Поїзд», яка стосується теми Голокосту і демонструє, як ігри можуть викликати філософські роздуми та емоційне залучення, підкреслюючи потенціал ігрових медіа для передавання складних тем і служіння інструментом для соціальних коментарів.

Сучасна ігрова індустрія розвивається не тільки як джерело розваг, але й як платформа для соціальної критики. Завдяки інтерактивності відеоігри надають унікальні можливості для дослідження суспільних проблем, залучаючи гравців у активний діалог із соціально значущими темами. Ігри перетворюються на форму мистецтва, яка, подібно до літератури чи кіно, має потенціал впливати на свідомість і розширювати горизонти гравців, ставлячи під сумнів усталені соціальні норми.

Одним із напрямів розвитку ігрової індустрії є створення ігор із соціальним впливом. Ці ігри, покликані висвітлювати важливі соціальні питання, зосереджені на просуванні етичних цінностей, інклюзивності та справедливості. Вони часто розробляються як експериментальні платформи для дослідження проблем, з якими люди стикаються в повсякденному житті, що робить їх значущим інструментом для соціальних коментарів [37]. Використовуючи силу інтерактивності, такі ігри здатні стимулювати обговорення та змушувати замислитися над соціальними викликами нашого часу.

Соціолінгвістичні елементи у відеоіграх додають новий рівень глибини ігровому досвіду. Наприклад, у грі Disco Elysium через вокальні виступи персонажів розкриваються теми соціальних привілеїв, класових конфліктів і культурних розбіжностей, пропонуючи гравцеві змогу критично осмислити ці явища [37]. Таким чином, гравці не лише занурюються в ігровий сюжет, але й отримують можливість дослідити та переосмислити соціальні стереотипи та упередження, що сприяє їхньому соціоморальному розвитку.

Соціолінгвістика вивчає, як мова взаємодіє з суспільством, відображаючи культурні, соціальні та контекстуальні фактори. Цей підхід допомагає зрозуміти, як саме мовні практики впливають на соціальну динаміку та ідентичність, сприяючи глибшому аналізу того, як мова адаптується до різних соціальних контекстів і як вона відображає різноманітні аспекти суспільного життя.

Соціолінгвістика вивчає, як мова змінюється під впливом регіональних, соціальних та культурних факторів. Мовні варіації, такі як діалекти, акценти та соціолекти, демонструють, як мовна практика може відрізнятися в залежності від географічного положення або соціального статусу окремих груп [37]. Наприклад, дослідження В. Лабова про мовну варіацію підкреслює, як соціальні фактори формують мовлення, створюючи різні форми мовного престижу, що дозволяє групам виражати свою соціальну ідентичність та належність до певної спільноти [38].

Мова є потужним маркером соціальної та культурної ідентичності. Вона відображає культурні корені, соціальний статус і навіть гумористичні аспекти культури. Наприклад, специфічні мовні особливості часто слугують маркерами культурної належності, допомагаючи людям виражати свою культурну та етнічну приналежність [38]. Аналіз гумору в різних лінгвокультурах, як-от в американському контексті, демонструє, як лінгвістичні та культурні аспекти переплітаються, формуючи специфічний стиль комунікації та самовираження.

Соціолінгвістика також акцентує увагу на тому, як мовні практики залежать від соціального контексту і є важливою частиною комунікації. Вербальна взаємодія, наприклад, показує, що контекст і соціальна поведінка можуть значно впливати на мовні практики [39]. Соціолінгвістика також відіграє важливу роль у перекладі, досліджуючи, як соціальні фактори впливають на точність і адекватність перекладу різноманітних текстів у різних культурах [40].

Хоча соціолінгвістичні дослідження надають важливу інформацію про функціонування мови в соціальному контексті, існує ризик, що занадто велике зосередження на зовнішніх соціальних аспектах може залишити поза увагою внутрішні особливості мови. Розуміння цих аспектів є важливим для цілісного аналізу мовних феноменів, щоб зберегти баланс між соціальними та лінгвістичними компонентами в комунікації.

Серйозні ігри, такі як That Dragon, Cancer, використовують інтерактивне оповідання, щоб викликати емпатію та загострити увагу до важливих соціальних проблем. У таких іграх емоційне залучення гравця до історії стає ключовим механізмом для передачі важливих повідомлень. Цей підхід дозволяє не лише показати проблему, але й дати гравцеві можливість відчути її особисто [40]. Взаємодія з персонажами й переживання подій у грі сприяють розвитку співпереживання та більш глибокому розумінню людських емоцій і ситуацій.

Сюжетно-орієнтовані відеоігри відкривають нові можливості для глибокого емоційного залучення, перетворюючи гравця з пасивного спостерігача на активного учасника. Взаємодія з персонажами та їхніми історіями дозволяє гравцям відчути повний спектр емоцій, сприяючи розвитку співпереживання й кращого розуміння складних людських почуттів.

У сюжетно-орієнтованих іграх гравці не лише проходять рівні, а й розвивають емоційні зв'язки з персонажами, що дозволяє глибше зрозуміти їхню мотивацію та боротьбу [41]. Це залучення стає основою для розвитку емпатії: дослідження показують, що гравці, особливо після завершення ігрового досвіду, відзначають підвищення емоційної обізнаності та здатності співпереживати [42]. Крім того, аналіз гендерних відмінностей вказує, що жінки-гравці зазвичай більше залучаються в оповідання ігор, що призводить до посилених емоційних реакцій порівняно з чоловіками [43].

Одним із ключових елементів емоційного залучення є афективне оповідання, яке концентрується на створенні ситуацій, що резонують з гравцем на особистому рівні. Гравці можуть впливати на поведінку персонажів та розвиток історії, орієнтуючись на власні емоційні реакції, що додає інтерактивності та глибини до ігрового процесу [44]. До того ж дизайнери сюжетно-орієнтованих ігор активно використовують психологічні теорії емоцій, щоб підсилити емоційну залученість гравця та зробити кожну подію в грі більш захопливою та насиченою [45].

Хоча емоційна участь у сюжетних відеоіграх значно сприяє розвитку емпатії та глибокому розумінню, варто пам'ятати, що не всі гравці реагують однаково. Індивідуальні відмінності в обробці емоцій можуть призводити до різних рівнів емоційного залучення, що свідчить про необхідність індивідуальних підходів у дизайні ігор. Це дозволить розробникам максимально ефективно досягати емоційного впливу на гравців із різними демографічними характеристиками та рівнями чутливості, роблячи ігри більш глибокими та значущими для всіх.

Цікаво, що гендерні відмінності також відіграють важливу роль у емоційному залученні. Дослідження показують, що жінки-гравці можуть сильніше залучатися до наративів, що сприяє глибшому емоційному відгуку порівняно з чоловіками [46, 47].

Ігрова індустрія переживає значні зміни в підходах до гендерного представлення та інклюзії. Хоча деякі зрушення вже відбулися, виклики, пов'язані з сексизмом, стереотипами та недостатнім залученням жінок, залишаються актуальними. Сучасна ігрова сфера ще має пройти тривалий шлях, щоб досягти різноманітного та інклюзивного середовища як у контенті, так і у професійній культурі.

Протягом багатьох років відеоігри часто зображали жінок у сексуалізованих, другорядних ролях, тоді як чоловічі персонажі втілювали силу та домінантність. Такі підходи лише посилювали гендерні стереотипи й закріплювали традиційні ролі, де жінки представлені як об'єкти, а чоловіки – як герої та лідери [46, 47]. Незважаючи на певні покращення у відображенні жінок, жіночі персонажі все ще залишаються недостатньо представленими, особливо в головних ролях, що обмежує різноманітність наративів.

Так само і на рівні розробки відеоігор жінки часто залишаються в меншості, працюючи здебільшого у другорядних ролях. Це відображає загальну структурну орієнтацію галузі, де керівні позиції досі залишаються чоловічими. Така ситуація, як і раніше, впливає на те, як ігрові світи розробляються та які теми в них піднімаються, посилюючи існуючі гендерні дисбаланси [47, 48].

Події на кшталт Gamergate і руху #МеТоо привернули увагу до проблем токсичності та сексизму на робочих місцях у геймінговій індустрії. Унаслідок цих кризових ситуацій деякі великі ігрові компанії впровадили зміни в політиці, спрямовані на подолання дискримінації та створення безпечного середовища для жінок [48]. Однак лише гендерна різноманітність недостатня для створення інноваційного робочого середовища; необхідною умовою є

інклюзія, яка забезпечує повноцінну участь усіх членів команди в творчих процесах.

Згідно з дослідженнями, інклюзивні практики можуть значно підвищити креативність у роботі та сприяти генерації різноманітних ідей. Це особливо важливо в ігровій індустрії, де творчий процес є ключовим для створення нових продуктів. Інклюзивність допомагає командам уникати стандартних підходів, розширюючи спектр ідей, які можна втілити в ігрових сюжетах і дизайні [49].

Сьогодні ми спостерігаємо появу жіночих голосів та більш інклюзивних підходів у геймінговій сфері. Зростання кількості жінок у галузі й підтримка різноманітних наративів у іграх є сигналом до поступового переходу до справедливішого представництва та рівноправності в цій індустрії [49]. Цей прогрес передбачає розвиток інклюзивного робочого середовища, що в довгостроковій перспективі має призвести до створення більш різноманітного ігрового контенту, який враховуватиме інтереси широкої аудиторії.

Проте, навіть за наявності позитивних змін, ігрова індустрія продовжує зіштовхуватися з викликами та супротивом. Укорінені норми, що формувалися десятиліттями, можуть уповільнити процес змін, і для повноцінного прогресу буде потрібен час. Важливо продовжувати підтримувати різноманіття та інклюзію як у контенті, так і на робочих місцях, щоб створити більш справедливе середовище для розвитку ігрової індустрії та залучення молодої аудиторії з різним життєвим досвідом і потребами.

Ігрові платформи стали важливим середовищем для формування культурної ідентичності молоді. Вони надають молодим людям простір для експериментів із самоідентичністю, побудови соціальних зв'язків та дослідження гендерних ролей. Завдяки інтерактивності та можливості занурення у різноманітні культурні та соціальні контексти, ігри активно впливають на розвиток особистої та соціальної ідентичності гравців.

Аватари – це не просто віртуальні представники гравців, а й потужний інструмент для самовираження. Багато гравців починають ототожнювати себе зі своїми аватарами, що відображають їхні внутрішні прагнення, риси та ідеали. Це ототожнення допомагає молоді краще зрозуміти свою самоідентичність і, нерідко, знайти комфортний простір для експериментів [50]. Завдяки налаштуванням аватарів, гравці можуть випробувати різні варіації своєї ідентичності, які не завжди доступні в реальному житті, тим самим досліджуючи нові аспекти своєї особистості [51].

Ігрові платформи відкривають можливості для дослідження гендерних ролей, що важливо для молоді, яка може прагнути вийти за межі традиційних уявлень про гендер. У віртуальних світах гравці можуть створювати персонажів, які не відповідають їхній гендерній ідентичності у реальному житті, а це дозволяє виражати альтернативну гендерну ідентичність і випробовувати різні гендерні ролі [52]. Такі дослідження сприяють розвитку гендерної свободи та критичного погляду на суспільні норми, хоча ігри часто також відображають і підсилюють наявні культурні моделі та гендерні стереотипи [52].

Попри позитивний вплив на формування культурної ідентичності, ігрові платформи можуть сприяти фрагментації особистості. Ігрові середовища, орієнтовані на індивідуалізм і досягнення особистих цілей, іноді відволікають гравців від спільнот і послаблюють їхні зв’язки з реальними соціальними групами [53]. Це може призвести до відчуття ізольованості або до зміщення пріоритетів, де індивідуальні досягнення в ігровому світі стають важливішими за соціальні зв’язки в реальному житті.

Ігрові платформи пропонують молоді неоціненний простір для дослідження та розвитку культурної ідентичності, але для збереження балансу між особистою самореалізацією та соціальною інтеграцією важливо враховувати як позитивні, так і потенційно негативні аспекти впливу ігор на молодь.

Соціологічне осмислення взаємозв'язку ігор із соціальною комунікацією пройшло шлях від ранніх теорій, які акцентували увагу на забезпеченні соціальної згуртованості (Е. Дюркгейм), до сучасних підходів, що досліджують ігри як механізм формування культурного ландшафту (Й. Хейзінга) та взаємодії соціальних акторів. Ігрова бізнес-індустрія як сфера комунікації молоді інтегрує культурні, когнітивні та соціолінгвістичні виміри, створюючи нові простори для соціального діалогу та критичного осмислення суспільних реалій. Ця тема залишається невирішеною науковою проблемою, оскільки потребує більш глибокого вивчення впливу ігрових практик на формування ідентичності та соціальної інтеграції молоді в умовах цифрової трансформації.

Соціологічне осмислення індустрії ігрового бізнесу як інноваційної сфери соціальної комунікації серед молоді пройшло кілька етапів розвитку, що відображає глибоку взаємодію між іграми, соціальною взаємодією та культурним вираженням. На першому етапі дослідники Я. Кайльгауер та А. Ойконому, розглядали ігри переважно як розважальні продукти, однак із часом вони визнали їх значний соціальний потенціал, що включає можливості для соціальної участі, критичного обговорення та побудови спільнот [53, 54].

Другий етап полягав у детальному вивченні ролі ігор у соціальній комунікації. Здатним залучати гравців до обговорення складних соціальних проблем через динамічні наративи, створюючи простір для соціальної критики.

На третьому етапі дослідники Д. Сноудон та Е. Гандолфі зосередилися на вивченні онлайн-ігор як інструментів соціальних змін. Вони виявили, що такі ігри сприяють формуванню соціальних зв'язків, особливо серед молоді, яка будує спільноти на основі спільних інтересів. Ці спільноти не лише зміцнюють соціальні навички учасників, але й надають важливі мережі підтримки, необхідні для соціального розвитку [54, 55].

Еволюція осмислення ігор як складової життєвого світу молоді підкреслила значення агентства, тобто активної ролі гравців у формуванні

соціальної динаміки та впливу на мотивацію всередині ігрових спільнот. Водночас важливо визнати виклики, з якими може стикатися ігрова індустрія, включаючи проблеми залежності та соціальної ізоляції, що потенційно можуть протидіяти позитивним аспектам ігрової взаємодії.

Розвиток ігрової індустрії у 20-21 століттях став природним продовженням традиційних платформ для соціальної критики. Ігри, завдяки своєму інтерактивному характеру, здатні залучати гравців на більш глибокому рівні, ніж традиційні медіа, як-от книги чи фільми. Приклади серйозних ігор, таких як «Поїзд» або «That Dragon, Cancer», демонструють, як ігри можуть викликати філософські роздуми та емоційне залучення, підкреслюючи потенціал ігрових медіа для передавання складних тем і служіння інструментом для соціальних коментарів.

Інноваційність ігрової індустрії полягає також у розвитку ігор із соціальним впливом, які висвітлюють важливі соціальні питання, зосереджуючись на просуванні етичних цінностей, інклюзивності та справедливості. Використовуючи силу інтерактивності, такі ігри здатні стимулювати обговорення та змушувати замислитися над соціальними викликами нашого часу.

Соціолінгвістичні елементи у відеоіграх додають новий рівень глибини ігровому досвіду, дозволяючи гравцям критично осмислювати соціальні привілеї, класові конфлікти і культурні розбіжності. Це сприяє їхньому соціоморальному розвитку, підвищуючи емоційну обізнаність та здатність до співпереживання.

Варто зазначити, що ігрова індустрія переживає значні зміни в підходах до гендерного представлення та інклюзії. Незважаючи на позитивні зміни, виклики, пов'язані з сексизмом, стереотипами та недостатнім залученням жінок, залишаються актуальними.

Ігрові платформи стали важливим середовищем для формування культурної ідентичності молоді, надаючи їм простір для експериментів із самоідентичністю, побудови соціальних зв'язків та дослідження гендерних

ролей. Проте важливо враховувати як позитивні, так і потенційно негативні аспекти впливу ігор на молодь, щоб забезпечити баланс між особистою самореалізацією та соціальною інтеграцією.

Отже, індустрія ігрового бізнесу виступає багатогранним феноменом, який соціологічно осмислюється як інноваційна сфера соціальної комунікації молоді, адже ігри не лише формують нові можливості для побудови спільнот, але й слугують потужним інструментом соціальної участі та критичного осмислення реальності.

1.3. Методологічні принципи та підходи дослідження ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України

Методологічні принципи дослідження визначаються як пізнані закономірності, що слугують основою для аналізу та практичної реалізації досліджуваної теми. У межах цього дослідження застосовано низку методологічних принципів, які забезпечують цілісність і послідовність вивчення ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України.

Принцип об’єктивності передбачає аналіз ігрової індустрії як частини соціальної реальності, уникаючи суб’єктивних оцінок та упереджених інтерпретацій. Цей принцип реалізовано через використання статистичних даних, опитувань і якісного аналізу, що дозволяє уникнути однобічності та враховувати різні аспекти галузі.

Принцип історизму спрямований на врахування історичного розвитку ігрової індустрії, еволюції соціальних комунікацій та технологій. У межах роботи досліджено генезис ігрової індустрії та її соціокультурне значення, що допомагає зрозуміти динаміку змін і перспективи подальшого розвитку.

Принцип загального зв’язку забезпечує врахування взаємодії між різними компонентами ігрової бізнес-індустрії, включаючи економічні, соціальні та культурні фактори. Це дозволяє дослідити ігрову індустрію як

складну систему, що функціонує у взаємозв'язку з іншими соціальними сферами.

Принцип гуманізму акцентує увагу на впливі ігрової індустрії на розвиток особистості, формування соціальних навичок і культури молоді. У дослідженні розглянуто, як ігри сприяють соціалізації, формуванню спільнот і розвитку креативного мислення.

Принцип ціннісної орієнтації дозволяє дослідити, як ігрова індустрія впливає на формування соціальних і культурних цінностей молоді, сприяючи розвитку етичної відповідальності, інклюзивності та толерантності.

Методичні принципи, такі як принцип системності, використовуються для розгляду ігрової індустрії як складної системи з її структурними елементами (розробка ігор, видавництво, кіберспорт) та функціями (соціалізація, економічний розвиток, культурна інтеграція).

Здійснення методологічних принципів мого дослідження реалізується через сукупність методологічних підходів, що спрямовані на розв'язання поставлених наукових завдань.

У дослідженні використано підходи соціології середнього рівня, який включає соціологію комунікацій, соціологію економіки та соціологію молоді. Це дозволило інтегрувати різні аспекти дослідження, поєднуючи аналіз комунікаційних практик, економічної значущості та впливу на молодь.

Соціологія гри розглянута як напрям, що аналізує ігрову діяльність у контексті соціальних взаємодій. Ґрунтуючись на працях Й. Хейзінга, ігри досліджено як інструмент культурної інтеграції та соціального впливу, що сприяє формуванню спільнот і соціальних зв'язків [56].

Реалізація цих принципів забезпечена через методичні підходи, зокрема принцип системності, який дозволяє розглядати ігрову індустрію як складну систему з її структурними компонентами та функціями. Це стало основою для аналізу складових галузі та їхньої взаємодії в межах соціальної, економічної та культурної сфер.

Застосування соціології середнього рівня дало змогу інтегрувати підходи соціології комунікацій, економіки та молоді. Аналіз взаємодії між молодими користувачами ігрового середовища базувався на соціології гри, яка акцентує увагу на культурних і соціальних аспектах ігрової діяльності.

Соціологічний підхід символічного інтеракціонізму надав інструменти для аналізу соціальних взаємодій у межах ігрового середовища, зокрема комунікації гравців через ігрові механіки та символічні системи. Використання системного підходу дозволило структурно-функціонально проаналізувати галузь і визначити функції її ключових компонентів, таких як розробка ігор, дистрибуція та кіберспорт.

Емпіричний метод, представлений аналізом даних, експертними опитуваннями та якісним дослідженням, забезпечив об’єктивність та глибину висновків. Він дозволив оцінити вплив ігрової індустрії на соціальну комунікацію молоді, її цінності та практики.

Таким чином, у межах розділу обґрунтовано комплексний підхід до дослідження ігрової бізнес-індустрії, що включає принципи, підходи та емпіричні методи, які дозволяють повноцінно аналізувати її як інноваційну сферу соціальної комунікації.

Основним соціологічним підходом обрано символічний інтеракціонізм Г. Міда та І. Гофмана, які розглядають соціальну реальність як результат взаємодії між індивідами через символічні системи, включаючи ігрові механіки. У роботі це реалізовано через аналіз комунікації гравців на ігрових платформах, взаємодії в багатокористувацьких середовищах і формування спільних ідентичностей [57].

Системний підхід дозволяє розглядати ігрову індустрію як комплексну систему, складові якої – розробка ігор, дистрибуція, кіберспорт – взаємодіють для досягнення спільних цілей. Використовуючи структурно-функціональний аналіз, можна визначити функції кожного з елементів та оцінити їхній внесок у формування соціальних комунікацій, розвиток економіки та підтримку культурної інтеграції.

Системний підхід акцентує увагу на виявленні зв'язків між елементами ігрової індустрії, що дозволяє створити цілісну модель її функціонування. Як зазначено в монографії М. В. Туленкова, А. С. Лобанової та С. С. Яремчука, системний аналіз базується на принципах комплексності, інтеграції та взаємозалежності, що сприяє розумінню не лише структури, але й динаміки розвитку складних систем, таких як ігровий бізнес [58].

Функції ігрової індустрії в соціальних комунікаціях:

1) *Розробка ігор.* Цей сегмент є основою системи, відповідальною за створення ігрового контенту, який забезпечує інтерактивність і залучення користувачів.

2) *Дистрибуція.* Забезпечує доступність ігор для молоді, сприяючи їхній популяризації через різні платформи.

3) *Кіберспорт.* Виконує функцію соціальної інтеграції, формуючи спільноти гравців та глядачів, що створює нові канали комунікації.

У дослідженні системного підходу важливо враховувати принципи, викладені у праці М. А. Лепського, які акцентують увагу на використанні структурно-функціонального аналізу в медіа-дослідженнях. Це дозволяє не лише моделювати систему, але й прогнозувати її розвиток [59].

Практичне застосування системного підходу дозволяє аналізувати вплив ігрового бізнесу на економічну і соціальну сфери. Зокрема, ігрова індустрія сприяє створенню робочих місць, розвитку цифрової економіки та інтеграції молоді в глобальне культурне середовище.

Використання емпіричного методу стало основою для збору та аналізу даних, які відображають специфіку ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України. Цей метод дав змогу здійснити емпіричне дослідження, що включало кількісне експертне опитування представників індустрії та кількісний аналіз анкетування молоді, яка активно залучена до ігрової культури.

Емпіричний підхід забезпечив:

1) *Збір первинних даних.* Анкетування молоді дозволило отримати інформацію про їхнє ставлення до відеоігор, частоту використання, переваги щодо жанрів і платформ, а також вплив ігор на їхню соціалізацію та комунікаційні практики.

2) *Експертний аналіз.* Інтерв'ю з розробниками ігор, організаторами кіберспортивних заходів та іншими учасниками ринку дало змогу оцінити значення інновацій у розвитку індустрії та визначити основні тенденції.

3) *Аналіз результатів.* Статистична обробка даних з анкетування дозволила виявити закономірності в ігрових практиках молоді, а експертні оцінки розкрили їхній зв'язок із загальною динамікою розвитку індустрії.

Емпіричний метод відіграє важливу роль у підтвердженні гіпотез дослідження, таких як вплив ігрової індустрії на формування soft- та smart-навичок у молоді та розвиток їхніх соціальних зв'язків. Результати дослідження також стали підґрунтям для розробки рекомендацій щодо подальшого вдосконалення соціальної комунікації через ігрові платформи.

Цей підхід забезпечив не лише глибше розуміння впливу ігрового бізнесу, але й став практичним інструментом для оцінки його інноваційного потенціалу.

У цьому підрозділі розглянуто основні методологічні принципи та підходи, які забезпечують цілісність і наукову обґрунтованість дослідження ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України. Визначено, що принципи об'єктивності, історизму, загального зв'язку, гуманізму та ціннісної орієнтації є ключовими у побудові дослідження.

Принципи об'єктивності та історизму дозволяють враховувати історичний розвиток ігрової індустрії, її роль як частини соціальної реальності та уникати упереджених інтерпретацій. Принцип загального зв'язку розкриває взаємозв'язки між компонентами ігрової індустрії (розробкою, дистрибуцією, кіберспортом) та їх вплив на економічні, соціальні та культурні аспекти суспільства. Гуманістичний принцип акцентує увагу на значенні індустрії у

формуванні особистості, соціалізації та розвитку креативності молоді. Принцип ціннісної орієнтації дозволяє оцінити, як ігрова індустрія впливає на формування етичних, інклюзивних і толерантних цінностей серед молоді.

Підходи у дослідженні також відіграли важливу роль. Соціологія середнього рівня надала змогу інтегрувати соціологічний аналіз комунікацій, економіки та молоді, враховуючи як загальні, так і специфічні аспекти ігрової індустрії. Символічний інтеракціонізм, що базується на ідеях Г. Міда та І. Гофмана, допоміг дослідити соціальні взаємодії гравців через символічні системи ігрових механік. Системний підхід дозволив структурно-функціонально проаналізувати ігрову індустрію як комплексну систему з її складовими, їх функціями та взаємодіями, а також оцінити цілісність цієї галузі [60].

Використання емпіричних методів забезпечило практичну реалізацію дослідження: аналіз статистичних даних, експертні інтерв'ю та опитування молоді дозволили отримати об'єктивну картину впливу ігрової індустрії на соціальні комунікації, цінності та практики молоді.

Таким чином, системність і комплексність дослідження базуються на гармонійному поєднанні методологічних принципів, підходів та емпіричних методів, що дозволяє всебічно оцінити ігрову бізнес-індустрію як інноваційну сферу соціальної комунікації.

У першому розділі розглянуто методологічні аспекти дослідження ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України. Проведений аналіз дозволив виділити ключові аспекти, які є основою для розуміння взаємозв'язку між розвитком ігрової індустрії, інноваційними технологіями та соціальними комунікаціями.

Перш за все, було уточнено основні поняття, які використовуються у дослідженні, такі як «ігрова бізнес-індустрія», «інновація» та «соціальні комунікації». Ігрова бізнес-індустрія розглядається як одна з найбільш динамічних і перспективних сфер сучасної економіки, яка поєднує

технологічні інновації, творчий потенціал і значний економічний вплив. Інноваційність галузі виявляється у впровадженні таких технологій, як віртуальна та доповнена реальність, нових моделей монетизації, а також інтеграції користувачів у цифрове середовище. Соціальні комунікації, в контексті ігрової індустрії, є багатовимірним процесом взаємодії, що сприяє формуванню нових соціальних зв'язків, спільнот і культурних практик серед молоді.

Теоретичний аналіз показав, що генезис соціологічного осмислення феномену ігрової індустрії має глибокі історичні корені. Роботи таких вчених, як Й. Хейзінга, Г. Мід та інші, заклали основу для розуміння гри як важливого елемента соціальної взаємодії, що регулюється нормами, правилами та культурними контекстами. Ігрова індустрія, з одного боку, відображає традиційні підходи до взаємодії в суспільстві, а з іншого – виступає платформою для інноваційних соціальних процесів.

Особливу увагу приділено інноваційному потенціалу ігрової бізнес-індустрії, яка виступає лабораторією для розробки новітніх технологій і методів взаємодії. Такі технології, як віртуальна реальність (VR) і доповнена реальність (AR), змінюють характер ігрового досвіду, роблячи його глибшим і більш інтерактивним. Вони дозволяють молоді не лише розважатися, але й розвивати soft- та smart-навички, необхідні для успішної інтеграції у глобалізоване суспільство. Це відкриває нові можливості для створення спільнот, заснованих на спільних інтересах, які долають культурні, географічні та мовні бар'єри.

Ігрова індустрія також сприяє формуванню колективного досвіду серед молоді, підтримуючи її соціальні зв'язки та надаючи платформу для самовираження та інтеграції в сучасне цифрове суспільство. Учасники ігрових спільнот стають активними агентами у створенні нових моделей взаємодії, збагачуючи культурний простір та розширюючи межі традиційних форм комунікації.

Таким чином, у межах розглянутого розділу обґрунтовано, що ігрова бізнес-індустрія є інноваційною сферою соціальної комунікації, яка не лише відкриває перед молоддю нові можливості для розвитку, але й сприяє інтеграції у глобальне цифрове середовище. Це робить її важливим чинником у формуванні сучасної культури взаємодії, створенні спільнот і розширенні можливостей для соціалізації молоді в умовах цифровізації суспільства.

РОЗДІЛ 2
ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІГРОВОЇ БІЗНЕС-ІНДУСТРІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ СФЕРИ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ

2.1. Зміст інноваційної сфери соціальної комунікації молоді

Молодь в Україні, згідно із Законами України, визначається як категорія осіб віком від 15 до 34 років. Ця група охоплює приблизно 12,7 мільйона людей, що становить значну частину населення країни. Молодіжна спільнота є надзвичайно різноманітною, зосередженою переважно у міських районах та характеризується різними пріоритетами залежно від вікових груп [61]. Формування інноваційної сфери соціальної комунікації серед цієї категорії обумовлене демографічними тенденціями, соціальною політикою та активною діяльністю молодіжних центрів.

Протягом останніх десятиліть молодіжне населення України зазнало значних змін. З 2000 по 2014 рік кількість молоді зменшилася на 1,5 мільйона осіб, що відображає загальні демографічні виклики в країні. Водночас спостерігалося зростання молодіжної концентрації у великих містах, таких як Київ, що створює додаткові можливості для соціальної комунікації та взаємодії.

Пріоритети молоді змінюються залежно від віку. Молодші групи (15-24 роки) зосереджуються на освіті та пошуку роботи, тоді як старші (25-34 роки) більше уваги приділяють питанням сімейної стабільності, кар'єрного розвитку та фінансової незалежності [62]. Ці зміни в пріоритетах створюють підґрунтя для адаптації соціальної політики до потреб різних вікових груп.

Державна молодіжна політика України спрямована на підтримку соціального забезпечення молоді та вирішення актуальних проблем. Основні завдання включають подолання економічної нестабільності, спричиненої як внутрішніми економічними кризами, так і військовим конфліктом на сході країни [63].

Розробка та вдосконалення правових рамок має на меті забезпечення кращого захисту прав молоді. У цьому контексті особливу роль відіграє впровадження заходів, які сприяють активній участі молоді в соціальному, політичному та економічному житті країни [64].

Сфера молодіжної комунікації є багатовимірною і відображає сучасні соціокультурні та технологічні реалії. Її структура базується на міжособистісних каналах, що забезпечують безпосередність і близькість взаємодій. Такі канали формують унікальний спосіб спілкування, де сенс та ідентичність будуються в умовах мережевих просторів. Віртуальні платформи стають не просто засобом передачі інформації, а простором для самовираження та створення нових форм соціальної взаємодії [65].

Молодіжна комунікація складається з двох основних складових: міжособистісні зв’язки та цифрові мережі.

1) *Міжособистісні канали* забезпечують глибоку емоційну залученість учасників комунікації. Вони сприяють формуванню відчуття близькості та довіри, що є ключовим фактором для побудови якісного діалогу.
2) *Цифрові мережі* слугують платформою для розширення меж комунікації. Соціальні медіа дозволяють створювати спільноти за інтересами, де молодь може взаємодіяти, обмінюватися думками та будувати власну цифрову ідентичність.

Комунікативна культура серед молоді значною мірою формується завдяки медіа текстам. Сучасні молодіжні медіа активно впроваджують діалогічні та інтерактивні формати взаємодії. Такі формати дозволяють створювати тісний зв'язок між адресатом і адресантом, використовуючи ігрові елементи та креативні підходи для зацікавлення аудиторії. Це дозволяє не лише поширювати інформацію, а й стимулювати активну участь молоді у спільному створенні контенту [66].

Ігрові формати є особливо популярними серед молоді, адже вони полегшують сприйняття інформації, додаючи елемент розваги та залученості.

Таким чином, медіа тексти виконують функцію як засобу комунікації, так і інструменту формування спільних цінностей та норм поведінки.

Цифрові соціальні інновації (DSI) стають важливим інструментом у руках молоді для вирішення суспільних проблем та покращення життя громад. Ці ініціативи базуються на використанні технологій як засобу вдосконалення комунікації, соціальної інтеграції та залучення громадян до вирішення актуальних питань. Молодь активно застосовує сучасні цифрові платформи для розробки ідей, які сприяють сталому розвитку суспільства, часто виходячи за межі традиційних підходів [67].

Особливо яскраво цифрові соціальні інновації проявляються у сфері охорони здоров'я. Інтерактивні блоги, відео-документальні фільми та інші формати творчого самовираження дозволяють молоді не лише піднімати важливі теми, а й створювати новий суспільний дискурс. Наприклад, такі платформи стають засобом обговорення питань психічного здоров'я, репродуктивного здоров'я або боротьби з пандеміями, забезпечуючи відкритість та доступність інформації [68].

Інтерактивний підхід дозволяє кожному учаснику процесу відчути свою значущість та вплив. Молоді автори блогів чи творці відео-проєктів не лише інформують, а й мотивують інших до змін у власному житті та поведінці. Це сприяє розвитку критичного мислення, підвищенню рівня свідомості та формуванню активної громадянської позиції.

Молодіжні ініціативи є рушійною силою змін у суспільстві. Вони інтегрують сучасні технології з творчими підходами, відкриваючи нові можливості для вирішення проблем. Наприклад, мобільні додатки для моніторингу здоров'я, створені молодими розробниками, не лише підвищують доступність медичних послуг, а й формують нові форми соціальної підтримки.

Аналіз інноваційної сфери соціальної комунікації молоді базується на системному підході, що дозволяє розглядати цю сферу як багаторівневу структуру, яка функціонує через взаємодію різних елементів. Відповідно до законодавства України, молодь визначається як особи віком від 14 до 35 років,

що підкреслює різноманіття вікових груп із притаманними їм соціальними та культурними особливостями. Для вивчення змісту цієї сфери необхідно дослідити її морфологію (структуру) та функціонування через такі аспекти, як мовна ідентичність, соціальні інновації, участь у ЗМІ та культурний медіапростір.

Цифрова мовна ідентичність є унікальним феноменом сучасності, який формується під впливом технологій і соціокультурних змін. Вона відображає спосіб, у який молодь використовує мову для спілкування у цифровому середовищі, вираження своєї особистості, побудови соціальних зв'язків та взаємодії зі світом. Однією з ключових характеристик цієї ідентичності є активне використання сленгу та скорочень. Молодь інтегрує до своїх комунікацій неформальні мовні форми, які спрощують передачу інформації та створюють відчуття належності до певної групи. Популярні абревіатури, такі як «OMG» чи «LOL», є не лише засобами економії часу, але й частиною спільної культурної мови [69].

Особливою рисою цифрової мовної ідентичності є використання візуальних елементів, таких як емоджі, GIF-анімації, стікери та меми. Вони виконують роль невербальних сигналів, що передають емоції, настрій чи навіть іронію, додаючи багатошаровості до текстового спілкування. Інша важлива особливість – це змішування мов і культур, яке відображається у гібридних формах мовлення. Молодь часто використовує англійські слова разом із рідною мовою, створюючи унікальний код, який стає частиною їхньої щоденної комунікації. Таке «кодове перемикання» підкреслює вплив глобалізації та інтеркультурного обміну на їхній спосіб висловлювання [69].

Ця мовна ідентичність є динамічною і адаптивною: молодь змінює стиль спілкування залежно від контексту, аудиторії або платформи. Наприклад, у професійних мережах, таких як LinkedIn, вони використовують формальні вирази, тоді як у месенджерах чи соціальних мережах їхнє спілкування стає невимушеним та емоційно насиченим.

Цифрова мовна ідентичність виконує низку важливих соціальних функцій. Насамперед, вона сприяє формуванню спільнот, де мова виступає засобом об'єднання людей зі спільними інтересами. Наприклад, геймерські чи фанатські групи створюють власний мовний сленг, що зрозумілий лише їхнім учасникам, зміцнюючи внутрішню згуртованість. Також мова стає засобом культурної ідентифікації. Молодь може підкреслювати свою національну або локальну приналежність через використання унікальних слів чи мемів, пов’язаних із їхнім культурним середовищем. Окрім цього, цифрова комунікація збагачує мову, додаючи нові терміни та форми виразів, які іноді переходять у загальне користування.

Проте разом із перевагами цифрова мовна ідентичність має і виклики. Один із них – фрагментація мови, коли надмірне використання сленгу та скорочень може призводити до втрати навичок формального мовлення, що ускладнює комунікацію в офіційних контекстах. Інший виклик – культурні розриви між поколіннями, адже старше покоління часто не сприймає цифровий сленг, що може ускладнювати міжпоколіннєву комунікацію. Ще однією проблемою є поширена практика використання «штучної» мови, яка не завжди відображає справжню особистість, що іноді призводить до проблем із самооцінкою чи довірою у стосунках.

Цифрова мовна ідентичність є важливим аспектом інноваційної сфери соціальної комунікації молоді. Вона слугує як засобом інтеграції у цифрове суспільство, так і платформою для самовираження. Разом із тим, важливо усвідомлювати її виклики та враховувати їх у подальшому аналізі впливу цифрових технологій на молодіжне середовище. Як зазначає В. Іркова, використання візуальних елементів мови та поєднання реальної й онлайн-ідентичності демонструють багатогранність мовної динаміки сучасної молоді, яка постійно еволюціонує [70].

Цифрові соціальні інновації охоплюють широкий спектр проєктів і ініціатив, які базуються на використанні цифрових інструментів. Вони спрямовані на поліпшення умов життя громад, розвиток освітніх платформ,

екологічних ініціатив, боротьбу з нерівністю та підтримку людей у кризових ситуаціях. Молодь, яка часто є найбільш адаптивною до технологій, виступає рушієм цих змін. Використовуючи соціальні мережі, мобільні додатки, платформи для краудфандингу та інші цифрові інструменти, молоді люди можуть реалізовувати креативні ідеї, що мають реальний вплив на суспільство.

Одним із ключових аспектів цифрових соціальних інновацій є їхній демократичний характер. DSI дозволяють кожній людині, незалежно від соціального статусу чи географічного розташування, брати участь у суспільних змінах. Наприклад, мобільні додатки для волонтерства або збору коштів на соціально важливі проєкти забезпечують легкий доступ до можливостей допомоги та участі у спільних ініціативах. Крім того, цифрові платформи сприяють створенню відкритих баз даних, що дозволяють молоді розробляти рішення для конкретних проблем громади.

Цифрові соціальні інновації також сприяють розвитку творчих навичок і підприємництва серед молоді. Наприклад, багато молодих людей використовують технології для створення стартапів, що орієнтовані на соціальні виклики. Вони розробляють мобільні додатки, які сприяють збереженню довкілля, пропонують нові освітні формати або надають підтримку людям із особливими потребами. У цьому контексті важливу роль відіграють хакатони, акселератори та інші заходи, що стимулюють молодь до пошуку інноваційних рішень [71].

Вплив цифрових соціальних інновацій на молодь є багатогранним. З одного боку, вони сприяють формуванню почуття свободи волі та впевненості у власних силах. Молоді люди розуміють, що можуть стати активними учасниками змін, а не просто пасивними спостерігачами. З іншого боку, участь у DSI допомагає їм розвивати соціальний капітал, встановлюючи нові контакти та залучаючись до міжкультурного обміну. Як зазначають Х. Абдула та Х. Саххарон, DSI заохочують творчі рішення, які не лише вирішують суспільні проблеми, а й зміцнюють довіру молоді до власних можливостей [71].

Водночас цифрові соціальні інновації стикаються з низкою викликів. Наприклад, не всі молоді люди мають рівний доступ до цифрових технологій через економічні чи географічні обмеження. Це може створювати цифровий розрив, який перешкоджає рівноправному доступу до цих інновацій. Крім того, існує ризик, що частина молоді використовуватиме DSI виключно для особистої вигоди або маніпуляцій, що знижує їхній позитивний соціальний вплив.

Цифрові соціальні інновації є важливим інструментом трансформації суспільства, у якому молодь відіграє ключову роль. Вони відкривають нові можливості для творчості, участі в соціальних змінах і самореалізації. Водночас необхідно враховувати виклики та ризики, пов'язані з їх використанням, щоб забезпечити сталий розвиток інноваційного потенціалу молодіжного середовища. Як підкреслюють Х. Абдула та Х. Саххарон, цифрові соціальні інновації не лише покращують умови життя, а й сприяють формуванню активного громадянського суспільства [71].

Участь молоді у засобах масової інформації (ЗМІ) є важливим аспектом сучасної соціальної комунікації, що набуває нових форм і значення в умовах цифровізації суспільства. Сьогодні молодь перестає бути пасивним споживачем контенту й усе частіше бере активну участь у його створенні, поширенні та обговоренні. Цей процес включає не лише традиційні медіа, такі як телебачення чи радіо, але й новітні цифрові платформи, які відкривають молоді широкий простір для самовираження, комунікації та впливу на суспільство.

Однією з найпоширеніших форм участі молоді у ЗМІ є створення контенту для соціальних мереж, блогів, YouTube-каналів і подкастів. Завдяки доступності технологій та платформ, молоді люди можуть вільно публікувати свої думки, ідеї, творчі роботи або новини, що їх хвилюють. Така активність сприяє формуванню у молоді почуття відповідальності за інформацію, яку вони поширюють, а також розвитку навичок критичного мислення та медіаграмотності. Як зазначає С. Астана, ініціативи, які залучають молодь до

ЗМІ, підкреслюють їхню роль у формуванні суспільних наративів і подоланні соціально-економічних бар'єрів [72].

Крім того, молодь часто бере активну участь у висвітленні важливих подій, особливо через соціальні мережі. Така діяльність дозволяє їм впливати на формування громадської думки, привертати увагу до соціальних проблем і створювати умови для суспільних обговорень. Учасники таких ініціатив отримують можливість висловлювати свої думки, водночас сприяючи демократизації інформаційного простору.

Соціальні медіа також виступають важливим інструментом громадянської активності молоді. Платформи, такі як Facebook, Twitter, Instagram і TikTok, дозволяють швидко організовувати акції, поширювати інформацію про соціальні ініціативи чи навіть проводити освітні кампанії. Як відзначає М. Корнблу, ці платформи сприяють розвитку соціального капіталу, об'єднуючи людей із різних культур та соціальних груп [73].

Важливою тенденцією є участь молоді у створенні й реалізації контенту, орієнтованого на вирішення конкретних соціальних проблем. Молоді люди стають авторами документальних фільмів, соціальної реклами чи проєктів, які висвітлюють питання екології, нерівності, прав людини тощо. Такі ініціативи дозволяють не лише привертати увагу до важливих тем, але й активно впливати на прийняття рішень у суспільстві.

Разом із тим участь молоді у ЗМІ має і виклики. По-перше, не всі молоді люди мають рівний доступ до медіа через економічні чи технічні бар'єри, що створює ризик цифрового розриву. По-друге, в умовах інформаційного перевантаження молодь стикається із труднощами в розрізненні достовірної інформації від фейкових новин, що вимагає посилення медіаосвіти.

Участь молоді у ЗМІ є багатогранним явищем, яке трансформує сучасний інформаційний простір. Молодь не лише створює та споживає контент, але й стає активним учасником суспільних змін, використовуючи медіа як інструмент для самореалізації та впливу. Як підкреслює С. Астана, активна участь молодих людей у ЗМІ сприяє розвитку демократичних

процесів та подоланню соціальних бар'єрів, а М. Корнблу акцентує на тому, що платформи соціальних медіа підвищують залучення громадян, збагачуючи соціальний капітал і посилюючи взаємодію між різними групами [73, 74].

Культурний медіапростір є важливим компонентом соціальної комунікації молоді, який формується під впливом глобалізації, цифровізації та міжкультурних взаємодій. Цей простір відображає складну мережу зв'язків між молоддю, культурними традиціями та новими технологіями, які впливають на формування їхньої ідентичності, цінностей і способу комунікації. Молодь використовує культурний медіапростір як платформу для самовираження, обміну ідеями та створення нових форм культурної взаємодії.

Однією з ключових характеристик культурного медіапростору є його візуальна природа. У цифрових середовищах візуальна комунікація набуває особливого значення, оскільки вона дозволяє передавати складні ідеї через прості й зрозумілі символи. Це можуть бути емоджі, меми, графічні дизайни чи короткі відео, які швидко поширюються у соціальних мережах. Як зазначає Р. Сапарова, візуальні символи в культурному медіапросторі відображають динаміку глобалізації та міжпоколіннєвих взаємодій, створюючи нові можливості для культурного обміну [74].

Молодь активно залучається до формування культурного медіапростору через створення контенту, який висвітлює їхнє бачення світу, культурні цінності та соціальні проблеми. У таких регіонах, як Казахстан, цей процес є особливо помітним, оскільки там спостерігається інтеграція місцевих культурних традицій із глобальними тенденціями. Молоді люди використовують платформи, як-от TikTok, YouTube чи Instagram, для популяризації своїх культурних надбань, одночасно адаптуючи їх до сучасних цифрових форматів. Це створює унікальну синергію між традиційними формами культури та новітніми технологіями.

Культурний медіапростір також відіграє значну роль у процесі соціалізації молоді. У цифровому середовищі вони отримують можливість взаємодіяти з людьми з різних країн, дізнаватися про їхні традиції та погляди,

що сприяє формуванню відкритого та толерантного ставлення до інших культур. Разом із цим, молодь також стикається з викликами, пов'язаними з асиміляцією, коли глобалізація може призводити до втрати унікальних рис локальної культури.

Ще одним важливим аспектом культурного медіапростору є його вплив на ідентичність молоді. Підлітки та молоді дорослі часто шукають себе через взаємодію з різними культурними символами та наративами, які вони зустрічають у медіапросторі. Як вказує Р. Сапарова, цифровий культурний простір дозволяє молодим людям вибудовувати багаторівневу ідентичність, яка включає локальні, національні та глобальні аспекти. Це дозволяє їм не лише зберігати свою унікальність, але й інтегруватися у глобальну культуру [75].

Проте, культурний медіапростір має і свої ризики. Одним із них є поверхневий характер взаємодій, які можуть сприяти поширенню стереотипів чи непорозумінь між культурами. Крім того, нерівний доступ до цифрових платформ може створювати розрив між молоддю з різних соціально-економічних груп, обмежуючи їхню участь у культурному обміні.

Культурний медіапростір є динамічним середовищем, яке формує сучасну молодь і надає їй нові можливості для самореалізації та взаємодії. Завдяки інтеграції технологій, цей простір об'єднує локальне та глобальне, створюючи унікальне поле для культурної творчості й міжкультурного діалогу. Як підкреслює Р. Сапарова, культурний медіапростір ілюструє складність глобалізації та її вплив на молодь, пропонуючи як виклики, так і можливості для їхнього соціального розвитку [75].

Функціонування інноваційної сфери соціальної комунікації молоді є складним і багатогранним процесом, який постійно адаптується до змін, що відбуваються в суспільстві, технологіях та культурі. Сфера соціальної комунікації, що включає цифрові технології, змінює не лише способи взаємодії молодих людей, але й саму сутність комунікації, ставлячи нові вимоги до її функціонування та розвитку. Це дозволяє молоді не тільки бути

активними учасниками сучасного соціального життя, але й формувати нові суспільні та культурні практики, що згодом стають нормою.

Однією з основних функцій інноваційної сфери є її інтеграційна роль. Завдяки цифровим платформам та соціальним мережам молодь отримує можливість об'єднуватися, долати географічні, соціальні та культурні бар'єри. Спільні інтереси, цінності, ідеї створюють нові можливості для соціалізації, сприяють формуванню колективної ідентичності, що ґрунтується на цифрових платформах. З одного боку, це дає можливість молодим людям обирати кола спілкування та об’єднуватися за різними ознаками (наприклад, за інтересами, професійними чи культурними схильностями), а з іншого — формує певні соціальні розриви, коли окремі групи стають замкнутими в своїх інформаційних просторах і мають обмежений доступ до зовнішніх поглядів.

Освітня функція інноваційної сфери соціальної комунікації є не менш важливою. Цифрові платформи відіграють ключову роль у розповсюдженні знань та інформації. Молодь використовує ці платформи не лише для спілкування, але й для навчання. Завдяки доступу до відкритих курсів, відеоуроків, освітніх платформ та груп у соціальних мережах, молоді люди можуть здобувати нові знання і навички без традиційної шкільної чи університетської форми навчання. Це неформальна освіта, яка дає можливість молодим людям вибудовувати кар’єрні траєкторії або розвиватися в певних сферах, таких як IT, мистецтво, соціальні науки. Однак така система освіти може створювати виклики в плані якості та визнання знань, що отримуються в неформальному просторі, а також ризик передчасного «перезавантаження» від великої кількості інформації.

Комунікативна функція є ще однією важливою складовою інноваційної сфери. Завдяки цифровим інструментам, молодь може забезпечити ефективний обмін інформацією між різними групами — від простих знайомств до більш складних соціальних, професійних чи політичних взаємодій. Комунікація стала швидшою, доступнішою та багатоцільовою, що дозволяє обговорювати актуальні питання, ставити соціальні ініціативи,

пропонувати нові рішення. Але, на жаль, цей процес не завжди є рівним, що веде до «цифрового розриву» між молодими людьми з різних соціально-економічних груп, які мають різні можливості для доступу до новітніх технологій і платформ.

Громадянська функція інноваційної сфери соціальної комунікації також є суттєвою. Завдяки соціальним мережам та цифровим платформам молодь все частіше бере участь у суспільно важливих ініціативах, що сприяє розвитку громадянської активності. Молоді люди можуть не тільки виражати свою думку щодо важливих соціальних, екологічних, політичних питань, але й активно брати участь у протестах, ініціативних групах, волонтерських організаціях чи просвітницьких кампаніях. Це сприяє формуванню демократичного суспільства, в якому молодь має можливість бути рівноправним учасником прийняття рішень. Проте, з огляду на доступність цифрових платформ, залишається питання щодо справедливості участі всіх груп молоді у цих процесах, оскільки деякі можуть залишатися в інформаційній ізоляції через економічні чи технологічні обмеження.

Таким чином, функціонування інноваційної сфери соціальної комунікації молоді є багатогранним і взаємопов’язаним процесом, що включає інтеграцію, освіту, комунікацію та громадянську активність. З одного боку, цифрові технології створюють нові можливості для взаємодії та самовираження молоді, а з іншого - породжують нові виклики, такі як цифровий розрив, поверхневі взаємодії та культурні конфлікти. Цей процес є динамічним і вимагає постійного вдосконалення, як з боку технологій, так і з боку самих молодих людей, які повинні активно долати ці труднощі, забезпечуючи своє місце в новому інформаційному суспільстві.

2.2. Розвиток та зміст ігрової бізнес-індустрії

Ігрова індустрія пройшла довгий шлях від скромних початків у вигляді аркадних ігор до сучасних відеоігор, які стали важливою складовою глобальної культури та економіки. Еволюція цієї галузі тісно пов'язана із технологічним прогресом, який відкрив нові можливості для розробки та доступу до ігор, а також із соціальними змінами, що вплинули на сприйняття ігрового контенту.

Наприкінці 1970-х років домашні ігрові системи, як-от Atari 2600, стали поширюватися, надаючи гравцям можливість насолоджуватися відеоіграми вдома. Однак у 1983 році індустрія зазнала кризи через перенасичення ринку низькоякісними іграми, що спричинило тимчасовий спад популярності [75].

Індустрія відновилася завдяки впровадженню нових консолей, таких як Nintendo Entertainment System (NES), які забезпечили високу якість ігор та інноваційний підхід до їхнього створення. Відтоді галузь неухильно розвивається, демонструючи зростання через впровадження складніших технологій [76].

Технологічний прогрес, зокрема впровадження мікропроцесорів і цифрових платформ, зробив революцію в розробці відеоігор. Це дозволило створювати більш складні, інтерактивні та візуально захопливі проекти.

Сучасні хмарні технології та потокові сервіси значно розширили доступ до ігор, роблячи їх доступними безпосередньо через інтернет. Моделі підписки, такі як Xbox Game Pass або PlayStation Plus, змінюють підхід до споживання ігрового контенту [76].

Інфраструктура ігрового бізнесу є складною системою, яка охоплює всі аспекти створення, розповсюдження та споживання ігор. Видавці, розробники, платформи дистрибуції та впровадження новітніх технологій, таких як хмарні ігри, формують основу цього сектору. Вони забезпечують ключові процеси, які дозволяють індустрії адаптуватися до змін і задовольняти зростаючі потреби аудиторії.

Видавці та розробники відіграють важливу роль у забезпеченні функціонування ігрового ринку. Видавці беруть на себе фінансування та маркетинг ігор, тоді як розробники зосереджуються на їхньому дизайні та виробництві. Наприклад, консолідація великих компаній, як-от придбання Microsoft компанії Activision Blizzard, ілюструє посилення домінування ключових гравців у галузі та зростаючий вплив великих корпорацій на формування ігрової інфраструктури [77].

Дистриб'юторські платформи, такі як Steam та Epic Games Store, створюють необхідні умови для доступності ігор, слугуючи важливим містком між розробниками та споживачами. Вони пропонують функції, що сприяють залученню спільноти, зокрема, відгуки користувачів та рейтинги, які впливають на популярність ігор. Додатково, мобільні магазини значно розширили доступ до ігор, дозволяючи розробникам охоплювати більшу аудиторію та сприяти розвитку сегменту мобільних ігор [77].

Впровадження хмарних технологій в ігрову індустрію змінює традиційний підхід до геймінгу. Хмарні ігри усувають необхідність у дорогому апаратному забезпеченні, роблячи високоякісні ігри доступними для ширшої аудиторії. Ця технологія також покращує міжплатформну сумісність, забезпечуючи безперебійний ігровий досвід на різних пристроях [78]. Однак впровадження хмарних ігор стикається з такими викликами, як затримки в передачі даних і обмеження пропускної здатності мережі, що можуть вплинути на якість користувацького досвіду [79].

Хоча хмарні ігри пропонують значні переваги, вони також викликають занепокоєння, пов'язані з безпекою даних та стабільністю потокових послуг. Ці питання можуть вплинути на довіру користувачів і стримати довгострокові інвестиції в інфраструктуру. Проте, за умови подолання цих проблем, ігровий бізнес має всі шанси й надалі розвиватися, впроваджуючи інновації для поліпшення доступності та якості ігрового процесу.

Відеоігри стали важливим культурним явищем, яке впливає на мистецтво, літературу, кіно та соціальні взаємодії. Ігрові наративи та візуальні стилі дедалі частіше інтегруються в інші сфери медіа.

Глобальний ринок ігрової індустрії перевищує 150 мільярдів доларів, що підкреслює її економічну вагу. Розробка ігор, кіберспорт і пов'язані з ними послуги стали ключовими драйверами економічного зростання в багатьох країнах [80].

Індустрія відеоігор сьогодні є багатогранним сектором, що охоплює широкий спектр сегментів, включаючи консольні, комп'ютерні та мобільні ігри, поряд із зростаючими сферами кіберспорту та платформ потокового передавання. Унікальні характеристики кожного з цих сегментів сприяють глобальному зростанню індустрії, а також її впливу на культуру, економіку та технологічний розвиток.

Консольний сегмент залишається одним із найбільш впливових у галузі завдяки таким платформам, як Xbox та PlayStation. Консолі приваблюють користувачів завдяки високоякісному апаратному забезпеченню, ексклюзивним іграм та інтегрованим екосистемам. Ігри для консолей часто забезпечують високий рівень графіки та глибокий геймплей, що робить їх популярними серед хардкорних геймерів.

Сегмент комп'ютерних ігор переживає відродження завдяки технологічним досягненням, зокрема у графічних процесорах, і зростанню багатокористувацьких онлайн-ігор. Платформи, як-от Steam, спрощують доступ до великої бібліотеки ігор, включно з інді-проєктами та AAA-ігровими серіями [81]. Кіберспорт, що базується на комп'ютерних іграх, також є важливим драйвером популярності цього сегмента.

Мобільні ігри стали найбільш динамічним і швидко зростаючим сегментом завдяки доступності смартфонів. Ці ігри пропонують широкий спектр досвіду — від простих аркад до складних стратегій. Доступність мобільних додатків стимулює глобальну популярність цього сегмента.

Кіберспорт трансформував ігри у глядацький спорт, залучаючи мільйони глядачів до прямих трансляцій турнірів. Відомі події, як-от The International (Dota 2) та League of Legends World Championship, отримують спонсорську підтримку від глобальних брендів. Кіберспорт сприяє зростанню ігрової культури, формуючи віддану фанбазу та відкриваючи нові можливості для монетизації [82].

Такі сервіси, як Twitch, YouTube Gaming та Facebook Gaming, змінили спосіб споживання ігрового контенту, створюючи інтерактивні платформи для обміну досвідом. Ці сервіси сприяють формуванню спільнот, дозволяють творцям контенту монетизувати свою діяльність і слугують потужним інструментом маркетингу для розробників та брендів [83].

Розвиток інді-ігор став важливою складовою індустрії завдяки доступності платформ, таких як App Store та Google Play, що дозволяють невеликим студіям охоплювати глобальну аудиторію. Інді-ігри привносять у галузь інновації, експериментують із наративами, жанрами та стилями, що сприяє різноманітності індустрії [84].

Ігрова індустрія знаходиться у стані значної трансформації, зумовленої стрімким впровадженням передових технологій, таких як віртуальна реальність (VR), доповнена реальність (AR), штучний інтелект (AI), метавсесвіти, блокчейн і NFT. Ці інновації не лише змінюють ігровий досвід, а й створюють нові економічні моделі, що впливають на всю екосистему галузі.

Технології віртуальної та доповненої реальності надають іграм безпрецедентного рівня занурення та інтерактивності. VR дозволяє створювати повністю імерсивні світи, які підвищують залученість і задоволення гравців, тоді як AR активно використовується у локаційних іграх та інтерактивних навчальних програмах [85]. Інтеграція VR і AR впливає не лише на ігровий сектор, але й знаходить застосування в маркетингових стратегіях, зокрема для побудови емоційного зв’язку з клієнтами [86].

Штучний інтелект революціонізує процес розробки та створення ігор. Він оптимізує процеси дизайну, скорочуючи витрати і водночас покращуючи якість ігрових персонажів та локацій [87]. Крім того, AI забезпечує реалістичні та динамічні взаємодії з NPC, роблячи ігровий процес більш захопливим та адаптивним до поведінки гравця [88].

Метавсесвіти відкривають нові перспективи для інтеграції ігор і соціальних платформ. Ці цифрові світи об'єднують гравців у спільноти, що сприяє соціальній взаємодії та колаборації, водночас використовуючи AI для вдосконалення користувацького досвіду [89]. Метавсесвіти стають не лише місцем для розваг, а й платформою для навчання, роботи й торгівлі.

Впровадження блокчейну та NFT створює революційні можливості для власності ігрових активів. Гравці можуть справді володіти своїми цифровими предметами, які легко монетизуються на відкритих ринках [90]. Це також сприяє розвитку нових економічних моделей, які змінюють традиційний підхід до монетизації та забезпечують економіку, керовану самими гравцями.

Попри очевидні переваги, ці технології супроводжуються викликами. Висока вартість впровадження інновацій може обмежити доступність, а питання конфіденційності даних і потенційна монополізація ринку викликають занепокоєння. Досягнення балансу між інноваціями, захистом прав користувачів і доступністю стане вирішальним фактором для сталого розвитку ігрової індустрії.

Ігрова індустрія є потужною економічною та культурною силою, що значно впливає на глобальні економіки та соціальні ландшафти. Її фінансові показники демонструють стабільне зростання, зокрема, за рахунок випередження традиційних секторів розваг, таких як кіно та музика. Інтеграція відеоігор у культурну економіку підкреслює їхнє значення як джерела економічного зростання та платформи для культурного самовираження. У 2004 році глобальний дохід від ігор сягнув 25,4 мільярда доларів, з яких 10,5 мільярда було зароблено на ринку США [91]. Крім того, додаткова економічна активність, пов'язана з апаратним забезпеченням та інтернет-послугами,

забезпечила ще 6,1 мільярда доларів щорічно, що свідчить про комплексний вплив галузі [92]. Прогнози до 2010 року вказували на річний приріст у 15% лише у США, що підтверджує стійкий економічний потенціал ігрового сектору [92].

Однією з найважливіших функцій ігрового бізнесу є його здатність сприяти залученню спільнот. Платформи потокового передавання, такі як Twitch або YouTube Gaming, об'єднують гравців, фанатів і навіть спонсорів, створюючи інтерактивний простір для спілкування [93]. Це сприяє не лише зростанню популярності ігор, а й формуванню соціальної підтримки серед учасників.

Twitch є платформою, яка спеціалізується на трансляціях ігрового процесу в режимі реального часу, створюючи інтерактивний простір для мільйонів користувачів. Основною перевагою Twitch є можливість миттєвої взаємодії між мовниками та глядачами через функцію чату, що робить платформу осередком живої комунікації [94].

Завдяки своїй популярності Twitch є одним із головних джерел інтернет-трафіку, об'єднуючи різноманітний спектр контенту: від повсякденних ігрових трансляцій до масштабних турнірів з кіберспорту. Це забезпечує платформі значний вплив у сфері розваг і популяризації відеоігор [57]. Для оптимізації потокового передавання Twitch використовує георозподілену серверну інфраструктуру, яка забезпечує високу якість трансляцій для глядачів з різних регіонів [95].

YouTube Gaming інтегрується з ширшою екосистемою YouTube, що дає змогу поєднувати прямі трансляції з великою бібліотекою записаного контенту. Така гібридна модель дозволяє платформі залучати різноманітну аудиторію, включаючи глядачів, які віддають перевагу записаним відео [96].

Хоча основний фокус YouTube Gaming також лежить у сфері взаємодії глядачів через чати та коментарі, ця платформа виходить за межі виключно ігрового контенту. Її структура сприяє створенню різнопланового контенту, що приваблює ширшу аудиторію [97].

Twitch і YouTube Gaming мають спільну мету — забезпечувати інтерактивний досвід для користувачів, але відрізняються своїм підходом. Twitch зосереджується на ігровому процесі в реальному часі, створюючи середовище, орієнтоване на живу комунікацію. Натомість YouTube Gaming, завдяки своїй інтеграції з YouTube, пропонує більший спектр контенту, охоплюючи як живі трансляції, так і записані відео.

Крім того, віртуальні ігри відкривають унікальні можливості для культурного обміну. Завдяки спільним віртуальним досвідам молодь має змогу знайомитися з різними культурними перспективами, що сприяє формуванню взаєморозуміння та толерантності [98]. Така взаємодія стає важливим інструментом інтеграції молодого покоління у глобалізований світ.

Ігрові технології дедалі більше використовуються як інструмент розвитку комунікативних навичок. Особливо це помітно в освітніх середовищах, де інтерактивні ігри допомагають підліткам удосконалювати свої вміння висловлювати думки та співпрацювати.

Важливим аспектом цієї сфери є роль успішних кіберспортсменів і стримерів. Вони стають прикладами для наслідування, надихаючи молодь на розвиток власних здібностей і самореалізацію через ігрові платформи [99]. Це позитивно впливає на формування особистісних цілей і прагнень у молодіжному середовищі.

Попри численні переваги, ігрова індустрія також має свої недоліки. Одним із них є формування культури напівінформації, коли молодь отримує обмежені знання або поверхові уявлення про певні теми. Це може заважати розвитку критичного мислення та автономної освіти [100].

Унаслідок цього зростає ризик домінування орієнтованого на споживання підходу, що може знизити інтерес до традиційних освітніх занять. Таким чином, важливо забезпечити баланс між розважальними аспектами ігор і їхнім потенціалом для навчання та саморозвитку.

Розвиток ігрової індустрії все більше спрямовується на інтеграцію новітніх технологій, таких як метавсесвіти та штучний інтелект (ШІ). Ці

інновації не лише змінюють ігровий досвід, але й створюють нові можливості для соціальної взаємодії у віртуальних просторах. Аналіз основних тенденцій вказує на те, що майбутнє ігрової соціалізації буде формуватися на перетині технологій віртуальної реальності, блокчейну та інтелектуальних систем.

Ігровий метавсесвіт являє собою нову цифрову екосистему, яка об'єднує користувачів у взаємопов'язаних віртуальних середовищах, створених за допомогою передових технологій, таких як віртуальна (VR) та доповнена реальність (AR). Цей простір змінює традиційне уявлення про розваги, спілкування та економічну діяльність, створюючи нові можливості для інновацій у цифровій сфері.

Ігровий метавсесвіт поєднує технології та функціональність, які сприяють зануренню користувачів у віртуальний світ, забезпечуючи інтерактивність і економічний потенціал.

Віртуальна та доповнена реальність є основою метавсесвіту, створюючи реалістичні віртуальні середовища. Завдяки VR та AR користувачі можуть взаємодіяти з віртуальним світом так, ніби вони фізично перебувають у ньому, що підвищує якість занурення та реалізму [101].

Метавсесвіт забезпечує реальний час взаємодії між користувачами через цифрові аватари та віртуальні об'єкти. Це сприяє розвитку соціальних зв'язків та створенню спільного досвіду, зміцнюючи віртуальні спільноти [102].

Метавсесвіт пропонує значний економічний потенціал, передбачаючи створення ринку вартістю до 13 трильйонів доларів до 2030 року. У цей простір інтегруються різні види економічної діяльності, включаючи ігри, електронну комерцію та освіту, відкриваючи нові шляхи для бізнесу та інновацій [103].

Незважаючи на великий потенціал, розвиток метавсесвіту супроводжується низкою викликів, які впливають на його функціональність і прийняття користувачами.

Конфіденційність даних, безпека та ризик формування залежності є основними питаннями, які постають перед розробниками та користувачами метавсесвіту. Усеохоплюючий характер цієї екосистеми створює нові етичні виклики, які вимагають чітких регуляторних підходів [104].

Реалізація безперебійного користувацького досвіду залежить від вирішення проблем із сумісністю між платформами, а також від удосконалення дизайну інтерфейсу користувача. Такі технічні обмеження можуть уповільнити впровадження метавсесвіту серед широкої аудиторії [105].

Інтелектуальні аватари, здатні до автономної соціальної взаємодії, змінюють підхід до віртуального спілкування. Користувачі можуть залишатися активними у метавсесвіті навіть в автономному режимі, що підвищує ефективність використання соціального часу та підтримання зв'язків [106].

Віртуальна соціалізація у метавсесвітах значно залежить від індивідуальних рис особистості. Наприклад, відкритість до нового досвіду сприяє адаптації покоління Z до віртуального середовища, підвищуючи їхню залученість та готовність до взаємодії [107].

Штучний інтелект є ключовим елементом, що оптимізує взаємодію користувачів у метавсесвітах і робить їхній досвід більш персоналізованим.

Технології НЛП вдосконалюють комунікацію у віртуальних середовищах, дозволяючи більш природні діалоги між користувачами та цифровими агентами. Це створює умови для формування нових суспільних норм у метавсесвітах, які інтегрують елементи реального та віртуального спілкування [108].

Інноваційні біочутливі системи на основі ШІ адаптуються до емоційного стану користувачів, створюючи середовища, що сприяють емпатії та просоціальній поведінці. Це дозволяє користувачам переживати більш глибокий та емоційно значущий досвід взаємодії у віртуальному просторі [109].

Попри перспективність метавсесвітів та ШІ, існує низка проблем, які потребують уваги. Питання конфіденційності та безпеки даних залишаються критичними, особливо з огляду на величезні обсяги персональної інформації, що обробляється у віртуальних середовищах. Крім того, ризик формування негативної соціальної поведінки у віртуальних просторах може впливати на якість взаємодії користувачів.

Технології віртуальної та доповненої реальності (VR та AR) стають основою для трансформації соціальної взаємодії, створюючи захоплюючі середовища, які сприяють побудові спільнот, покращенню комунікації та інноваційним підходам до співпраці. Ці нововведення спричиняють значний вплив на спосіб, яким люди спілкуються, навчаються та обмінюються досвідом.

Завдяки VR та AR користувачі можуть зануритися у віртуальні середовища, які дозволяють здійснювати комунікацію в режимі реального часу незалежно від географічної відстані. Такі інтерактивні платформи забезпечують відчуття фізичної присутності, сприяючи більш глибокому залученню учасників [110]. Однією з переваг VR є здатність передавати невербальну комунікацію, зокрема мікровирази, жести та мову тіла. Це сприяє емоційній залученості та дозволяє учасникам краще зрозуміти один одного, навіть у віртуальних середовищах [111]. VR та AR підтримують створення спільних віртуальних просторів, у яких користувачі можуть брати участь у групових проєктах, соціальних заходах та обговореннях. Це посилює соціальні зв’язки та сприяє побудові міцних віртуальних громад [112]. Інтеграція голосових чатів у VR-простори сприяє створенню командної роботи та відчуття присутності серед гравців. Це значно покращує соціальну взаємодію, перетворюючи гру на спільний досвід [113]. Інструменти для спільного створення контенту, наприклад, віртуальні медіа-персонажі, трансформують підходи до журналістики, освіти та розваг. Така колективна творчість змінює не лише процес виробництва контенту, але й підходи до взаємодії з аудиторією [114]. Попри значні переваги, інтеграція VR та AR супроводжується етичними

викликами, зокрема стосовно автентичності взаємодії та конфіденційності даних. Для забезпечення відповідального використання цих технологій необхідно розробити стандарти, які б враховували ці аспекти та мінімізували ризики для користувачів [115].

Технології VR та AR змінюють способи комунікації, пропонуючи нові формати соціальної взаємодії, побудови спільнот та колективного творення контенту. Однак їх інтеграція повинна супроводжуватися ретельним аналізом етичних і соціальних наслідків, що дозволить максимально реалізувати їхній потенціал, забезпечивши при цьому відповідальне впровадження у суспільство.

Сучасна ігрова індустрія відіграє ключову роль у культурній глобалізації, відкриваючи молоді доступ до багатогранного міжкультурного обміну. Завдяки міжнародним ігровим платформам та ретельно продуманій локалізації ігор, гравці з різних країн мають змогу занурюватися в інші культурні контексти, сприяючи взаєморозумінню та збереженню культурної унікальності.

Інтерактивні ігрові середовища пропонують унікальний формат знайомства з культурними цінностями через сюжетні лінії, візуальні елементи та механіку ігор. Наприклад, гра Genshin Impact інтегрує культурні елементи, пов’язані з архітектурою, традиціями та міфологією різних регіонів. Гравці мають можливість взаємодіяти з цими елементами, створюючи основу для культурного обміну у спільнотах. Це сприяє виникненню дискусій та глибшому розумінню культури інших народів [116].

Крім того, багато тривимірних інтерактивних ігор використовуються в освітніх середовищах для сприяння спільному навчанню між міжнародними та місцевими студентами. Через колективний ігровий досвід студенти не лише освоюють мову, але й краще розуміють культурні особливості один одного [117].

Локалізація є важливим аспектом адаптації ігрового контенту для глобальної аудиторії. Цей процес включає адаптацію текстів, візуальних

елементів та навіть сюжетів, щоб забезпечити культурну відповідність ігрового продукту в різних регіонах. Локалізація не тільки сприяє зростанню доходів компаній, забезпечуючи доступність ігор для нових ринків, але й допомагає зберігати культурні особливості в контексті глобальної комунікації. Згідно з дослідженнями, майже 50% прибутків індустрії припадає на локалізовані версії ігор [118].

Однак процес локалізації супроводжується певними викликами. Наприклад, розробникам часто доводиться змінювати або адаптувати культурні елементи, щоб уникнути непорозумінь чи негативного сприйняття. Такий підхід називають культуралізацією — ретельною адаптацією культурних посилань, яка забезпечує прийнятність гри на локальних ринках [119].

Попри позитивний вплив на культурний обмін, існують ризики, пов’язані з надмірним спрощенням або спотворенням культурного контенту під час локалізації. Це може призвести до створення стандартизованих культурних продуктів, які не враховують усієї глибини і багатогранності оригінальних культур. У таких випадках ігри можуть сприяти культурній гомогенізації, а не справжньому розумінню.

Культурне значення ігор також вражає. Цифрові ігри дедалі частіше визнаються важливою складовою культурної індустрії, перевершуючи за доходами кіно та музику [120]. Вони слугують платформами для соціальної взаємодії та міжкультурного обміну, сприяючи посиленню емпатії та взаєморозуміння між різними соціальними групами [121]. У глобальному контексті ігрова індустрія є не лише джерелом прямих доходів, але й каталізатором технологічних інновацій та розвитку людського капіталу. Наприклад, у 2004 році експорт американських відеоігор сягнув 2,1 мільярда доларів, підтверджуючи роль галузі в міжнародній торгівлі та її вагомий внесок у глобальну економіку [122].

Попри критику, пов’язану з потенційно негативними соціальними наслідками, такими як залежність або надмірне використання, ігри також

мають значні переваги. Вони пропонують освітні можливості, сприяють соціальним зв'язкам і мають потенціал для вирішення глобальних викликів [123]. Таким чином, ігрова індустрія залишається важливою сферою, що формує сучасний світ як у економічному, так і в культурному вимірах.

Український ігровий ринок демонструє динамічний розвиток, поєднуючи потужний IT-сектор і креативний потенціал місцевих компаній. Попри виклики, зумовлені геополітичною напруженістю та пандемією, українські студії впевнено займають своє місце у глобальній індустрії завдяки інноваційному підходу та унікальності своїх продуктів.

Ігровий сектор України є невіддільною частиною ширшої IT-індустрії, яка постійно зростає. Особливу динаміку демонструють сегменти віртуальної реальності та мобільних ігор, для яких прогнозується збільшення доходів на 19% до 2026 року [124]. Війна в Україні суттєво вплинула на економічні процеси, проте IT-галузь залишилася відносно стабільною, демонструючи високий рівень адаптивності до нових умов.

Українські компанії активно інтегруються у глобальну ігрову індустрію, завойовуючи ринок завдяки своїм інноваційним рішенням і творчому підходу. Використання культурної спадщини та національної автентичності дозволяє їм створювати продукти, які знаходять відгук серед світової аудиторії [125]. Приклади успішних українських стартапів, таких як Grammarly та Looksery, свідчать про високу конкурентоспроможність українських талантів у креативній економіці [126].

Українські ігрові студії здобули визнання завдяки поєднанню якісного сторітелінгу та передових технологій. Їхні продукти вирізняються культурною унікальністю та технічним виконанням, що дозволяє їм ефективно конкурувати на міжнародному ринку [127]. Акцент на інтеграцію інновацій у процес розробки сприяє позитивному позиціонуванню українських розробників на світовій арені.

Незважаючи на позитивну динаміку, український ігровий ринок стикається з певними труднощами. Політична нестабільність та обмежена

обізнаність світової аудиторії про українські ігри створюють виклики для подальшого зростання. Однак високий потенціал розвитку, зумовлений креативністю компаній та їхньою здатністю впроваджувати інновації, забезпечує перспективність галузі. Зі збереженням стійкості та орієнтацією на глобальні тренди український ігровий ринок має всі шанси стати вагомим гравцем у світовій індустрії.

Ігрова індустрія пройшла значну еволюцію, ставши ключовим елементом сучасної культури та глобальної економіки. Від аркадних ігор до високотехнологічних платформ, її розвиток був зумовлений технологічними проривами, що дали змогу створювати інноваційні, інтерактивні та доступні продукти для широкої аудиторії. Галузь демонструє стабільне зростання завдяки сегментам консольних, комп'ютерних, мобільних ігор, а також кіберспорту.

Технології, такі як хмарні сервіси, віртуальна та доповнена реальність, штучний інтелект і блокчейн, революціонізують ігровий процес та бізнес-моделі, підвищуючи доступність і залученість гравців. Водночас індустрія стикається з викликами, серед яких проблеми безпеки, конфіденційності даних та вартість впровадження інновацій.

Український ігровий ринок демонструє значний потенціал, інтегруючись у глобальну індустрію завдяки поєднанню технічної майстерності, творчого підходу та культурної автентичності. Попри геополітичні виклики, країна залишається конкурентоспроможною, особливо в сегментах мобільних ігор та віртуальної реальності.

Ігрова індустрія сьогодні є потужним драйвером економічного та культурного розвитку, що активно впливає на інші сфери медіа та технологій. Вона зберігає стійку динаміку росту та має всі передумови для подальшого впливу на світову економіку і культуру.

2.3. Інноваційний вплив ігрової бізнес-індустрії на сферу соціальної комунікації молоді в Україні

Онлайн-ігри мають глибокий вплив на соціальні зв'язки молоді, оскільки через імітацію різних аспектів реального життя, такі як економічні, політичні, культурні, соціальні, технологічні та навіть військові ситуації, вони створюють умови для розвитку міжособистісних взаємодій та колективної діяльності. Зокрема, багатокористувацькі онлайн-ігри дозволяють молодим людям не лише змагатися чи співпрацювати в умовах вигаданих світів, але й активно взаємодіяти один з одним, що сприяє створенню спільнот і соціальних груп. Ці ігри формують нові форми комунікації, де важливі не лише індивідуальні досягнення, а й вміння працювати в команді, домовлятися, керувати конфліктами, ділитися ролями та відповідальністю.

Розвиток таких соціальних навичок, як співпраця, лідерство, вирішення конфліктів і критичне мислення, є однією з основних переваг, яку пропонують онлайн-ігри. Вони вчать молодь ефективно взаємодіяти в різних соціальних контекстах, навіть якщо ці контексти є вигаданими. Гравці змушені адаптуватися до різних стилів взаємодії в команді, приймати різні ролі залежно від ситуації, що допомагає формувати комунікативні та організаційні здібності. Ці ігри також допомагають молодим людям розвивати навички командної роботи, де важливою є взаємна підтримка, координація дій і досягнення спільних цілей. Водночас, для успіху необхідні також навички прийняття рішень під тиском часу, що розвиває вміння справлятися зі стресовими ситуаціями.

Що стосується соціалізації та ресоціалізації, онлайн-ігри відіграють важливу роль у адаптації молоді до нових соціальних умов. Вони можуть стати важливим каналом і агентом соціалізації, особливо для тих молодих людей, які мають обмежений доступ до соціальних можливостей через географічні чи соціальні бар'єри. Ігри допомагають створити середовище, де молодь може виражати себе, відчувати приналежність до спільноти та знайти однодумців, навіть якщо в реальному житті вони не мають можливості для подібних

контактів. Однак у деяких випадках онлайн-ігри можуть мати й негативний вплив, спричиняючи дезадаптацію, коли молоді люди занурюються у віртуальний світ у пошуках втечі від реальних соціальних проблем. Це може привести до соціальної ізоляції або розвитку залежності від ігор, що порушує процес адаптації до реальних соціальних взаємодій.

Багатокористувацькі онлайн-ігри (ММО) сприяють формуванню окремих віртуальних спільнот, дозволяючи гравцям підключатися на основі спільних інтересів та досвіду [128]. Такі спільноти стають осередками для обміну інформацією, стратегіями та підтримкою, що допомагає гравцям відчувати приналежність до більшої групи однодумців. Гравці часто беруть участь у кооперативному геймплеї, який посилює соціальні зв'язки та забезпечує емоційну підтримку, що призводить до розвитку змістовних стосунків [129]. Це може включати як короткотривалі взаємодії під час однієї гри, так і довготривалі стосунки, що підтримуються поза ігровим контекстом.

Інтернет-ігрові середовища заохочують гравців передбачати поведінку та ефективно спілкуватися, що є важливими навичками як у віртуальних, так і в реальних взаємодіях [130]. Комунікаційні ігри, вивчені в контрольованих умовах, показують, як гравці створюють нові комунікаційні системи, покращуючи свої мовні та соціальні здібності [131]. Це сприяє розвитку навичок, таких як переговори, розв'язання конфліктів та співпраця, що є важливими для успішної соціальної взаємодії.

Геймери утворюють онлайн-спільноти, які функціонують аналогічно традиційним соціальним мережам, де вони діляться досвідом та підтримують один одного [132]. Підйом цих спільнот відображає зміну соціальної динаміки, де віртуальні взаємодії можуть суттєво впливати на поведінку та стосунки в реальному світі [132]. Онлайн-спільноти гравців можуть стати важливими соціальними мережами, які забезпечують як емоційну підтримку, так і практичні поради з різних аспектів життя.

Онлайн-спільноти геймерів можуть бути розглянуті як соціальні групи, що функціонують за принципами соціології груп і структур. У цих спільнотах

відбувається формування групових норм, ролей та взаємодій, що визначають поведінку її учасників. Як і в традиційних соціальних групах, члени таких онлайн-спільнот діють відповідно до узгоджених цілей (наприклад, досягнення успіху в грі) і мають власні механізми комунікації, підтримки та вирішення конфліктів. Завдяки цим процесам, онлайн-спільноти гравців не лише сприяють розвитку індивідуальних соціальних навичок, а й допомагають формувати колективні ідентичності, де кожен учасник вносить свій вклад у загальну динаміку взаємодії.

Хоча онлайн-ігри сприяють соціальним зв'язкам, важливо враховувати потенційну негативну поведінку, яка може виникнути, наприклад, антисоціальні тенденції, які також можуть проявлятися в цих віртуальних середовищах [133]. Токсична поведінка, кіберагресія та інші негативні форми взаємодії можуть вплинути на якість соціальних зв'язків та психологічний стан гравців. Тому важливо розвивати стратегії для модерації та управління поведінкою у віртуальних спільнотах, щоб підтримувати здорові та позитивні соціальні взаємодії.

Ігрова індустрія має складний соціально-психологічний вплив, впливаючи на співпереживання, емоційний інтелект та психічне здоров'я серед молоді. Хоча ігри можуть сприяти розвитку позитивних рис, вони також становлять ризики, такі як залежність та соціальна ізоляція. Розуміння цієї динаміки має вирішальне значення для просування здорових ігрових звичок.

Ігри часто вимагають від гравців орієнтуватися в соціальних взаємодіях та моральних дилемах, потенційно посилюючи емпатію та емоційний інтелект. Дослідження показують, що певні жанри, як-от ігри, керовані розповідями, можуть покращити здатність гравців розуміти емоції інших людей [134]. Наприклад, наративні ігри, що пропонують складні сюжетні лінії та багатогранних персонажів, можуть допомогти гравцям розвивати здатність до співчуття, адже вони взаємодіють з різними емоційними ситуаціями.

Однак надмірна гра пов'язана з розладом інтернет-ігор, що характеризується соціальною відстороненістю, тривогою та депресією [135].

Дослідження показують, що тривалі ігри можуть призвести до нехтування обов'язками та напруженими сімейними відносинами [135]. Постійна ігрова активність може вплинути на особисте життя гравців, зменшуючи їхню соціальну активність поза грою та посилюючи почуття ізоляції.

Водночас помірні ігри можуть покращити когнітивні навички, мотивацію та соціальні зв'язки, позитивно впливаючи на психічне здоров'я [136]. Ігри можуть стимулювати розвиток стратегічного мислення, координації та інших когнітивних навичок, що корисні для загального розвитку молоді. Залучення в кооперативні онлайн-ігри може сприяти командній роботі та комунікативним навичкам серед однолітків [137]. Такі ігри допомагають розвивати вміння працювати в команді, спілкуватися ефективно та розв'язувати конфлікти.

І навпаки, хоча ігри можуть принести переваги, потенціал залежності та пов'язані з цим ризики для психічного здоров'я вимагають ретельного моніторингу ігрових звичок, особливо серед вразливих молодих груп населення. Важливо забезпечити збалансований підхід до гри, що включає встановлення обмежень та регулярні перерви, щоб мінімізувати негативний вплив на психічне здоров'я. Розвиток здорових ігрових звичок та усвідомлене використання ігор можуть сприяти більш збалансованому та позитивному впливу на молодь.

Ігрова індустрія відіграє значну роль у формуванні культурної ідентичності, сприянні культурному обміну та вирішенні гендерної динаміки. Через різні соціокультурні наративи ігри перетворилися від простих розваг до платформ для змістовної взаємодії та формування ідентичності. Ця трансформація відображає ширші суспільні зміни та підкреслює важливість розуміння взаємодії між іграми та культурою.

Ігри служать засобом для вираження та вивчення культурних ідентичностей, дозволяючи гравцям взаємодіяти з різноманітними наративами та досвідом. Історичний аналіз показує, що ігри перейшли від інстинктивної

гри до складних соціальних явищ, впливаючи з часом на особисту та колективну ідентичність [137].

Гендерна динаміка в ігровій індустрії впливає на стилі спілкування та взаємодію спільноти, часто увічнюючи стереотипи та упередження [137]. Зусилля щодо подолання токсичності та сприяння інклюзивності мають вирішальне значення для сприяння здоровому ігровому середовищу, яке може покращити спілкування між статями [138]. Визнання соціальних відносин між суб'єктами галузі підкреслює важливість співпраці у вирішенні гендерних питань та покращенні загальної динаміки галузі [138].

Хоча ігрова індустрія досягла успіхів у сприянні культурному розумінню та вирішенню гендерних питань, проблеми залишаються, особливо щодо токсичних культур та інклюзивності. Необхідні постійні зусилля для того, щоб ігри служили позитивними інструментами для культурного обміну та формування ідентичності.

Ігрова індустрія, особливо через зростання кіберспорту, суттєво впливає на молодіжну комунікацію та економічну соціалізацію. Цей вплив проявляється різними способами, від розвитку нових кар'єрних можливостей до підвищення соціальних навичок серед молодих гравців. Наступні розділи описують ці ключові аспекти.

Залучення до кіберспорту може покращити навички спілкування серед молоді, оскільки онлайн-взаємодія часто забезпечує більш приємний досвід, ніж взаємодія віч-на-віч [138]. Участь у командних іграх вимагає від гравців ефективного спілкування, координації та співпраці, що сприяє розвитку комунікативних навичок. Платформи потокового передавання ігор, такі як Twitch та YouTube Gaming, полегшують зв'язки між гравцями, дозволяючи їм демонструвати свої навички та будувати підтримуючі спільноти [138]. Ці платформи створюють можливості для молоді знайти однодумців, обмінюватися досвідом і створювати міцні соціальні зв'язки.

Соціальні медіа та онлайн-ігри мають величезний вплив на молодь, активно формуючи їхню соціальну поведінку та взаємодії в цифровому

просторі. Соціальні медіа створюють простір для підтримки зв'язків, розвитку спільнот та поширення знань. Молодь активно взаємодіє через платформи, де має змогу долучатися до спільнот за інтересами, обмінюватися досвідом і отримувати корисні освітні ресурси. Це сприяє покращенню комунікаційних навичок і розвитку критичного мислення. Соціальні медіа також створюють можливості для активізму та обізнаності, допомагаючи молодим людям брати участь у суспільних змінах [138, 139]. Онлайн-ігри, в свою чергу, створюють віртуальні соціальні мережі, де гравці можуть налагоджувати дружні стосунки, співпрацювати та разом досягати ігрових цілей, що зміцнює соціальні зв'язки і сприяє розвитку навичок співпраці та лідерства [139].

Проте, незважаючи на численні позитивні ефекти, соціальні медіа та онлайн-ігри також несуть у собі ряд ризиків. Надмірне використання цих платформ може негативно позначитися на психічному здоров'ї молоді, викликаючи стрес, тривожність і депресивні стани через соціальне порівняння та відсутність реальних контактів. Кібербулінг, який часто поширюється анонімно в онлайн-просторі, також є серйозною загрозою для емоційного благополуччя молодих людей, що може призводити до низької самооцінки та соціальної ізоляції [139, 140]. Окрім цього, високий рівень занурення в онлайн-середовище може спричинити відволікання від реального життя, погіршуючи навчання та реальні соціальні взаємодії. Тому важливо забезпечити збалансоване використання соціальних медіа та ігор, щоб максимізувати їхні позитивні аспекти і мінімізувати негативні наслідки для психічного здоров'я та соціального розвитку молоді [140].

Участь у іграх та кіберспорті може покращити фінансове розуміння завдяки моделям монетизації, таких як спонсорство та дохід від потокового передавання [140]. Молоді гравці навчаються керувати своїми фінансами, розробляти стратегії для залучення спонсорів та використовувати різні джерела доходу, що підвищує їхню фінансову грамотність. Гравці вчаться швидко приймати рішення, аналізувати ситуації та розробляти ефективні стратегії для досягнення своїх цілей.

Залежність від відеоігор створює значні ризики соціальної ізоляції та проблем психологічного здоров'я, особливо серед молоді. Взаємодія між надмірними іграми та когнітивними дефіцитами, такими як порушення гальмівного контролю, посилює ці ризики, що призводить до згубного впливу на соціальну взаємодію та психічне благополуччя. У наступних розділах викладені ключові аспекти цього питання.

Бізнес-індустрія України відіграє важливу роль у відновленні економіки, особливо в умовах війни та цифрової трансформації. Взаємодія між різними секторами, зокрема малим підприємництвом, торгівлею та організаціями роботодавців, сприяє економічній стійкості. Організації роботодавців, як Федерація роботодавців України, забезпечують законодавчу підтримку та бізнес-аналітику, що допомагає бізнесу адаптуватися до змінюваних умов ринку [140]. Малий бізнес, у свою чергу, є важливим фактором розвитку конкуренції та інновацій, а також стимулює створення робочих місць і підтримує економічне відновлення під час криз [140].

Цифрова трансформація також змінює бізнес-ландшафт, зокрема через розвиток IT-сектору та електронної комерції, що підкріплюється урядовими ініціативами [140]. Однак торгова галузь, хоча і залишається важливим економічним сектором, стикається з викликами через війну, адаптуючись до нових умов через консолідацію та спеціалізацію [140]. Проте, попри позитивні зміни, бізнес-сектор зазнає ризиків, таких як кіберзагрози та регуляторні обмеження, що можуть негативно вплинути на його довгострокове зростання [140].

Одним із головних когнітивних порушень, пов'язаних із залежністю від відеоігор, є дефіцит гальмівного контролю. Дослідження показують, що у людей, схильних до ігрової залежності, спостерігається збільшення помилок комісії під час виконання когнітивних завдань. Це свідчить про труднощі з управлінням імпульсами та концентрацією, що може значно впливати на здатність виконувати важливі завдання, зокрема у навчанні чи роботі [140].

Такі когнітивні проблеми заважають молодим людям ефективно взаємодіяти з іншими та брати активну участь у соціальних процесах.

Надмірне захоплення відеоіграми також призводить до соціальної ізоляції. Залежність від онлайн-ігор часто спричиняє пріоритетність віртуальних взаємодій над реальними стосунками, що посилює соціальне відходження. Гравці все більше замінюють живі зустрічі з друзями або родиною на ігрові сеанси, що веде до емоційної відчуженості та погіршення стосунків з оточенням [140]. Залежність від відеоігор може також вплинути на успішність навчання, оскільки багато молодих людей стають менш здатними зосередитися на навчальних завданнях через постійне бажання грати, що може підвищити рівень стресу та тривоги, ще більше погіршуючи їх соціальну взаємодію [140].

Наслідки для психічного здоров'я молоді є особливо серйозними. Всесвітня організація охорони здоров'я визнає ігрову залежність як психічний розлад, зазначаючи її потенціал порушити повсякденне функціонування та сприяти виникненню різноманітних психічних проблем, таких як депресія та тривожні розлади [140]. Молоді люди, які страждають від цієї залежності, можуть відчувати почуття виключення з груп однолітків, що лише посилює їх ізоляцію і збільшує боротьбу з психічним здоров'ям [140].

І навпаки, існує думка, що відеоігри можуть сприяти соціальним зв'язкам через онлайн-спільноти. Багато гравців формують міцні зв'язки з іншими людьми, що мають схожі інтереси, через інтернет-платформи. Таким чином, не всі ігрові враження призводять до соціальної ізоляції. Онлайн-спільноти можуть стати підтримкою для тих, хто шукає можливості для спілкування в безпечному середовищі. Це підкреслює важливість збалансованого підходу до ігор і підтримуючого середовища, яке допоможе пом'якшити ризики, пов'язані з ігровою залежністю, і забезпечить можливості для позитивних соціальних взаємодій.

Інновації в ігровому бізнесі можна поділити на три основні типи: інкрементальні, радикальні та руйнівні. Інкрементальні інновації включають

незначні вдосконалення існуючих продуктів, такі як покращення графіки або механіки геймплея, що дозволяє задовольнити поточні потреби споживачів без суттєвих змін на ринку [140]. Радикальні інновації забезпечують конкурентні переваги, часто через створення нових ігрових жанрів або механік, що може залучити ширшу аудиторію [140]. Руйнівні інновації, такі як мобільні ігри та соціальні онлайн-платформи, радикально змінюють ігровий ландшафт, відкриваючи нові ринки та змінюючи вподобання споживачів [140, 141]

Ці інновації мають значний вплив на молодь, зокрема на її соціалізацію та поведінку. Соціальні онлайн-ігри, зокрема рольові, покращують взаємодію серед молодих людей, включаючи жінок, що віддають перевагу цьому жанру [141]. Крім того, гейміфіковані елементи в мобільних додатках підвищують залученість молоді, формуючи нові форми поведінки та очікування від зусиль і результатів [141]. Проте, хоча інновації можуть сприяти соціалізації та позитивним змінам, вони також піднімають питання про залежність та інші поведінкові проблеми, що вимагає більш збалансованого підходу до ігор.

Інтеграція інноваційних технологій, зокрема віртуальної та доповненої реальності (VR/AR), значно змінила комунікацію в ігровій індустрії. Ці технології покращують залучення користувачів та створюють захоплюючий досвід, змінюючи спосіб взаємодії гравців з іграми та один з одним. Наступні розділи описують ключові наслідки цих нововведень.

Іммерсивні технології, зокрема VR, забезпечують повністю занурююче середовище, що дозволяє гравцям брати участь у 3D-просторі, підвищуючи реалістичність ігрового процесу. Це дозволяє відчути себе частиною гри на новому рівні, що значно покращує враження від ігрового світу і збільшує емоційну залученість гравців [141]. VR також дозволяє створювати нові можливості для соціальної взаємодії, оскільки гравці можуть спілкуватися між собою в реальному часі у віртуальному просторі, що наближається до реальної фізичної взаємодії.

Доповнена реальність (AR) відкриває нові можливості для гейміфікації реклами. Вона дозволяє брендам створювати інтерактивний досвід, який не

тільки залучає споживачів, але й поглиблює їхню лояльність до бренду. Ігри, що використовують AR, можуть поєднувати реальний світ з віртуальним, створюючи новий формат взаємодії з продуктами і послугами, що покращує споживчий досвід і підвищує рівень залучення [141].

Інновації в голосовій комунікації також суттєво змінили спосіб взаємодії в іграх. Розширені інструменти голосового зв'язку дозволяють гравцям спілкуватися в режимі реального часу, що сприяє командній роботі та розробці стратегій у багатокористувацьких іграх. Це покращує не лише взаємодію в межах гри, але й допомагає будувати більш тісні соціальні зв'язки між учасниками ігрового процесу.

Багато сучасних ігор інтегруються з платформами соціальних мереж, що дозволяє гравцям ділитися своїм ігровим досвідом та взаємодіяти з друзями поза ігровим середовищем. Ця інтеграція соціальних медіа значно розширює ігрові спільноти, дозволяючи обмінюватися досягненнями, стратегіями та просто спілкуватися з однодумцями [141].

Хоча ці технології пропонують значні переваги, деякі проблеми залишаються критичними для розвитку майбутнього спілкування в іграх. Однією з основних є доступність цих технологій для широкого кола користувачів. Високі вимоги до апаратного забезпечення можуть обмежити можливості використання VR та AR для багатьох людей. Окрім того, етичні питання, пов'язані з персональними даними, що збираються під час використання таких технологій, також є важливим аспектом для обговорення.

Крім того, зростаючий рівень занурення в віртуальні світи може призвести до соціальної ізоляції, коли гравці починають більше взаємодіяти з віртуальними персонажами, а не з реальними людьми. Це ставить питання про необхідність збалансованого використання цих технологій, щоб уникнути потенційно негативного впливу на соціальні та психічні аспекти життя гравців.

Завдяки багатокористувацьким іграм, молоді люди мають можливість не лише змагатися, а й активно взаємодіяти, створюючи спільноти, де важливі не

тільки індивідуальні досягнення, але й командна взаємодія. Цей процес сприяє розвитку таких соціальних навичок, як співпраця, лідерство, вирішення конфліктів і критичне мислення.

Зокрема, ігри відіграють важливу роль у адаптації молоді до нових соціальних умов, створюючи канали для соціалізації тих, хто має обмежений доступ до реальних соціальних можливостей. Водночас існують ризики, такі як соціальна ізоляція та залежність від ігор, що можуть призвести до дезадаптації в реальному житті.

Ігрові спільноти формують нові типи соціальних груп, де обмін інформацією, стратегічна координація та підтримка сприяють розвитку більш тісних емоційних зв'язків. Проте, з іншого боку, такі спільноти можуть бути схильні до токсичної поведінки, кіберагресії та інших негативних аспектів, що потребує належного управління та модерації.

Ігри також мають значний вплив на емоційний інтелект, співчуття та психічне здоров'я молоді. Однак надмірне захоплення іграми може спричинити тривогу, депресію та соціальну ізоляцію, особливо серед молодих людей, які занурюються у віртуальні світи для уникнення реальних проблем.

У свою чергу, кіберспорт і його зв'язок з цифровими платформами, такими як Twitch і YouTube Gaming, створюють нові можливості для розвитку соціальних зв'язків, покращуючи комунікаційні навички, лідерство та фінансову грамотність через монетизацію. Це відкриває перед молодими людьми нові перспективи для розвитку кар'єри та економічної соціалізації.

Разом з тим, важливим аспектом є баланс між позитивними і негативними ефектами ігрової індустрії. Залежність від відеоігор, а також ризики, пов'язані з когнітивними порушеннями та соціальною ізоляцією, вимагають обережного підходу до ігрових звичок, особливо серед вразливих груп.

У контексті культурної ідентичності, ігри служать платформою для вираження та обміну культурними наративами, що дозволяє молоді краще розуміти різні соціальні контексти. Однак існують і проблеми, пов'язані з

гендерною динамікою, де стереотипи та упередження все ще можуть впливати на взаємодії в ігрових спільнотах.

Ігрова індустрія має значний вплив на соціальну комунікацію та розвиток молоді в Україні. Ігри сприяють формуванню нових форм соціальної взаємодії, розвитку командної роботи та покращенню когнітивних навичок, але також мають ризики для психічного здоров'я та соціалізації.

Другий розділ, присвячений теоретичним аспектам дослідження ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України, розкриває важливі аспекти цієї індустрії, її роль у формуванні нових соціальних практик і можливостей для розвитку молодіжного середовища.

Насамперед було висвітлено інноваційний зміст соціальної комунікації молоді, яка, інтегруючись у цифровий світ, використовує ігри як ефективний інструмент для самовираження та соціалізації. Молодь України, будучи основною аудиторією ігрової індустрії, активно формує нові комунікативні практики. Ігри забезпечують платформу для розвитку ключових навичок, таких як командна робота, креативність і лідерство, створюючи умови для формування спільнот і обміну культурними цінностями.

Особливий акцент зроблено на розвитку ігрової бізнес-індустрії, яка перетворюється на потужний сегмент економіки. Сьогодні відеоігри виходять за межі звичайного розваги, стаючи джерелом значних економічних можливостей. Індустрія стимулює підприємництво, створює нові робочі місця та залучає інвестиції. В Україні цей сектор демонструє швидке зростання, впроваджуючи сучасні технології, такі як віртуальна реальність, штучний інтелект і інтерактивний геймплей. У роботі проаналізовано ключові моделі монетизації, які сприяють адаптації ігор до потреб різноманітних категорій користувачів, забезпечуючи доступність контенту для широкої аудиторії.

Інноваційний вплив ігрової індустрії на соціальну комунікацію молоді є ще одним важливим аспектом. Завдяки інтерактивним можливостям ігри не лише забезпечують новий рівень соціалізації, але й сприяють розвитку

когнітивних і міжкультурних компетенцій. Гейміфікація стає інструментом, який залучає молодь до спільних проєктів, зміцнюючи соціальні зв'язки та сприяючи глобальній інтеграції. Ігри долають бар'єри між культурами та географічними регіонами, створюючи унікальне поле для взаємодії.

Однак, попри значні переваги, ігрова індустрія не позбавлена викликів. Основними ризиками є надмірне захоплення іграми, що може призводити до залежності, когнітивного виснаження та соціальної ізоляції. Важливою умовою для мінімізації цих негативних впливів є розробка збалансованого підходу до використання ігор, зокрема шляхом створення державних програм підтримки молоді, запровадження механізмів регулювання та популяризації відповідального геймінгу.

У підсумку, другий розділ підтверджує, що ігрова бізнес-індустрія є не лише важливим чинником соціальної комунікації молоді, але й потужним механізмом економічного і культурного розвитку. Її інноваційний потенціал сприяє інтеграції молодих людей у сучасний цифровий світ, створюючи можливості для гармонійного поєднання навчання, дозвілля та професійного зростання. Таким чином, ігрова індустрія не лише адаптується до потреб сучасного суспільства, але й активно впливає на його формування.

РОЗДІЛ 3
ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ІГРОВОЇ БІЗНЕС-ІНДУСТРІЇ ЯК ІННОВАЦІЙНОЇ СФЕРИ СОЦІАЛЬНОЇ КОМУНІКАЦІЇ МОЛОДІ УКРАЇНИ

3.1. Кількісне експертне дослідження ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України

Ігрова бізнес-індустрія в Україні, в умовах стрімкої диджиталізації та глобалізації, набуває важливості як інноваційна сфера соціальної комунікації серед молоді. Цей процес активно відображається у взаємодії молодих людей, їхній здатності засвоювати нові комунікаційні практики, отримувати soft- та smart- skills, а також освоювати нові бізнес-моделі. Завдяки розвитку цифрових технологій та широкому впровадженню гейміфікації, ігрова індустрія вже давно вийшла за межі простого розважального контенту та перетворилася на важливий елемент у формуванні соціальних зв'язків, управлінських навичок і бізнес-стратегій.

Вивчення сфери ігрової бізнес-індустрії як інноваційного процесу у соціальної комунікації молоді України вимагає застосування різноманітних методів соціологічного дослідження. Одним з основних є кількісне дослідження, яке дає можливість отримати глибоке розуміння внутрішніх процесів та взаємодії учасників ігрової індустрії. Оскільки ігровий бізнес являє собою швидко змінювану сферу, його соціальні аспекти потребують особливого підходу в аналізі, зокрема через експертні інтерв'ю. Це дозволяє отримати точні уявлення про ключові тенденції, нові моделі бізнесу, а також про вплив ігор на соціальні практики і комунікацію [142].

Кількісні методи дослідження, такі як опитування, надають можливість отримати статистично значущі дані про ставлення молоді до ігор, їхнє спілкування через ігрові платформи та залучення до бізнес-аспектів індустрії. Однак у контексті нашої теми важливу роль відіграють саме якісні методи, оскільки вони дозволяють глибше зрозуміти мотивацію гравців, їхні

особливості взаємодії у віртуальних просторах, а також комунікаційні стратегії, які впливають на ведення бізнесу в цьому секторі [143].

Що стосується методів опитування, то важливо зазначити, що для більш точного аналізу варто комбінувати онлайн та офлайн формати. Онлайн опитування є більш зручними і доступними для великої кількості респондентів, особливо серед молоді, яка активно користується інтернетом. Водночас офлайн опитування можуть допомогти глибше дослідити специфіку місцевих спільнот або окремих груп гравців, адже вони дозволяють створити більш інтимну атмосферу для отримання відвертих відповідей. Таким чином, застосування комбінації онлайн та офлайн методів дозволяє досягти більш комплексного підходу до вивчення феномену ігрової індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації.

Вибір методу якісного експертного дослідження для аналізу ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України обґрунтований кількома важливими аспектами, які дозволяють детально вивчити всі характеристики цієї сфери.

1. Глибоке розуміння феномена ігрової індустрії. Ігрова індустрія є багатогранною та швидко змінною сферою, яка включає в себе різні елементи - від розробки ігор і маркетингу до кіберспорту та взаємодії гравців. Оскільки соціальні взаємодії молоді в цій індустрії здійснюються через нові форми комунікації та бізнес-моделі, якісні методи дослідження дозволяють глибше зрозуміти не лише поверхневі аспекти, а й складні, часто непомітні, зміни в соціальній поведінці, культурі та мотиваціях учасників. Для вимірювання цієї глибини використовуються відкриті інтерв'ю з експертами та гравцями, які дозволяють дізнатися про реальні досвіди і спостереження, що розкривають багатогранність цього феномена.

2. Думка експерта як ключ до розуміння процесів. Залучення експертів з різних галузей ігрової індустрії (розробка ігор, маркетинг, кіберспорт) дає можливість отримати комплексний погляд на те, як внутрішні процеси в цій сфері впливають на соціальну взаємодію молоді та розвиток

нових бізнес-стратегій. За критеріями експертності можна визначити тих учасників, які мають глибокі знання і практичний досвід у відповідних сферах, таких як розробка інноваційних ігор, впровадження нових технологій чи організація кіберспортивних заходів. Саме через досвід цих фахівців можна вивчити інноваційні стратегії, які ще не були вивчені за допомогою кількісних методів.

3. Соціокультурний контекст і його вплив. Ігрова індустрія активно впливає на формування нових комунікативних практик серед молоді, і це стає особливо помітним у постійно змінюваному соціокультурному контексті України. Кількісне дослідження дозволяє глибше зрозуміти, як ці процеси проявляються в культурному середовищі країни, як зміни в сфері ігор відображаються в соціальних мережах, комунікаціях та взаємодії молодих людей. Наприклад, завдяки інтерв'ю з гравцями та спеціалістами можна виявити, як ігри формують нові культурні ідентичності або змінюють поведінкові моделі в межах певних соціальних груп.

4. Виявлення інноваційних тенденцій. Якісні методи дозволяють виявляти та аналізувати нові інновації в ігровій індустрії, які ще не мали масового визнання, але вже можуть впливати на соціальну комунікацію молоді. Це може включати інновації в ігрових механізмах, нові форми взаємодії (наприклад, через метавсесвіти чи розширену реальність), нові стратегії в кіберспорті або інноваційні моделі бізнесу, які змінюють підходи до комунікації. За допомогою експертних інтерв'ю можна зібрати прогнози про подальший розвиток індустрії, які надають чітке уявлення про можливі напрямки розвитку та їхній вплив на соціальні зв'язки.

5. Відсутність масових даних. Ігрова бізнес-індустрія є досить новою і швидко змінною галуззю, тому на даний момент може існувати брак масових статистичних даних. Кількісні дослідження можуть виявитися недостатньо точними, оскільки інформація ще не є систематизованою або доступною на широку аудиторію. Якісні методи дозволяють заповнити цю прогалину, надаючи важливу інформацію, засновану на реальному досвіді ключових

учасників ринку. Таким чином, експертні дослідження можуть стати основою для створення більш детальних та структурованих статистичних даних у майбутньому.

6. Гуманістичний підхід. Молодь є цільовою аудиторією для цього дослідження, і її інтереси та мотивації важливі не лише з точки зору статистичних даних, але й у контексті розуміння особистих цінностей і моделей поведінки. Якісні методи дозволяють глибше дослідити, що мотивує молодь брати участь у соціальних комунікаціях через ігри, як ігрові практики взаємодії відображаються на особистому та соціальному рівнях. Ці аспекти є ключовими для розуміння, чому молодь так активно залучена до ігрової індустрії і як вона використовує ці нові комунікаційні формати у своєму повсякденному житті.

У розробці програми соціологічного емпіричного дослідження ми визначили мету, а саме:

Метою дослідження є аналіз і визначення ключових чинників розвитку ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної взаємодії молоді України. Ця мета базується на актуальності явища гейміфікації, яке суттєво трансформує способи спілкування молоді, сприяючи вдосконаленню їхніх soft- і smart-skills, а також зміцненню соціальних зв’язків у цифровому середовищі. Дослідження зосереджене на вивченні взаємозв’язку між динамічним розвитком ігрової бізнес-індустрії та формуванням соціальних цінностей і комунікативних навичок серед молодого покоління. Мета також випливає з аналізу соціальних, економічних і культурних викликів, окреслених у вступі, та підкреслює важливість інноваційного підходу до соціальних комунікацій.

Об’єктом дослідження є сфера соціальної комунікації молоді України, яка є багатогранною системою, що трансформується під впливом інноваційних технологій і зростаючого впливу цифрових платформ, зокрема у контексті ігрового середовища. Вибір цього об’єкта пояснюється значенням

соціальних комунікацій для інтеграції, взаємодії та формування ціннісної орієнтації молоді.

В якості предмета дослідження в нашому емпіричному дослідження є процеси й наслідки розвитку ігрової бізнес-індустрії як інноваційного сегмента, що впливає на соціальну комунікацію молоді в Україні. Зміна моделей поведінки, способів взаємодії та розвитку комунікативних навичок серед молоді через вплив ігор вимагає глибокого теоретичного й практичного аналізу.

Положення, яке ми визначили в якості гіпотеза дослідження, що має бути петрифіковане від час дослідження є теза про те, що ігрова бізнес-індустрія сприяє формуванню soft- і smart-skills серед молоді України, забезпечуючи нові можливості для професійної підготовки, комунікативної інтеграції та інноваційного розвитку. Водночас додаткова гіпотеза припускає, що цей сегмент створює платформу для розвитку молодіжного бізнесу, завдяки чому вдосконалюються бізнесові комунікації та соціальні зв'язки. Задля розв'язання проблемної ситуації перевірки гіпотези і досягнення мети визначені завдання:

Завдання дослідження включають:

1. Інтерпретація понять програми дослідження, зокрема «ігрова бізнес-індустрія», «інновація» та «соціальні комунікації».
2. Провести операціоналізацію опитування ігрової бізнес-індустрії.
3. Визначити основні блоки емпіричного дослідження та основні питання анкети.
4. Визначити генеральну та вибіркову сукупність емпіричного дослідження.
5. Провести емпіричне інтернет опитування молоді щодо розвитку ігрової бізнес-індустрії та її інноваційного впливу на молодіжну соціалізацію.
6. Проаналізувати отримані соціологічні дані експертного дослідження феномену геймінгу, щоб визначити його вплив на соціальні цінності та підготувати їх презентацію.

7. Обґрунтувати стратегічні напрями розвитку ігрової бізнес-індустрії у контексті соціальної комунікації та рекомендації основним суб'єктам розвитку цієї сфери.

Генеральна сукупність та вибірка

Дослідження проходило в місті Києві, з 20.11.24 по 25.11.24. Опитано 65 респондентів. В пріоритеті молодь 18-35 років, геймери.

Кількісний метод дослідження обраний з таких причин:

1. Можливість масштабного збору даних:

- Оскільки дослідження стосується соціальної комунікації молоді України та впливу на неї ігрової бізнес-індустрії, кількісний підхід дозволяє опитати значну кількість респондентів. Це забезпечує репрезентативність даних і можливість узагальнення результатів на більшу вибірку.

2. Об'єктивність та точність:

- Кількісний метод використовує стандартизовані інструменти, такі як анкети, які дозволяють отримати точні, кількісно вимірювані дані щодо поширеності явища, рівня зацікавленості молоді в ігровій бізнес-індустрії, оцінки її впливу на формування soft- та smart-skills.

3. Статистичний аналіз:

- Обраний метод дозволяє застосовувати різні статистичні підходи для обробки результатів. Це дає змогу виявляти кореляції, закономірності та тренди, що важливо для аналізу впливу ігрової індустрії на динаміку соціальних комунікацій.

4. Відповідність завданням дослідження:

- У дослідженні визначені конкретні завдання, як-от аналіз впливу ігрової індустрії на соціальні цінності молоді та вивчення її інноваційного потенціалу. Для цього кількісний підхід дозволяє оцінити ці явища через статистичні дані, наприклад, шляхом оцінки рівня використання ігор у повсякденному житті молоді або частоти залучення до соціальних комунікацій через ігрові платформи.

5. Широта охоплення:

- За допомогою кількісного методу можна охопити різні вікові, регіональні та соціальні групи молоді, що важливо для отримання повної картини впливу ігрової бізнес-індустрії.

3.2. Результати експертного дослідження феномену геймінгу у формуванні соціальних цінностей молоді в Україні

У цьому розділі представлені результати соціологічного опитування, що дозволяють оцінити емпіричні дані та зробити висновки щодо поставлених дослідницьких завдань.

Дослідження було спрямоване на аналіз феномену геймінгу як інноваційного елементу соціальної комунікації молоді в Україні. Для цього було сформульовано кілька основних питань і розділено їх на тематичні блоки, що охоплюють гендерні, вікові, соціальні та культурні аспекти.

Нижче наведено детальний опис кожного блоку дослідження та його мети:

Блок 1: Соціально-демографічна характеристика

Мета блоку: визначити соціально-демографічні особливості респондентів, що дозволить побудувати профіль учасників опитування.

Питання:

- *Ваша стать?*

(Мета: дізнатися розподіл між чоловіками та жінками серед геймерів Києва, представлено на Діаграмі №1).

- *Ваш вік?*

(Мета: виявити вікову категорію, яка переважає серед геймерів Києва, проаналізовано на основі Діаграми №2).

Блок 2: Рівень залученості в геймінг та ігрову індустрію

Мета блоку: дослідити, наскільки активно молодь бере участь у геймінгу як соціально-культурному явищі.

Питання:

- *Як часто ви граєте у відеоігри?*
- *Яка ваша роль відносно відео ігор?*

(Мета цих питань — зрозуміти частоту, вподобання та рівень інтеграції геймінгу в повсякденне життя молоді).

Блок 3: Соціальні цінності та вплив геймінгу

Мета блоку: оцінити, як відеоігри впливають на формування соціальних цінностей молоді та на самих індивидів.

Питання:

- *Оберіть які навички формують відеоігри;*

(Мета питання: виявити, які позитивні навички респонденти асоціюють із геймінгом, наприклад, стратегічне мислення, координація, вирішення проблем, або інші, що можуть сприяти особистісному чи професійному розвитку)

- *Оберіть які НЕГАТИВНІ ефекти, навички (антинавички) формують відеоігри?*

(Мета питання: дослідити, які потенційно негативні аспекти геймінгу (наприклад, залежність) респонденти вважають найпоширенішими, щоб краще розуміти ризики, пов’язані з цією діяльністю)

- *Як ви оцінюєте вплив ігор на ваші соціальні взаємодії в реальному житті?*

(Мета питання: з'ясувати, чи сприяє геймінг покращенню соціальних взаємодій (розширенню кола спілкування, зміцненню стосунків), чи має ізоляційний вплив на респондентів)

- *Чи помічали ви у собі або інших симптоми ігрової залежності?*

(Мета питання: визначити поширеність ознак ігрової залежності серед респондентів та їхнього оточення, щоб оцінити вплив цього явища на психологічний стан і соціальне функціонування)

Блок 4: Соціальна взаємодія та розвиток ігрової індустрії

Мета блоку: дослідити рівень соціальної взаємодії респондентів під час гри та визначити їхнє бачення перспектив розвитку ігрової індустрії в Україні.

Питання:

1. *Чи спілкуєтесь ви з іншими гравцями під час гри?* (Мета питання спрямована на оцінку комунікативного аспекту геймінгу, зокрема, як геймери використовують онлайн-ігри для побудови соціальних зв'язків, спільнот чи співпраці. Відповіді дають змогу зрозуміти, наскільки геймінг стає платформою для соціальної взаємодії молоді).

2. *Що, на вашу думку, слід покращити в ігровій індустрії України?* (Це питання дозволяє зібрати пропозиції респондентів щодо вдосконалення українського ігрового сектору. Воно відображає ставлення молоді до поточного стану індустрії та їх бачення щодо її майбутнього розвитку).

Проаналізуємо результати нашого опитування.

Питання 1. Ваша стать?

Мета: Дізнатися яка стать переважає в числі геймерів Києва.

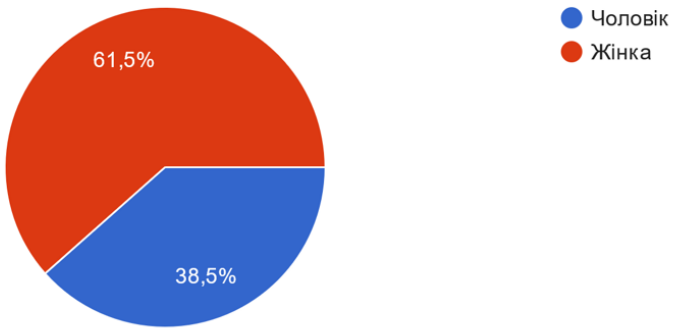


Рис. 3.1. Стать респондентів

Результати: Згідно з результатами дослідження, індустрія ігрового бізнесу як інноваційна сфера соціальної комунікації користується популярністю серед молоді в Україні, причому відсоток жінок в ній значно вище (38,5%), ніж чоловіків (61,5%). Це свідчить про збільшення участі жінок

у цій сфері, що є важливим показником гендерної різноманітності в сучасному ігровому бізнесі.

Питання 2. Ваш вік?

Мета: Дізнатися який вік переважає в числі геймерів Києва.

Легенда діаграми та опис відповідей:

- 12 років: 3 респонденти (4,6%)
- 13 років: 6 респондентів (9,2%)
- 14 років: 3 респонденти (4,6%)
- 15 років: 2 респонденти (3,1%)
- 16 років: 7 респондентів (10,8%)
- 17 років: 4 респонденти (6,2%)
- 18 років: 7 респондентів (10,8%)
- 19 років: 4 респонденти (6,2%)
- 20 років: 2 респонденти (3,1%)
- 21 рік: 6 респондентів (9,2%)
- 22 роки: 7 респондентів (10,8%)
- 23 роки: 3 респонденти (4,6%)
- 24 роки: 3 респонденти (4,6%)
- 25 років: 1 респондент (1,5%)
- 27 років: 1 респондент (1,5%)
- 29 років: 3 респонденти (4,6%)
- 33 роки: 1 респондент (1,5%)

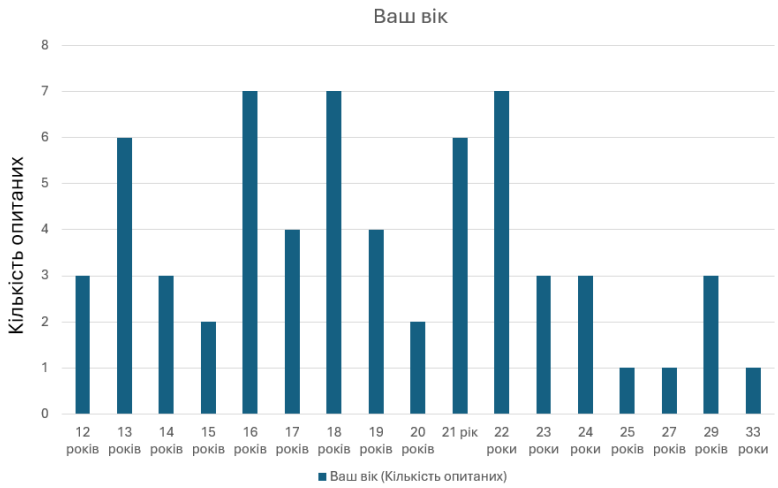


Рис. 3.2. Вік респондентів

Результати: Діаграма ілюструє, що більшість респондентів - це молоді люди та діти у віці від 12 до 22 років, що становить переважну частину опитаних. Найбільше представлені вікові категорії 16, 18 та 22 років (по 10,8% кожна), що свідчить про їхню активність у соціальному спілкуванні та зацікавленість в ігровій індустрії.

1. Діти та підлітки (12 - 15 років): Цю групу представляє менша частка респондентів (у середньому 4,1% на кожну вікову категорію), що демонструє початковий інтерес до ігор та соціальної активності.

2. Старші підлітки (16 - 19 років): Найактивніша група, що складає основну частину респондентів. Тут виділяються категорії 16 та 18 років, що свідчить про пік зацікавленості в ігровій індустрії та комунікації.

3. Молодь (20 - 22 роки): Відсоток респондентів у цій групі також високий, особливо для 22-річних, що підкреслює стійкий інтерес до ігор серед молоді Києва.

4. Дорослі (23 - 27 років): Ця група представлена меншою кількістю респондентів. Поступове зниження інтересу може бути пов’язане з переходом до інших сфер активності, таких як робота чи сімейне життя.

Питання 3. Яка ваша роль відносно відео ігор?

Мета: Дізнатися, які респонденти Києва грають у ігровій індустрії.

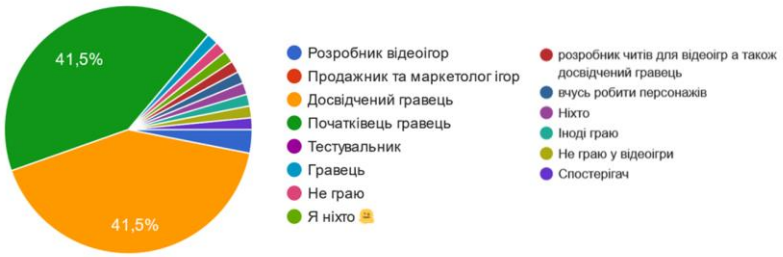


Рис. 3.3. Відповіді на питання «Яка ваша роль відносно відео ігр?»

Результати: Діаграма ілюструє різні ролі, які респонденти грають у відеоігровій індустрії, зокрема розробник відеоігор, продажник та маркетолог ігор, досвідчений гравець, початківець гравець, тестувальник, гравець, ті, що не грають, та ті, хто не ототожнює себе з жодною з ролей.

Найбільші сегменти діаграми належать до досвідчених гравців та тих, хто не ототожнює себе з жодною з ролей (по 41,5% кожен). Інші ролі представлені меншою кількістю респондентів.

Результати показують, що значна частка респондентів вважає себе досвідченими гравцями або не ототожнює себе з жодною конкретною роллю у відеоігровій індустрії, тобто гравець новачок (початківець). Це вказує на те, що хоча багато молодих людей активно залучені до ігрової сфери, існує також велика група, яка не відчуває себе частиною конкретної категорії.

Решта відповідей:

- 1,5% - Гравець
- 1,5% - Не граю
- 1,5 % - розробник читів для відеоігор а також досвідчений гравець
- 1,5 % - вчусь робити персонажів
- 1,5 % - Іноді граю
- 1,5 % - Не граю у відеоігри

- 1,5 % - Спостерігач
- 3,1 % - Розробник відеоігор

Питання 4. Як часто ви граєте у відеоігри?

Мета: Дізнатися, як часто грають респонденти Києва у відеоігри та скільки на це витрачають часу в цілому.

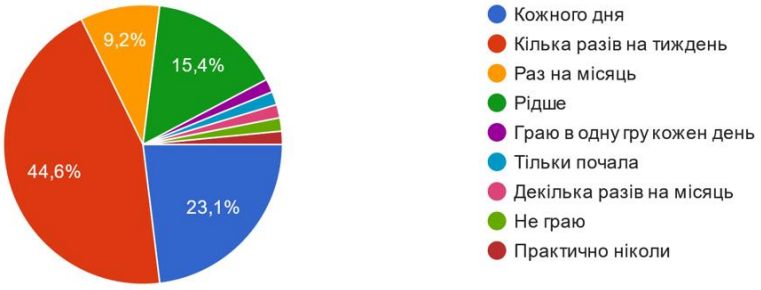


Рис. 3.4. Відповіді на питання «Як часто ви граєте у відеоігри?»

Результати: На цьому графіку представлені результати опитування про частоту використання відеоігор серед 65 респондентів. Найбільший відсоток респондентів (44,6%) грають кілька разів на тиждень, що вказує на високу популярність звичайних ігор. Друга за чисельністю група (23,1%) - це люди, які грають щодня. Решта респондентів грають рідше: 15,4% відзначили, що грають всього 1 раз на місяць, а 9,2% - ще рідше. Невелику ставку (менше 10%) займають ті, хто грає мало або взагалі не грає.

Результати показують, що відеоігри є важливою складовою дозвілля української молоді, особливо для регулярної соціалізації в індустрії ігрового бізнесу. Значна частина аудиторії активно взаємодіє з грою щотижня або щодня, підкреслюючи її потенціал як інструменту спілкування та розваг.

Решта відповідей:

- 1,5% - Граю в одну гру кожен день
- 1,5% - Тільки почала
- 1,5% - Декілька разів на місяць

- 1,5% - Не граю
- 1,5% - Практично ніколи

Питання 5. Оберіть які навички формують відеоігри:

Мета: Дізнатися, які ПОЗИТИВНІ навички на думку респондентів формують відеоігри.

Варіанти відповідей (Легенда гістограми):

1. Комунікативні навички: Відеоігри часто потребують від гравців спілкування та координації дій у мультиплеєрних режимах, що може покращувати уміння ефективно взаємодіяти з іншими.
2. Рішення проблем: Багато ігор базуються на вирішенні складних завдань чи загадок, що стимулює логічне мислення та аналітичні здібності.
3. Критичне мислення: Ігри, які включають стратегію чи тактику, розвивають у гравців здатність до критичного аналізу ситуацій та планування дій.
4. Управління ресурсами: Ігри, де треба керувати ресурсами або бюджетом (наприклад, симуляції або стратегічні ігри), вчать плануванню та оцінці ресурсів.
5. Мультизадачність: Ігри, які вимагають одночасного виконання декількох завдань, можуть покращувати здатність ефективно управляти кількома завданнями.
6. Навички швидкого прийняття рішень: Швидкоплинні ігри вчать гравців швидко аналізувати ситуацію та приймати рішення під тиском.
7. Толерантність до невдач: Ігри часто містять елементи проб і помилок, де гравці вчаться приймати та аналізувати свої невдачі для подальшого вдосконалення.
8. Міжкультурне спілкування: Оскільки багато ігор з'єднують гравців з різних культур та країн, вони можуть сприяти розумінню та прийняттю культурної різноманітності.

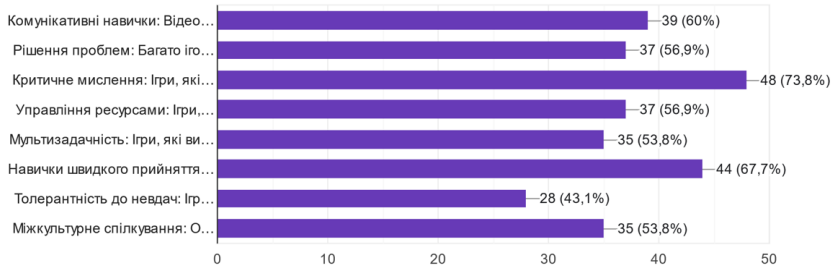


Рис. 3.5. Відповіді на питання «Оберіть які навички формують відеоігри:»

Додано примітку [ТЗ]: За таким же форматом зробіть назви і нумерацію інших ваших рисунків

Результати: На діаграмі представлені дані про те, які навички, на думку респондентів, розвивають відеоігри (65 відповідей). Найчастіше респонденти відзначали розвиток критичного мислення (73,8%) та навичок швидкого прийняття рішень (67,7%). Значний відсоток також вважає, що відеоігри формують комунікативні навички (60%) і допомагають у вирішенні проблем (56,9%). Управління ресурсами та мультизадачність отримали однаковий результат (53,8%), тоді як толерантність до невдач та міжкультурне спілкування були менш популярними відповідями, із 43,1% та 53,8% відповідно.

Результати демонструють, що відеоігри сприймаються як ефективний інструмент для розвитку критичного мислення, прийняття рішень і комунікації. Водночас їхній потенціал у формуванні міжкультурних компетенцій та толерантності до невдач потребує додаткової уваги.

Питання 6. Оберіть які НЕГАТИВНІ ефекти, навички (антинавички) формують відеоігри?

Мета: Дізнатися, які НЕГАТИВНІ навички та ефекти, на думку респондентів, можуть викликати відеоігри.

Варіанти відповідей (Легенда гістограми):

1. Залежність: Надмірний геймінг може призвести до ігрової залежності, яка відволікає від реального життя, навчання або роботи.

2. Агресія та насильство: Деякі дослідження показують, що експозиція насильницьким відеоіграм може збільшувати агресивну поведінку

у деяких гравців, хоча результати досліджень в цій області залишаються суперечливими.

3. Соціальна ізоляція: Хоча багато ігор сприяють соціальній взаємодії, надмірне грання може іноді призвести до соціальної ізоляції, коли особа витрачає більшість часу за іграми замість живого спілкування.

4. Погіршення фізичного здоров'я: Довготривале сидіння і відсутність фізичної активності можуть призвести до проблем із здоров'ям, таких як ожиріння, проблеми зі спиною та інші.

5. Зниження академічної та професійної продуктивності: Час, витрачений на ігри, може відволікати від навчання або робочих обов'язків, що знижує продуктивність і може мати довгострокові наслідки для освіти та кар'єри.

6. Порушення сну: Ігри, особливо перед сном, можуть порушити природний цикл сну, що негативно впливає на загальний стан здоров'я і самопочуття.

7. Негативний вплив на міжособистісні стосунки: Інтенсивне грання може призвести до конфліктів у сімейних та дружніх стосунках, особливо якщо інші вважають, що ігри займають надто багато часу або уваги.

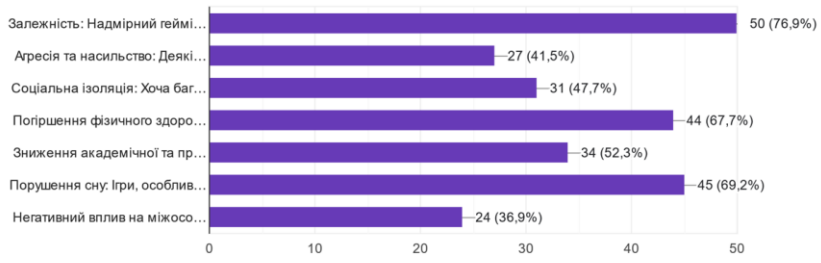


Рис. 3.6. Відповіді на питання - Оберіть які НЕГАТИВНІ ефекти, навички (антинавички) формують відеоігри?

Результати: На діаграмі представлені дані про негативні ефекти, які, на думку респондентів, можуть викликати відеоігри (65 відповідей). Найбільш поширеним негативним аспектом є залежність (76,9%), за якою слідують

погіршення фізичного здоров'я (67,7%) та зниження академічної та професійної продуктивності (69,2%). Соціальна ізоляція також викликає занепокоєння у майже половини респондентів (47,7%), а агресія та насильство отримали 41,5% голосів. Порушення сну та негативний вплив на міжособистісні стосунки відзначені меншою кількістю респондентів (36,9%).

Результати діаграми №6 демонструють думку респондентів, які є учасниками ігрового середовища. Враховуючи їхню залученість до ігор, ми можемо припустити, що відповіді базуються на особистому досвіді та спостереженнях, що підвищує обізнаність про можливі негативні ефекти. Однак щирість таких відповідей може бути частково знижена через природну схильність гравців до захисту власних інтересів або зменшення негативного сприйняття захоплення іграми.

З іншого боку, важливим є факт, що більшість респондентів визнає такі негативні ефекти, як залежність (76,9%), погіршення фізичного здоров’я (67,7%) та зниження продуктивності (69,2%). Це свідчить про критичний підхід до аналізу власної діяльності. Соціальна ізоляція (47,7%) і агресивна поведінка (41,5%) також отримали значну підтримку, що може вказувати на об’єктивність у відповіді.

Таким чином, хоча повну об’єктивність відповідей гарантувати складно через особисту зацікавленість респондентів, їхнє визнання численних негативних аспектів дозволяє стверджувати, що більшість респондентів була щирою в оцінках. Це підтверджує доцільність залучення гравців для аналізу проблеми, адже їхні відповіді відображають реальність, у якій вони безпосередньо перебувають.

Результати підкреслюють, що основними ризиками, пов'язаними з відеоіграми, є залежність, фізичні проблеми та зниження продуктивності. Водночас агресія та міжособистісні конфлікти мають менший рівень підтримки як негативні ефекти, що вказує на суперечливий характер цих аспектів.

Питання 7. Чи помічали ви у собі або інших симптоми ігрової залежності?

Мета: Дізнатися, чи помічають опитані геймери Києва симптоми ігрової залежності, щоб оцінити поширеність цього явища серед молоді, визначити рівень усвідомленості гравців щодо впливу ігор на їхнє життя, а також виявити потенційні фактори ризику, пов'язані з розвитком залежності.

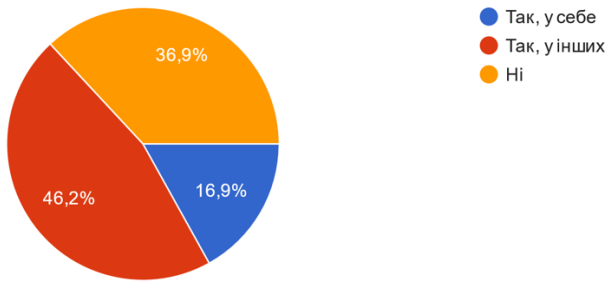


Рис. 3.7. Відповіді на питання - Чи помічали ви у собі або інших симптоми ігрової залежності?

Результати: *На діаграмі зображено результати опитування, у якому респондентам (65 відповідей) поставили запитання: «Чи помічали ви у собі або інших симптоми ігрової залежності?». Результати розподілилися наступним чином:*

- *16,9% респондентів відповіли, що помічали симптоми у себе.*
- *46,2% зазначили, що помічали симптоми у інших.*
- *36,9% відповіли, що не помічали таких симптомів ані у себе, ані у інших.*

Результати показують, що майже половина опитаних помічають симптоми ігрової залежності у інших людей, тоді як значно менша частка визнає наявність таких симптомів у себе. Це може свідчити про недостатнє усвідомлення проблеми серед молоді або соціальні упередження щодо визнання власної залежності.

Питання 8. Як ви оцінюєте вплив ігор на ваші соціальні взаємодії в реальному житті?

Мета: Дослідити, як геймери Києва оцінюють вплив відеоігор на свої соціальні взаємодії у реальному житті, щоб визначити, чи сприяє ігровий досвід покращенню чи погіршенню комунікативних навичок, міжособистісних стосунків та соціальної інтеграції.

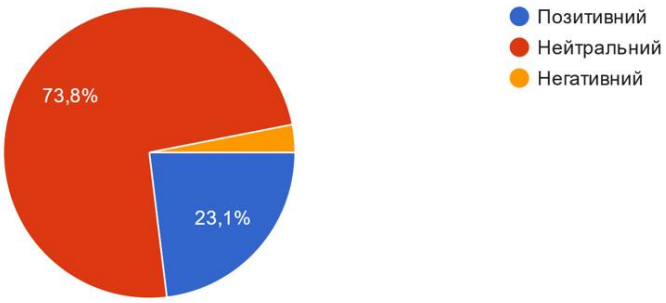


Рис. 3.8. Відповіді на питання - Як ви оцінюєте вплив ігор на ваші соціальні взаємодії в реальному житті?

Результати: На діаграмі представлено результати опитування щодо оцінки впливу ігор на соціальні взаємодії в реальному житті серед 65 респондентів. Відповіді розподілилися таким чином:

- 23,1% респондентів вважають, що вплив ігор на їхні соціальні взаємодії є позитивним.
- 73,8% оцінюють цей вплив як нейтральний.
- 3,1% відзначають негативний вплив.

Переважна більшість респондентів сприймає вплив ігор на свої соціальні взаємодії як нейтральний, що може свідчити про мінімальний вплив ігрової діяльності на реальне життя. Водночас значна частка тих, хто зазначає позитивний вплив, вказує на потенціал ігор як інструменту для соціалізації чи розвитку комунікативних навичок.

Питання 9. Чи спілкуєтесь ви з іншими гравцями під час гри?

Мета: Визначити, чи використовують геймери Києва відеоігри як платформу для соціальної взаємодії, щоб оцінити значення ігор як засобу комунікації, формування спільнот і підтримки соціальних зв'язків.

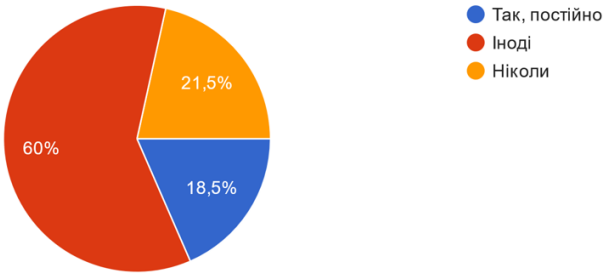


Рис. 3.9. Відповіді на питання - Чи спілкуєтесь ви з іншими гравцями під час гри?

Результати: На діаграмі представлені відповіді на запитання: «Чи спілкуєтесь ви з іншими гравцями під час гри?» Результати опитування 65 респондентів розподілилися таким чином:

- 18,5% постійно спілкуються з іншими гравцями.
- 60% спілкуються іноді.
- 21,5% ніколи не спілкуються під час гри.

Більшість респондентів (60%) періодично взаємодіють із гравцями, що свідчить про значущість соціального аспекту в ігровому процесі. Водночас чверть опитаних (21,5%) не залучаються до комунікації, що може вказувати на індивідуалістичний підхід до гри або перевагу офлайн-формату.

Питання 10. Що, на вашу думку, слід покращити в ігровій індустрії України?

Мета: Виявити думки геймерів Києва щодо можливих покращень в ігровій індустрії України, щоб зрозуміти їхні очікування, визначити ключові проблеми індустрії та сформулювати рекомендації для її подальшого розвитку.



Рис. 3.10. Відповіді на питання - Що, на вашу думку, слід покращити в ігровій індустрії України?

Результати: Діаграма демонструє результати опитування на тему того, що варто покращити в ігровій індустрії України. З 65 респондентів більшість (35,4%) вважають, що найважливішим є розвиток освіти у сфері геймдеву. Другим за значущістю (32,3%) є доступ до ресурсів для інді-розробників. Регулювання сфери зазначили 24,6% опитаних.

Решта відповідей, включаючи комбінацію кількох аспектів:

- 1,5% - Доступ до ресурсів для інді-розробників і освіта в галузі геймдеву;
- 1,5% - Всі вище перераховані;
- 1,5% - ...
- 1,5% - Потрібно розширювати підтримку, щоб решта світу роблячи якусь гру думала: О а в Україні багато геймерів, треба додати бодай український інтерфейс щоб залучити їх до свого проекту; А ще потрібен поштовх самим геймдев компаніям, що власне зараз може зробити Сталкер 2));
- 1,5% - Зробити оптимізацію в сталкері 2.

Результати свідчать, що українська молодь вбачає найбільший потенціал для розвитку ігрової індустрії у підвищенні освітнього рівня та забезпеченні ресурсами для інді-розробників. Це підкреслює важливість інвестицій у навчальні програми та створення доступної інфраструктури для молодих розробників.

Висновки: Дослідження феномену геймінгу серед молоді України показало важливі тенденції та особливості. Ігрова індустрія залишається популярною серед молоді, незалежно від статі, хоча чоловіки становлять більшу частку гравців (61,5%). Значний відсоток жінок (38,5%) свідчить про зростання гендерної рівності в цій сфері. Основною аудиторією є молодь віком 16-22 роки, що свідчить про привабливість ігор для цієї вікової групи, яка використовує їх не лише для розваг, але й для соціалізації.

Серед респондентів багато досвідчених гравців (41,5%), хоча значна частка не асоціює себе з конкретними ролями у геймінгу. Більшість респондентів грають кілька разів на тиждень або щодня, підтверджуючи значення відеоігор як важливого елементу дозвілля. Ігри позитивно впливають на розвиток критичного мислення, швидке прийняття рішень і комунікацію, хоча їхній вплив на формування міжкультурної толерантності залишається обмеженим. Водночас існують і негативні аспекти: залежність, погіршення фізичного здоров'я та зниження продуктивності. Ці проблеми визнаються респондентами, що свідчить про усвідомлення ризиків, хоча соціальна ізоляція та агресія оцінюються менш критично.

Вплив ігор на соціальні взаємодії частіше сприймається як нейтральний, хоча близько 20% респондентів відзначають його позитивний вплив. Більшість гравців періодично спілкуються з іншими під час гри, що підкреслює соціальний потенціал ігрових платформ. Молодь бачить головні напрями розвитку ігрової індустрії України в покращенні освіти у сфері геймдеву та забезпеченні ресурсами для інді-розробників, що свідчить про прагнення до визнання України на світовому ринку.

Загалом, геймінг є важливою частиною життя української молоді, сприяючи розвитку позитивних навичок і надаючи можливості для соціалізації, хоча і потребує уваги до ризиків, пов'язаних із надмірним використанням. Підтримка освіти, доступу до ресурсів і стимулювання інновацій сприятимуть розвитку індустрії як платформи для розваг і соціального зростання.

3.3. Напрями розвитку ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України

На основі проведеного дослідження визначено основні напрямки розвитку індустрії ігрового бізнесу в Україні як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді. Успішна реалізація потенціалу цього сектора залежить від скоординованих дій всіх учасників – бізнесу, розробників, освітніх установ і самих користувачів.

Для української бізнес-структури важливим завданням має стати створення сприятливого середовища для підтримки інді-розробників, що може істотно стимулювати зростання числа незалежних студій і сприяти створенню інноваційних продуктів, конкурентоспроможних на міжнародному ринку. Інвестування в розвиток такої команди допоможе молодим талантам створити екосистему з усіма ресурсами, необхідними для втілення їхніх ідей у життя.

Зокрема, рекомендується запровадити програму грантів для підтримки молодих команд розробників на ранніх стадіях створення проектів. Гранти можуть бути використані для покриття витрат на придбання необхідного обладнання, оплату програмного забезпечення, маркетингових кампаній або професійної підтримки.

Подібні заходи допоможуть консолідувати різні сегменти галузі, від початківців до досвідчених професіоналів, створити основу для співпраці і розширити проект.

Іншим важливим аспектом є надання незалежним розробникам доступу до найновішого ліцензованого програмного забезпечення та інструментів розробки. Для цього бізнес-структура може запустити партнерську програму з провідними виробниками програмного забезпечення та домовитись про знижки та спеціальні пакети для місцевих студій. Це знижує бар'єри для входу молодих фахівців в галузь і сприяє підвищенню якості створюваних продуктів.

Крім того, рекомендується розробити і впровадити локалізовану онлайн-платформу, присвячену просуванню українських ігор. Така платформа служить ринком збуту і надає місцевим розробникам ефективний

маркетинговий інструмент для просування продуктів як серед української, так і міжнародної аудиторії, який включає в себе створення інтернет-магазинів, створення рекламних кампаній, проведення віртуальних заходів за участю гравців і інтеграцію продуктів з глобальними платформами, такими як Steam, Epic Games Store і Google Play. Це включає в себе:

Особливу увагу слід приділити розвитку людських ресурсів. Створення програми стажувань для студентів дозволяє залучити в галузь нових фахівців і отримати реальний досвід роботи над реальними проектами. Бізнес-структура може співпрацювати з університетами та навчальними центрами для запуску дуальної освіти або організації професійної підготовки. Ці програми можуть включати стажування у великих студіях, вивчення реальних справ та сертифікацію. Це стане важливою перевагою для майбутнього фахівця при працевлаштуванні.

Важливим напрямком для бізнесу є інтеграція ігрової індустрії в Державну програму розвитку підприємництва. Це дозволить вам отримати додаткову фінансову та організаційну підтримку від держави, що стимулюватиме не лише створення нових робочих місць, а й розвиток регіону. Наприклад, місцеві ініціативи в місті можуть стати інкубатором для створення студій розробки ігор, об'єднуючи фахівців з різних регіонів України.

Розширення співпраці бізнесу та освітньої галузі також дуже важливо. Інвестиції в створення навчальних програм, що враховують поточні потреби ринку, допоможуть сформувати покоління фахівців, здатних працювати з новітніми технологіями і відповідати вимогам світового ринку. Це включає навчання програмуванню, дизайну, сценарію та маркетингу, оскільки для успішних ігор потрібні фахівці в різних областях.

Розробникам рекомендується зосередитися на розвитку міждисциплінарних навичок, які підвищують якість продукту, беручи до уваги психологічні та соціальні аспекти ігрового процесу. Співпраця з психологами, педагогами та соціологами сприяє створенню ігор, що сприяють розвитку критичного мислення та комунікативних навичок. Також слід приділити увагу

розробці багатокористувацьких сценаріїв і спільних завдань, які підвищують інтерактивність і сприяють соціалізації.

Зокрема, для користувачів важливо пропагувати здоровий підхід до ігрової діяльності за допомогою інформаційних кампаній з коригування ігрового часу та створення ігор, що стимулюють фізичну активність, таких як інтерактивні ігри віртуальної реальності. Крім того, проводячи конкурси з дизайну ігрових рівнів і створюючи платформу для обговорення ідей, ми зможемо поліпшити творчий процес розробки ігор.

Освітні установи відіграють важливу роль у формуванні основи для сталого розвитку ігрової індустрії. Тому що завдяки освіті можна забезпечити галузь кваліфікованими кадрами, здатними впоратися з викликами сучасного ринку. Завдяки включенню в навчальну програму спеціалізованих курсів, таких як програмування, 3D-дизайн, створення візуальних ефектів, ігрова механіка, управління проектами та написання сценаріїв, студенти отримують систематичне уявлення про галузь. Це дозволяє не тільки сприяти формуванню фахівців, що володіють вузькоспеціалізованими знаннями, а й готувати різнобічних фахівців, здатних працювати в мультидисциплінарних командах.

Особливо важливо проводити майстер-класи та практикуми із залученням експертів ігрової індустрії, включаючи провідних розробників, дизайнерів і маркетологів. Подібні заходи допоможуть студентам набути практичного досвіду, розуміння реальних бізнес-процесів та актуальних тенденцій у галузі, зокрема, в області застосування новітніх технологій, таких як штучний інтелект, віртуальна реальність та доповнена реальність. Експерти можуть поділитися своїми знаннями про деталі роботи на різних етапах розробки ігор, від концептуалізації ідей до маркетингового просування готових продуктів.

Окрім практичних занять, важливим аспектом є розвиток академічної бази ігрової індустрії. Залучення студентів до створення наукових досліджень в області Ігор дозволяє не тільки аналізувати соціальні, психологічні та

економічні аспекти гри, а й розробляти нові теоретичні моделі та інноваційні рішення. Наприклад, дослідження впливу ігор на поведінку молоді та їх потенціалу як засобу соціальної комунікації може стати основою для розробки етичних норм при створенні ігрового контенту.

Ще одним перспективним напрямком є створення спеціалізованої лабораторії для експериментів в області геймдизайну. У такій лабораторії студенти можуть працювати з професійним обладнанням і програмним забезпеченням, тестувати ідеї, створювати прототипи ігор, створювати нові механіки, наприклад, лабораторії віртуальної реальності можна використовувати для створення симуляторів або імітаторів, які використовуються не тільки в іграх, але і в медичній, освітній та військовій сферах.

Крім того, навчальні заклади можуть налагодити партнерські відносини з міжнародними студіями, організовуючи програми обміну, стажування або наставництво. Це дозволить студентам отримати доступ до світового досвіду, ознайомитися з найкращими практиками та встановити контакти, які допоможуть їм у подальшій професійній діяльності.

Ще одним важливим завданням освітніх установ є створення умов для міждисциплінарного співробітництва. Наприклад, об'єднуючи студентів різних факультетів - програмістів, дизайнерів, художників, музикантів, менеджерів - в спільні проекти, Ви можете навчитися ефективно працювати в команді. Це основа успіху сучасної розробки ігор. Це також служить платформою для створення стартапів, які в майбутньому можуть перетворитися на повноцінні ігрові студії.

Тому розробка освітніх програм в ігровій індустрії вимагає комплексного підходу, що включає як теоретичну підготовку, так і практичний досвід. Інтеграція навчальних курсів, організація майстер-класів, створення лабораторій та стимулювання наукових досліджень сприяють формуванню нового покоління фахівців, здатних якісно вивести українську ігрову індустрію на новий рівень.

Зміцнення міжнародного співробітництва стратегічно важливо для розвитку української ігрової індустрії, інтеграція у світовий ігровий процес відкриває широкі можливості для зростання. Це не тільки полегшить презентацію українських продуктів світовій аудиторії, але і дозволить розробникам ознайомитися з новими технологіями, тенденціями і нововведеннями в області Ігор.

Для успішної участі в подібному заході необхідно створити державні або приватні програми підтримки української команди, такі як фінансування участі в міжнародних заходах, організація спільних стендів, консультаційні сесії з підготовки виставок. Такі ініціативи можуть допомогти малому бізнесу не тільки отримати доступ до світових ринків, а й мати у своєму розпорядженні достатніми фінансовими ресурсами для пошуку потенційних партнерів та інвесторів.

Ще одним важливим напрямком є надання українським розробникам можливості брати участь в міжнародних акселераторах і бізнес-інкубаторах, що спеціалізуються в ігровій індустрії. Такі платформи, як Y Combinator, Techstars Gaming та Google для стартапів, забезпечать не лише фінансування, а й досвід, наставництво та доступ до мережі партнерів та інвесторів. Участь у подібних програмах допоможе українській команді покращити ігровий проект, отримати консультації від провідних експертів галузі та підвищити конкурентоспроможність своєї продукції.

Крім того, варто розробити партнерську програму між українськими студіями та міжнародними компаніями. Наприклад, співпраця з такими ключовими гравцями, як Ubisoft, CD Projekt RED, Epic Games і Unity, дозволить нам переймати кращі практики, працювати над масштабними проектами та інтегрувати українських фахівців в наші глобальні виробничі процеси. Це можуть бути програми обміну персоналом, спільні освітні ініціативи або співпраця у виробництві ігор.

В української індустрії є перспектива не тільки отримати вигоду з міжнародного співробітництва, а й внести свій внесок у розвиток глобальної

гри. Розробка ігор, заснованих на українській культурі, історії та сучасних реаліях, може стати важливим елементом міжнародного позиціонування. Наприклад, створення продукту, що розповідає про українські традиції і легенди, познайомить світ з багатством місцевої культури і в той же час розповість про український ігровий ринок.

Для ефективного просування українських ігор за кордоном рекомендується створити Національну програму маркетингової підтримки, яка включатиме рекламу продукції на міжнародних майданчиках, участь в оцінці світових ігор, а також проведення спеціальних заходів, присвячених українським іграм. Такі ініціативи можуть фінансуватися за рахунок партнерських відносин між урядами та приватними компаніями, зацікавленими у виході на світові ринки.

Крім того, розглядається можливість створення Міжнародного центру для українських ігрових студій, проведення зустрічей, семінарів та конференцій з міжнародними партнерами, спільних проектів, такі центри можуть стати місцем технічної інфраструктури, організаційної підтримки та обміну досвідом між місцевими та глобальними гравцями ринку.

В цілому, зміцнення міжнародного співробітництва сприяє не тільки зростанню української промисловості, але і її інтеграції в Глобальну екосистему. Це розширить можливості для українських розробників, залучить нові інвестиції і, в свою чергу, стане важливим стимулом для розвитку економічної та культурної дипломатії країни.

Правове регулювання ігрової індустрії є дуже важливим аспектом для створення хорошого бізнес-середовища та забезпечення сталого розвитку галузі. В умовах постійних технологічних інновацій і швидко мінливих вимог ринку правові норми повинні не тільки захищати права учасників ринку, а й створювати сприятливі умови для розвитку нових ініціатив, забезпечуючи передбачуваність і стабільність бізнесу. Важливою складовою цього є впровадження прозорих і зрозумілих правил ліцензування та регулювання, які

визначають чіткі вимоги до діяльності розробників, видавців та інших учасників ринку.

Одним з важливих напрямків є впровадження чіткої системи ліцензування для ігрових студій, що працюють в Україні. Від ліцензування програмного забезпечення, отримання прав інтелектуальної власності до сертифікації готової продукції для розповсюдження через різні платформи та канали, процес ліцензування ігор повинен бути прозорим, зрозумілим та доступним для всіх учасників, від невеликих інді-студій до великих розробників. Крім того, важливо впровадити механізми моніторингу та аудиту ігрових продуктів, щоб забезпечити відповідність стандартам якості та безпеки, які вимагає ринок.

Питання оподаткування в ігровій індустрії також менш важливе. Створення ефективної і справедливої податкової системи дозволить розробникам знизити фінансове навантаження і сприятиме зростанню інвестицій в галузь. Для цього необхідно розробити податкові пільги та преференції для нових стартапів, особливо для інді-розробників на ранніх стадіях розвитку. Це може включати пільги з податку на прибуток для молодих студій, які дозволять їм ефективніше інвестувати свої ресурси в розробку ігор, рекламу та міжнародне просування.

Захист прав інтелектуальної власності необхідний для підтримки інновацій у галузі та заохочення творчості. До цього також можна віднести відкриття ліцензій.

Розробники впевнені, що їхні ідеї, концепції та технології будуть належним чином захищені від таких порушень, як піратство, копіювання або несанкціоноване використання інтелектуальної власності. Введення чітких законів, що регулюють питання авторського права на програмне забезпечення, графіку, музику, скрипти та інші ігрові елементи, знизить рівень піратства і створить сприятливі умови для монетизації ігор вітчизняними та зарубіжними компаніями. Це допомагає виробляти. Для цього можна створити спеціалізовані установи, які захищають права на ігрові продукти і

забезпечують взаємодію з міжнародними організаціями, що займаються питаннями інтелектуальної власності.

Також важливо звернути увагу на розробку і реалізацію державних програм підтримки стартапів і технопарків, орієнтованих на розробку ігор. Підтримка інноваційних компаній в ігровій індустрії повинна стати одним з пріоритетів держави. Це може проявлятися у вигляді грантів, фінансових субсидій, безповоротних інвестицій або надання пріоритетних кредитів стартапам. Це дозволяє молодій команді постійно концентруватися на розробці нових ігор, не турбуючись про фінансові труднощі. Одним з ключових аспектів підтримки стартапів є створення технопарку, бізнес-інкубатора та прискорювача, які надають молодим компаніям доступ до необхідної інфраструктури, наставництва, технічної підтримки та ресурсів для розробки ігор. Крім того, ці платформи можуть служити важливими центрами взаємодії між стартапами, бізнес-інвесторами, університетами та іншими учасниками екосистеми.

Державна підтримка компаній, що займаються розробкою ігор, також повинна включати ініціативи з міжнародної інтеграції українських розробників. Наприклад, він надає фінансування для участі в міжнародних виставках, конкурсах і фестивалях, підтримує розвиток міжнародних партнерських відносин, а також заохочує експорт українських ігор на зарубіжні ринки. Це допоможе підвищити конкурентоспроможність українських розробників на світовій арені, а також надасть можливість збільшити прибуток від експорту ігор.

У рамках правового регулювання також повинні бути розроблені закони, що забезпечують правильний баланс між підтримкою розвитку індустрії і захистом прав споживачів, зокрема, має регулюватися питання ігрового контенту, його впливу на психологічний стан гравців, забезпечуватися безпека користувачів і створюватися умови за здорову конкуренцію на ринку.

Тому правове регулювання ігрової індустрії є важливим інструментом забезпечення сталого розвитку галузі, підтримки інновацій, захисту прав інтелектуальної власності та створення сприятливого бізнес-середовища. Введення чітких і прозорих правил ліцензування та оподаткування, а також активна підтримка державою стартапів і технопарків можуть істотно стимулювати зростання галузі, залучати інвестиції та міжнародну інтеграцію, а також приносити користь як розробникам, так і економіці країни в цілому.

Таким чином, розвиток ігрової індустрії в Україні має охоплювати як локальні, так і міжнародні аспекти. Впровадження інновацій, адаптація світових практик, створення соціально орієнтованих продуктів та інституційна підтримка з боку держави формують багатовекторну стратегію, яка сприятиме трансформації ігрової індустрії у потужний драйвер суспільного, культурного та економічного розвитку.

На основі проведеного дослідження визначено ключові напрями розвитку ігрової бізнес-індустрії України як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді. Це стратегічно важлива галузь, яка має потенціал стати не лише джерелом економічного зростання, але й інструментом для соціалізації та розвитку навичок у молодого покоління. Основою успішного розвитку є скоординована співпраця бізнесу, держави, освітніх установ та самих користувачів.

Одним із пріоритетів є підтримка незалежних розробників, що включає створення грантових програм, доступ до інструментів розробки та ліцензованого програмного забезпечення. Це дозволить значно знизити бар’єри для входу молодих талантів у галузь, а також стимулюватиме появу інноваційних продуктів, конкурентоспроможних на міжнародному ринку. Інвестиції в локалізовану платформу для просування українських ігор можуть забезпечити вихід на глобальні ринки, сприяючи зростанню впізнаваності вітчизняного ігрового бізнесу.

Важливою складовою є розширення співпраці між бізнесом та освітніми установами. Впровадження сучасних навчальних програм, орієнтованих на потреби ринку, дозволить готувати висококваліфіковані кадри для індустрії. Практичні стажування, лабораторії для експериментів та міждисциплінарні проєкти сприятимуть підготовці спеціалістів, здатних створювати інноваційні ігрові рішення. Підтримка наукових досліджень у сфері геймінгу допоможе краще зрозуміти соціальний і психологічний вплив ігор, розробляти етичні стандарти та враховувати ці аспекти у розробці продуктів.

Ще одним перспективним напрямком є міжнародне співробітництво, яке відкриває широкі можливості для зростання української індустрії. Участь у міжнародних акселераторах, партнерські програми з глобальними компаніями, просування українських ігор на світових платформах — усе це сприятиме інтеграції в глобальну екосистему. Водночас розробка продуктів, що базуються на українській культурі, може стати інструментом культурної дипломатії та підвищити інтерес до країни на міжнародному рівні.

Правове регулювання індустрії є фундаментальним аспектом її сталого розвитку. Чітка система ліцензування, захист інтелектуальної власності, податкові пільги для стартапів і державні програми підтримки технопарків і бізнес-інкубаторів сприятимуть формуванню сприятливого бізнес-середовища. Важливо також враховувати вплив ігрового контенту на гравців і створювати умови для здорової конкуренції в галузі.

ВИСНОВКИ

У ході виконання дипломної роботи проведено всебічний аналіз ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України. Дослідження охопило уточнення ключових понять, вивчення етапів соціологічного осмислення феномену, розробку методологічних підходів та емпіричний аналіз. Отримані результати дозволили зробити ґрунтовні висновки щодо впливу цієї індустрії на молодіжне середовище.

По-перше, було уточнено ключові поняття, які лежать в основі дослідження.

1) *Ігрова бізнес-індустрія* визначена як комерційна діяльність, що охоплює створення, просування і дистрибуцію відеоігор та супутніх продуктів. Це поняття включає широкий спектр напрямків: від розробки ігор і видавництва до маркетингу та кіберспорту. У контексті соціальної комунікації ця індустрія виконує роль платформи для взаємодії, формування спільнот та створення нових соціальних зв'язків.

2) *Інновація* описується як процес творення, впровадження і прийняття нових ідей, продуктів або методів. В ігровій індустрії інновації зосереджені на впровадженні сучасних технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, нових бізнес-моделей, що змінюють способи взаємодії між гравцями і розробниками, та інструментів, які покращують ігровий досвід.

3) *Соціальні комунікації* розглядаються як обмін інформацією між індивідами чи групами. У контексті ігрової індустрії вони реалізуються через текстові і голосові чати, соціальні мережі та форуми, що забезпечують можливість взаємодії, обміну досвідом і створення ігрових спільнот.

По-друге, було проаналізовано етапи соціологічного осмислення феномену ігрової бізнес-індустрії.

Еволюція досліджень продемонструвала, як ігри з простого засобу розваги трансформувалися у складний соціокультурний феномен.

1) Ранні теорії, зокрема роботи Е. Дюркгейма, підкреслювали значення гри у зміцненні соціальних зв’язків.

2) Ідеї Й. Хейзінга висвітлили культурну роль ігор як механізму формування спільнот і творчості.

3) Чиказька школа соціології акцентувала увагу на символічному інтеракціонізмі, підкреслюючи значення соціальних норм і комунікацій у процесах взаємодії через ігри.

4) Сучасні підходи досліджують ігри як інструмент соціальної критики, культурного обміну та інтеграції, де гравці взаємодіють на глобальному рівні.

По-третє, визначено методологічні підходи до дослідження. Застосування комплексної методології дозволило забезпечити багатовимірний аналіз.

1) Теоретичний огляд літератури допоміг виявити основні тенденції розвитку ігрової індустрії та її вплив на соціальні комунікації.

2) Емпіричне дослідження, яке включало анкетування молоді та експертні інтерв’ю, дозволило зібрати якісні дані про особливості впливу ігор на формування навичок, соціалізацію та комунікацію молоді.

3) Статистичні методи дали змогу проаналізувати масштаб і характер використання ігор у повсякденному житті молодих людей.

Результати дослідження показали, що ігрова бізнес-індустрія виконує значущу роль у соціальній комунікації молоді. Вона не лише сприяє розвитку soft- і smart-навичок, таких як креативність, лідерство та командна робота, але й формує умови для інтеграції молоді у глобальне цифрове суспільство. Через відеоігри молоді люди створюють нові спільноти, обмінюються культурними цінностями та отримують доступ до інноваційних рішень.

Однак було виявлено й низку викликів. Надмірне захоплення іграми може призводити до когнітивного перенавантаження, соціальної ізоляції та залежності. Для подолання цих ризиків необхідно впроваджувати програми популяризації відповідального геймінгу та державні регуляції у цій сфері.

Отже, дослідження підтвердило, що ігрова бізнес-індустрія є потужним механізмом інновацій у соціальній комунікації молоді України. Вона забезпечує не лише культурний і економічний розвиток, але й відкриває нові перспективи для формування сучасного суспільства в умовах цифровізації.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Czernek-Marszałek K., Klimas P., Wójcik D. Playing with social relationships. Their role among actors in the video game industry. *International Journal of Contemporary Management.* 2023. Т. 21, № 1. С. 63–93. URL: https://doi.org/10.2478/ijcm-2023-0012 (дата звернення: 28.10.2024).

2. Hattingh W., Van den Berg L., Bevan-Dye A. The “why” behind generation Y amateur gamers' ongoing eSports gameplay intentions. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship.* 2023. Т. 25, № 1. С. 80–97. URL: https://doi.org/10.1108/ijsms-04-2023-0064 (дата звернення: 08.11.2024).

3. Yu F. Social networks: Game developers vs. operators marketing media wars. *Taylor & Francis eBooks.* 2024. Т. 82. URL: https://doi.org/10.1201/9781032676043-82 (дата звернення: 19.10.2024).

4. Jenny S. E., Besombes N., Brock T., Coté A. C., Scholz T. Key Terms Definitions. *Taylor & Francis eBooks.* 2024. Т. 72. URL: https://doi.org/10.4324/9781003410591-72 (дата звернення: 14.09.2024).

5. Block R. L., Greenberg J. C., Hamlin V. W., Lasseter L., Sylla C. J., Trego M. K. *Gaming social communication. Gaming & Society Journal.* 2014. Т. 5. URL: https://doi.org/10.1109/GSJ.2014.001 (дата звернення: 10.11.2024).

6. Snowdon J., Oikonomou A. Games as a new medium for social criticism. *Proceedings of CGAMES 2011.* 2011. Т. 2. URL: https://doi.org/10.1109/CGAMES.2011.6000323 (дата звернення: 25.11.2024).

7. Keilhauer J. Online Games: Modern Media Worlds of Young People. *In: Digital Education: Out to the Future.* 2012. Т. 3. С. 389–403. URL: https://doi.org/10.1007/978-94-007-2777-9_20 (дата звернення: 30.09.2024).

8. Gandolfi E., Mariani I. The game as social activator, between Design and Sociology. A shared framework to analyse and improve the ludic experiences and their social impact. *International Journal of Game Studies.* 2014. Т. 1. (дата звернення: 17.11.2024).

9. Gazis V. C. Video gaming: the sociology of a lifeworld. *Gaming Culture and Society.* 2012. Т. 4. (дата звернення: 12.10.2024).

10. Холод О. Appendices to Oleksandr Kholod's article "Methodological principles of research into social communication processes". *Figshare.* 2023. Т. 4. URL: https://doi.org/10.6084/m9.figshare.22179820 (дата звернення: 21.11.2024).

11. Osaula V. O. Social advertising as a means of forming the patriotism of the youth of Ukraine: an empirical study. *Bìblìotekoznavstvo, dokumentoznavstvo, ìnformologìâ.* 2024. Т. 3. URL: https://doi.org/10.32461/2409-9805.1.2022.257263 (дата звернення: 16.10.2024).

12. Zhang K., Andaya M. Social Sphere: Developing a Gamified Intervention for Enhancing Real-World Communication Skills in Socially Anxious Youth. *Computer Science & Information Technology (CSIT).* 2024. Т. 1. URL: https://doi.org/10.5121/csit.2024.141011 (дата звернення: 11.11.2024).

13. Махович І. Gamification: individualized learning aimed at enhancing motivation among computer science students in the English language classroom. *Перспективи та інновації науки. Педагогіка, психологія, медицина.* 2024. Т. 2. URL: https://doi.org/10.52058/2786-4952-2024-7(41)-26-49 (дата звернення: 28.09.2024).

14. Nyholm S. Gamification, Side Effects, and Praise and Blame for Outcomes. *Minds and Machines.* 2024. Т. 4. URL: https://doi.org/10.1007/s11023-024-09661-5 (дата звернення: 03.11.2024).

15. Ivanyuk P. O., Бондар А. Gamification as an effective motivation tool in the field of physical education and sports. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова.* 2024. Т. 1. URL: https://doi.org/10.31392/udu-nc.series15.2024.7(180).12 (дата звернення: 21.10.2024).

16. Cristians J. A., Carías J. A., Robles-Nina S. M., Sánchez C. S., Apaza B. H. Gamificación en la gestión de salud personal: un enfoque en apps móviles. *Gestión Regional.* 2024. Т. 5. URL: https://doi.org/10.56294/gr202431 (дата звернення: 10.11.2024).

17. Zheng Y. The Impact of Social Media Marketing on the Gaming Industry: A Case Study of "Glory of the King". *Advances in Economics, Management and Political Sciences.* 2023. T. 1. URL: https://doi.org/10.54254/2754-1169/37/20231821 (дата звернення: 17.10.2024).

18. Borawska A., Biercewicz K., Duda J. The Impact of Advertisements Placement in the Computer Game on the Effectiveness of Social Campaign Messages. *European Research Studies Journal.* 2021. T. 2. URL: https://doi.org/10.35808/ERSJ/2249 (дата звернення: 05.10.2024).

19. Chiu Y. P. Do social and competitive advergames affect brand attitude in Asia. *International Journal of Electronic Commerce Studies.* 2019. T. 4. URL: https://doi.org/10.7903/IJECS.1722 (дата звернення: 14.10.2024).

20. Torres Á. Game Development and Design: Principles and Practice. *CSE Handbook.* 2023. T. 2. URL: https://doi.org/10.59646/csebookc5/004 (дата звернення: 24.10.2024).

21. Zhang F. Business Model for Indie Studios in Game Software Ecosystems. *Communications in Computer and Information Science.* 2023. T. 3. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-27639-2_3 (дата звернення: 06.11.2024).

22. The Videogame Industry Does Not Exist. *MIT Press.* 2023. T. 1. URL: https://doi.org/10.7551/mitpress/14513.001.0001 (дата звернення: 22.09.2024).

23. Computer Game Development [Working Title]. *InTechOpen.* 2022. T. 4. URL: https://doi.org/10.5772/intechopen.97983 (дата звернення: 29.09.2024).

24. Muchlisin A., Pasaribu N. Electronic sports (e-sports): a global phenomenon affecting sports culture. *RJPO.* 2023. T. 1. URL: https://doi.org/10.31602/rjpo.v0i0.13132 (дата звернення: 02.11.2024).

25. Esports. *Elsevier*. 2023. T. 2. URL: https://doi.org/10.1016/b978-0-323-99992-2.00030-x (дата звернення: 15.11.2024).

26. Garcia-Portela A., Lopez-Figueroa J. Gaming Industry. *Journal of Student Research.* 2024. T. 5. URL: https://doi.org/10.47611/jsrhs.v13i2.6685 (дата звернення: 28.09.2024).

27. Srivastava A. K. The Power of Play: Gamified Advertising with AR/VR/AI and its Impact on Consumer Engagement. *International Journal For Multidisciplinary Research.* 2024. Т. 1. URL: https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i04.25612 (дата звернення: 11.11.2024).

28. Cossich V. R. A., Carlgren D., Holash R. J., Katz L. Technological Breakthroughs in Sport: Current Practice and Future Potential of Artificial Intelligence, Virtual Reality, Augmented Reality, and Modern Data Visualization in Performance Analysis. *Applied Sciences.* 2023. Т. 3. URL: https://doi.org/10.3390/app132312965 (дата звернення: 20.09.2024).

29. Oguguo C. P. Innovation and Intellectual Property Use in the Global Video Game Industry. *Social Science Research Network.* 2024. Т. 4. URL: https://doi.org/10.2139/ssrn.4816102 (дата звернення: 10.11.2024).

30. Firdaus A., Aesthetika N. M. Communication Between Gamers in the Mobile Legends Bang Bang Online Game Group (Qualitative Descriptive Study of the WWE Company Mobile Legends Online Game Community). *Indonesian Journal of Cultural and Community Development.* 2023. Т. 1. URL: https://doi.org/10.21070/ijccd.v14i3.924 (дата звернення: 14.11.2024).

31. Spyridonis F., Daylamani-Zad D., O'Brien M. P. Efficient In-Game Communication in Collaborative Online Multiplayer Games. *VS-GAMES Conference Proceedings.* 2018. Т. 5. URL: https://doi.org/10.1109/VS-GAMES.2018.8493420 (дата звернення: 19.10.2024).

32. Akin M. S. Communication With the Social Environment in Multiplayer Online Games: The Turkey Case. *International Journal of Game-Based Learning*. 2023. Т. 13, № 1. С. 1–14. URL: https://doi.org/10.4018/ijgbl.330755 (дата звернення: 23.10.2024).

33. Saldanha L., da Silva S. M., Ferreira P. D. “Community” in Video Game Communities. *Games and Culture*. 2023. Т. 18, № 8. С. 1004–1022. URL: https://doi.org/10.1177/15554120221150058 (дата звернення: 15.09.2024).

34. Grace L. Social impact games, a probable future illuminated by looking back. *Games: Research and Practice*. 2023. Т. 1, № 1. С. 10 URL: https://doi.org/10.1145/3583986 (дата звернення: 17.10.2024).

35. Kjeldgaard-Christiansen J., Hejná M. The voices of game worlds: A sociolinguistic analysis of Disco Elysium. *Games and Culture*. 2022. Т. 17, № 6. С. 830–849. URL: https://doi.org/10.1177/15554120221115396 (дата звернення: 03.11.2024)

36. Tseng C.-I., Thiele L. Actions and digital empathy in the interactive storytelling of serious games: a multimodal discourse approach. *Social Semiotics*. 2022. Т. 32, № 5. С. 657–675. URL: https://doi.org/10.1080/10350330.2022.2128039 (дата звернення: 23.10.2024).

37. Adelowo K. O., Dabis E. D., Babalola O. J. Les Essentiels Du Discours Sociolinguistiques. *TASAMBO Journal of Language, Literature, and Culture*. 2022. Т. 1, № 1. С. 96–104. URL: https://doi.org/10.36349/tjllc.2022.v01i01.029 (дата звернення: 15.11.2024).

38. Holmes J., Wilson N. Sociolinguistics. *An Introduction to Sociolinguistics* (6th ed.). Routledge, 2022. С. 732. URL: https://doi.org/10.4324/9780367821852 (дата звернення: 28.11.2024)

39. Vusyk H., Kuzmenko T., Dekalo O., Kruhlenko L., Iievliev O. Sociolinguistic aspects of verbal interaction. *Revista Científica De Comunicaciones*. 2023. Т. 15, № 40. С. 65–82. URL: https://doi.org/10.18316/rcd.v15i40.11247 (дата звернення: 27.10.2024).

40. Santos E. R. B., Marín M., Bautista J. M., Ilustre R. G. Sociolinguistics as a crucial factor in translation and analysis of texts: a systematic review. *International Journal of Translation and Interpretation Studies*. 2022. Т. 2, № 1. С. 115–129. URL: https://doi.org/10.32996/ijtis.2022.2.1.12 (дата звернення: 11.10.2024).

41. Hamby A., Jones N. The Effect of Affect: An Appraisal Theory Perspective on Emotional Engagement in Narrative Persuasion. *Journal of*

Advertising. 2021. Т. 1. URL: https://doi.org/10.1080/00913367.2021.1981498 (дата звернення: 15.10.2024).

42. Cindy C., Wulansari O. D. E., Junaidi A., Febriansyah F. E., Darmawati I. Analisis User Experience Games dan Storytelling Terhadap Empati Menggunakan Empathy Online Tool. *Jurnal Pepadun.* 2024. Т. 5, № 1. URL: https://doi.org/10.23960/pepadun.v5i1.156 (дата звернення: 18.09.2024).

43. Zhao H. Engaging Females with a Model for Affective Storytelling. *ICEBE.* 2022. URL: https://doi.org/10.1109/ICEBE55470.2022.00012 (дата звернення: 28.10.2024).

44. Cittadini E. Engaging Females with a Model for Affective Storytelling. *ICEBE.* 2022. URL: https://doi.org/10.1109/icebe55470.2022.00012 (дата звернення: 03.11.2024).

45. Harley J. M., Rowe J. P., Lester J. C., Frasson C. Designing Story-Centric Games for Player Emotion: A Theoretical Perspective. *ICEBE.* 2015. (дата звернення: 03.11.2024).

46. Pan R. Video Games and Gender Equality: How Has Video Gaming Become a Men's Privilege? *Communications in Humanities Research.* 2023. Т. 6. URL: https://doi.org/10.54254/2753-7064/6/20230045 (дата звернення: 11.10.2024).

47. Santoniccolo F., Trombetta T., Magliano A., Paradiso M. N., Rolle L. G. C. Videogames and the representation of men and women: an international perspective. *IJODAEP.* 2023. Т. 1, № 1. URL: https://doi.org/10.17060/ijodaep.2023.n1.v1.2542 (дата звернення: 25.10.2024).

48. Jenson J., de Castell S., Kanapelka O., Skardzius K. Gaming Equity: Women, Videogame Companies, and Public Discourse. *International Conference on Gender Research.* 2024. Т. 7, № 1. URL: https://doi.org/10.34190/icgr.7.1.2110 (дата звернення: 30.11.2024).

49. Inclusion unlocks the creative potential of gender diversity in teams. *Research Square.* 2023. URL: https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-2713291/v1 (дата звернення: 27.09.2024).

50. Tichon J., Makaresz S. Influencing young adult social and personal identity through video-game narratives. 2019. (дата звернення: 27.09.2024)

51. Van Looy J. Online games characters, avatars, and identity. *The Wiley Blackwell Encyclopedia of Digital Communication and Society*. 2015. URL: https://doi.org/10.1002/9781118767771.WBIEDCS106 (дата звернення: 14.11.2024).

52. Sudjono S., Sunarwinadi R., Agustin S. M., Angeliqa F. Cosmopolitan Cultural Identity in Online Media: An Intercultural Communication Study of Online-Gamer Youth. *Indonesian Journal of Cultural Communication Studies*. 2018. URL: https://doi.org/10.7454/IGCC.V2I0.103 (дата звернення: 18.09.2024).

53. Crowe N., Watts D. M. 'When I click "ok" I become Sassy – I become a girl'. Young people and gender identity: subverting the 'body' in massively multi-player online role-playing games. *International Journal of Adolescence and Youth*. 2014. Т. 19, № 2. С. 217–231. URL: https://doi.org/10.1080/02673843.2012.736868 (дата звернення: 20.10.2024).

54. Liba N. S. Game streaming platforms and their impact on the development of esports as a new sphere of Ukraine's digital economy. *Ìnvesticìï: Praktika ta Dosvìd*. 2023. № 13. С. 35–41. URL: https://doi.org/10.32702/2306-6814.2023.13.35 (дата звернення: 28.10.2024).

55. Torres J., Lima W. M. Virtual games and social networks, barriers for autonomy education and enlightenment. *Contribuciones a las Ciencias Sociales*. 2024. Т. 17, № 2. С. 76–91. URL: https://doi.org/10.55905/revconv.17n.2-177 (дата звернення: 10.11.2024).

56. El Afi F., Ouiddad **S.** The Rise of Video-Game Live Streaming: Motivations and Forms of Viewer Engagement. *Springer Proceedings in Business and Economics*. 2021. Т. 20. С. 312–327. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-030-78645-8_20 (дата звернення: 22.11.2024).

57. Deng J., Cuadrado F., Tyson G., Uhlig S. Behind the game: exploring the twitch streaming platform. *ACM International Conference Proceedings*. 2015.

С. 104–112. URL: https://doi.org/10.5555/2984075.2984083 (дата звернення: 24.10.2024).

58. Pires K., Simon G. YouTube live and Twitch: a tour of user-generated live streaming systems. *Proceedings of the 6th ACM Multimedia Systems Conference*. 2015. С. 225–236. URL: https://doi.org/10.1145/2713168.2713195 (дата звернення: 18.10.2024).

59. Marković-Blagojević M., Radić N., Cvjetković M. Metaverse: Technological evolution and social impact. *Trendovi u Poslovanju*. 2024. Т. 24, № 1. С. 19–33. URL: https://doi.org/10.5937/trendpos2401019m (дата звернення: 11.09.2024).

60. Raptis T. P., Boldrini C., Conti M., Passarella A. On the Potential of an Independent Avatar to Augment Metaverse User Socialization Time. *arXiv*. 2023. URL: https://doi.org/10.48550/arxiv.2312.07077 (дата звернення: 30.11.2024).

61. S. G., Chakraborty D., Polisetty A., Khorana S., Buhalis D. Use of Metaverse in Socializing: Application of the Big Five Personality Traits Framework. *Psychology & Marketing*. 2023. URL: https://doi.org/10.1002/mar.21863 (дата звернення: 01.11.2024).

62. Islam R., Uddin S. M. I., Akter S., Islam M. A., Mozumder M. A., Khan M. O., Kim H. C. Natural Language Processing Influence on Digital Socialization and Linguistic Interactions in the Integration of the Metaverse in Regular Social Life. *Electronics*. 2024. URL: https://doi.org/10.3390/electronics13071331 (дата звернення: 12.11.2024).

63. Pai Y. S., Armstrong M. E., Skiers K., Kundu A., Peng D., Wang Y., Gunasekaran T. S., Yang C. L., Minamizawa K. The Empathic Metaverse: An Assistive Bioresponsive Platform for Emotional Experience Sharing. *arXiv.org*. 2023. URL: https://doi.org/10.48550/arxiv.2311.16610 (дата звернення: 05.11.2024).

64. Selvarani J. A., Khanum A., Deepika S. Metaverse. *International Journal of Innovative Research in Information Security*. 2023. URL: https://doi.org/10.26562/ijiris.2023.v0903.29 (дата звернення: 09.10.2024).

65. Adıgüzel D. Ü. The Metaverse Within the SWOT Framework. *Advances in Marketing, Customer Relationship Management, and E-Services Book Series.* 2024. URL: https://doi.org/10.4018/979-8-3693-4167-4.ch013 (дата звернення: 21.11.2024).

66. History of the Metaverse. *Advances in Web Technologies and Engineering Book Series.* 2023. URL: https://doi.org/10.4018/978-1-6684-6658-2.ch009 (дата звернення: 15.09.2024).

67. Qian J. Study on the Influence of Games on the Communication of Regional Culture at Home and Abroad: Taking Genshin Impact as an Example. *Communications in Humanities Research.* 2023. URL: https://doi.org/10.54254/2753-7064/16/20230589 (дата звернення: 22.10.2024).

68. Goodman L., Gu X. Novel 3D Contextual Interactive Games on a Gamified Virtual Environment Support Cultural Learning Through Collaboration Among Intercultural Students. *SAGE Open.* 2022. URL: https://doi.org/10.1177/21582440221096141 (дата звернення: 17.11.2024).

69. Interview: With Kate Edwards, CEO and Principal Consultant of Geogrify. 2022. URL: https://doi.org/10.1201/9781003109389-33 (дата звернення: 20.10.2024).

70. Sajna M. Cultural Transfer in Video Games. 2018. (дата звернення: 20.10.2024).

71. Kuleto V., Ilić M., Ranković M., Radaković M., Simović A. Augmented and Virtual Reality in the Metaverse Context: The Impact on the Future of Work, Education, and Social Interaction. *Springer Series on Cultural Computing.* 2024. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-57746-8_1 (дата звернення: 03.12.2024).

72. Keshavarzi M., Wu M., Chin M. N., Chin R. N., Yang A. Y. Affordance Analysis of Virtual and Augmented Reality Mediated Communication. *arXiv: Human-Computer Interaction.* 2019. (дата звернення: 13.11.2024).

73. Li C., Qin J., Wang X., Yang F. Navigating the Digital Horizon: The Impact and Future of Communication Technologies in Society. *Lecture Notes in*

Education Psychology and Public Media. 2024. URL: https://doi.org/10.54254/2753-7048/51/20240938 (дата звернення: 19.11.2024).

74. Gu J. The Development of Virtual Media People and the Impact on Journalism and Communications. *Communication, Society and Media.* 2024. URL: https://doi.org/10.22158/csm.v7n2p83 (дата звернення: 25.10.2024).

75. Gaming I, II, and III: Arcades, Video Game Systems, and Modern Game Streaming Services. *Games and Culture.* 2023. URL: https://doi.org/10.1177/15554120231186634 (дата звернення: 11.11.2024).

76. Sullivan R. History of the Game Industry. Translational Systems Sciences. 2023. URL: https://doi.org/10.1007/978-981-99-1342-8_1 (дата звернення: 15.11.2024).

77. Saucier J. K. The video game age: A brief history. IEEE Potentials. 2022. URL: https://doi.org/10.1109/MPOT.2021.3104638 (дата звернення: 24.11.2024).

78. O'Brien M. C. The Video Game Business by Randy Nichols (review). Velvet Light Trap. 2016. (дата звернення: 17.11.2024).

79. Lehnert K., Walz A., Christianson R. The booming eSports market: a field day for fans. Journal of Business Strategy. 2020. URL: https://doi.org/10.1108/JBS-07-2020-0159 (дата звернення: 18.11.2024).

80. Bossom A., Dunning B. Video Games: An Introduction to the Industry. 2016. (дата звернення: 20.11.2024).

81. Crandall R. W., Sidak J. G. Video Games: Serious Business for America's Economy. Social Science Research Network. 2007. (дата звернення: 16.11.2024).

82. Hale D. H., Gold K. Special Track on Games and Entertainment. 2011. (дата звернення: 11.10.2024).

83. Manju S. K., Bargavi R., Kabrabam R. The Potential of Video Gaming in Addressing Global Issues. International Research Journal of Computer Science. 2024. URL: https://doi.org/10.26562/irjcs.2024.v1101.12 (дата звернення: 12.10.2024).

84. Hotsur O. The state of the media market of Ukraine in 2022 against the background of the global media business. Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2023. URL: https://doi.org/10.23939/sjs2023.02.015 (дата звернення: 24.11.2024).

85. Kvasova L., Kurbatska L., Bolovin V. Features of strategy formation of Ukrainian companies on international markets. Green, Blue and Digital Economy Journal. 2023. URL: https://doi.org/10.30525/2661-5169/2023-3-5 (дата звернення: 18.11.2024).

86. Skavronska I. V. Creative Industries in Ukraine: Analysis and Prospects of the Development. Economics & Sociology. 2017. URL: https://doi.org/10.14254/2071-789X.2017/10-2/7 (дата звернення: 15.10.2024).

87. Chia A., Malazita J. W., Young C., Nieborg D. B., Joseph D. The engine is the message: videogame infrastructure and the future of digital platforms. AoIR Selected Papers of Internet Research. 2023. URL: https://doi.org/10.5210/spir.v2022i0.12954 (дата звернення: 16.10.2024).

88. Harle S., Bhagat A. R. Cloud Gaming: The Future of Gaming Infrastructure. 2023. URL: https://doi.org/10.2139/ssrn.4590212 (дата звернення: 07.11.2024).

89. Shrivastava P., Damle M. Investment decision in cloud gaming-based businesses opportunities: An analysis of the cloud gaming industry. 2022. URL: https://doi.org/10.1109/DASA54658.2022.9765298 (дата звернення: 18.10.2024).

90. Egieya Z. E., Ewuga S. K., Adegbite A. O., Oke T. T. The role of virtual and augmented reality in modern marketing: a critical review. 2023. URL: https://doi.org/10.51594/csitrj.v4i3.660 (дата звернення: 19.12.2024).

91. Tkachenko O., Mamaiev A. Artificial Intelligence Usage in Forming Computer Games Space. *Cifrova platforma: ìnformacìjnì tehnologìï v socìokul'turnìj sferì.* 2024. URL: https://doi.org/10.31866/2617-796x.7.1.2024.307012 (дата звернення: 08.10.2024).

92. Shammah Kaitane W., Shrestha S., Peng Lean C., Purnshatman T., Ng K. K., Kong F. Y., Basir Khan M. R. Immersive Horizons Exploring Virtual Reality,

Augmented Reality, and the Metaverse in Game Development - A Comprehensive Review. *Malaysian Journal of Science and Advanced Technology.* 2024. URL: https://doi.org/10.56532/mjsat.v4i3.309 (дата звернення: 23.11.2024).

93. Alotaibi O. New Metaverse Games Based on Artificial Intelligence: A Review. 2024. URL: https://doi.org/10.54536/ijm.v2i1.3230 (дата звернення: 02.10.2024).

94. Mudryk S. Variability of Games in the Process of Human Development. *Naukovij časopis Nacìonal'nogo pedagogìčnogo unìversitetu ìmenì M.P. Dragomanova.* 2024. URL: https://doi.org/10.31392/udu-nc.series15.2024.5(178).26 (дата звернення: 09.11.2024).

95. Kilmer E. D., Aslan Z., Kowert R. Addressing Toxicity and Extremism in Games: Conversations with the Video Game Industry. *Games and Culture.* 2024. URL: https://doi.org/10.1177/15554120241265139 (дата звернення: 06.10.2024).

96. Paleczna M. Computer Games as a Subject of Psychological Research – Negative and Positive Aspects of Gaming. *Replay.* 2023. URL: https://doi.org/10.18778/2391-8551.09.02 (дата звернення: 04.11.2024).

97. M.B. Chitra, D. Trishala, K. Manoj Pandey, Bhushan G. Internet Gaming Disorder and Its Varied Impacts on Adolescent Age Group. *International Journal of Science and Research Archive.* 2023. URL: https://doi.org/10.30574/ijsra.2023.10.2.0920 (дата звернення: 03.11.2024).

98. Sulistya Azahra A., Kalfin K., Hidayana R. A. Game Online dan Kesehatan Mental Generasi Z: Studi Kasus pada Remaja Pria di SMK MAN 5 Tasikmalaya. *International Journal of Ethno-sciences and Education Research.* 2024. URL: https://doi.org/10.46336/ijeer.v4i3.712 (дата звернення: 02.10.2024).

99. Müller T., Raviv L. Communication Games: Social Interaction in the Formation of Novel Communication Systems. 2024. URL: https://doi.org/10.31219/osf.io/8acdz (дата звернення: 01.11.2024).

100. Ammarah Bano S., Zaheer L., Hameed N., Hussain J. S. Influence of Online Gaming on Behavior of Gamers in Pakistan. *Journal of Business and Social*

Review in Emerging Economies. 2023. URL: https://doi.org/10.26710/jbsee.v9i4.2868 (дата звернення: 12.11.2024).

101. Djakwan V., Mulyadi F., Williyanto S. The Influence of Esports on Adolescents' Social Skills. Jurnal Pendidikan Jasmani, Olahraga dan Kesehatan. 2023. URL: https://doi.org/10.33503/jp.jok.v7i1.3706 (дата звернення: 25.11.2024).

102. Fathi M., Pourrahimi A. M., Poormohammad A., Sardari S., Rajizadeh M. A., Mazhari S., Pourkand D. Video game addiction is associated with early stage of inhibitory control problems: An event-related potential study using cued Go/NoGo task. Addiction Biology. 2024. URL: https://doi.org/10.1111/adb.13391 (дата звернення: 25.11.2024).

103. Yue Y. Effects of Video Game Addiction on Mental Health. Lecture Notes in Education Psychology and Public Media. 2024. URL: https://doi.org/10.54254/2753-7048/33/20231573 (дата звернення: 27.11.2024).

104. Jensen K. H., Torbenfeldt T., Bengtsson T. Gaming Between Leisure and Addiction: How Young People Perceive Risk in Video Games. International Criminal Justice Review. 2023. URL: https://doi.org/10.1177/10575677231212179 (дата звернення: 08.11.2024).

105. Zhang Z. Innovative Application and User Experience of Virtual Reality Technology in Human-Computer Interaction. Highlights in Science Engineering and Technology. 2024. URL: https://doi.org/10.54097/mx8yf812 (дата звернення: 29.11.2024).

106. Tremblay G., Miège B. Théories sociales de la communication et théories communicationnelles de la société/Social Communication Theories and Communicational Theories of Society. 1998. URL: https://doi.org/10.1080/07053436.1998.10715560 (дата звернення: 11.12.2024).

107. Stolz J. The theory of social games: outline of a general theory for the social sciences. Humanities & Social Sciences Communications. 2023. URL: https://doi.org/10.1057/s41599-023-01862-0 (дата звернення: 12.11.2024).

108. Burns T. R., Burns T. R., Roszkowska E., Johansson N., Corte U. Paradigm Shift in Game Theory: Sociological Re-Conceptualization of Human Agency, Social Structure, and Agents' Cognitive-Normative Frameworks and Action Determination Modalities. The Social Sciences. 2018. URL: https://doi.org/10.3390/SOCSCI7030040 (дата звернення: 13.11.2024).

109. Kennedy D. Games People Play: Strategy and Structure in Social Life. Social Epistemology. 2016. URL: https://doi.org/10.1080/02691728.2014.907836 (дата звернення: 26.11.2024).

110. Neiva E. Communication Games: The Semiotic Foundation of Culture. 2007. (дата звернення: 15.10.2024).

111. Біленський Є.А., Дебой В.М., Козловець М.А., Котвицький А.А., Саух І.В., Федоренко В.О., Цибульський В.О., Жаловага В.О. (упоряд.). Соціологія: словник термінів і понять. К.: Кондор; 2006. 372 с. (дата звернення: 15.10.2024).

112. Агаларова К.А., Бурега В.В., Саппа Г.М. (ред.). Словник основних термінів з курсу «соціологія» для студентів усіх спеціальностей. Харків: НТУ «ХПІ»; 2015. 44 с. (дата звернення: 18.11.2024).

113. Пічі В.М. (ред.). Соціологія: терміни, поняття, персоналії: навчальний словник-довідник. Київ: Каравела; Львів: Новий Світ-2000; 2002. 480 с. (дата звернення: 16.11.2024).

114. Briar I., Kavanagh C., Fischer R., Yuki M. Dance for the dead: The role of top-down beliefs for social cohesion and anxiety management in naturally occurring collective rituals. PLOS ONE. 2024. URL: https://doi.org/10.1371/journal.pone.0291655 (дата звернення: 16.11.2024).

115. McDonald P. "Homo Ludens": A Renewed Reading. American Journal of Play. 2019. URL: [no DOI] (дата звернення: 17.11.2024).

116. Veleanu C. Homo juridicus et homo ludens: une approche en jurilinguistique affective. Comparative Legilinguistics. 2023. URL: https://doi.org/10.14746/cl.53.2023.1 (дата звернення: 18.11.2024).

117. Orsini A. Symbolic Interactionism. 2024. URL: https://doi.org/10.1007/978-3-031-52539-1_11 (дата звернення: 19.11.2024).

118. Irkova A. V. Virtual Communication as the Main Format of Social Communication of Young People. 2022. URL: https://doi.org/10.21603/2782-4799-2022-1-4-208-214 (дата звернення: 08.11.2024).

119. Abdullah H., Sahharon H. Emerging Digital Social Innovation in Youth Work Practice. 2020. URL: https://doi.org/10.4018/978-1-7998-2956-0.CH004 (дата звернення: 07.11.2024).

120. Asthana S. Innovative Practices of Youth Participation in Media. 2008. (дата звернення: 07.11.2024)

121. Kornbluh M. Building Bridges: Exploring the Communication Trends and Perceived Sociopolitical Benefits of Adolescents Engaging in Online Social Justice Efforts. *Youth & Society*. 2017. URL: https://doi.org/10.1177/0044118X17723656 (дата звернення: 06.11.2024).

122. Saparova D. R., Kanagatova A. M., Zhanbosinova A. S., Chzhan Y. Y. Cultural/Social Media Space of the Digital Generation. 2020. URL: https://doi.org/10.20896/SACI.V7I4.535 (дата звернення: 05.11.2024).

123. Impact of Social Media on Youth: Comprehensive Analysis. 2023. URL: https://doi.org/10.59231/sari7640 (дата звернення: 04.11.2024).

124. Dr. Sharmista, Dr. Sarvamangala. Effects of Social Media. *International Journal of Scientific Research in Education.* 2016. URL: https://doi.org/10.18535/IJSRE/V4I06.5 (дата звернення: 03.11.2024).

125. Yuliyana R., Daswito R., Ilmaskal R. Negative and Positive Effects of Social Media on Adolescent Mental Health. *Deleted Journal.* 2024. URL: https://doi.org/10.62404/jhse.v2i1.39 (дата звернення: 23.11.2024).

126. Chaeycharoen S. Social Media Affects Emotional and Cognitive Status. *International Journal of Current Science Research and Review.* 2022. URL: https://doi.org/10.47191/ijcsrr/v5-i7-47 (дата звернення: 20.11.2024).

127. Smolych D. Business Development in Ukraine with the Support of Employers' Organizations and Their Associations. *Ekonomìka, finansi, pravo.* 2024. URL: https://doi.org/10.37634/efp.2024.3.12 (дата звернення: 10.11.2024).

128. Anhelko I. The Role and Place of Small Entrepreneurship in the Structure of the Economy of Ukraine. *Вісник Хмельницького національного університету.* 2022. URL: https://doi.org/10.31891/2307-5740-2022-312-6(1)-16 (дата звернення: 09.11.2024).

129. Business Development in Ukraine in the Context of Digital Economics. 2024. URL: https://doi.org/10.36074/grail-of-science.07.06.2024.010 (дата звернення: 08.11.2024).

130. Loi A. Evaluation of the Economic Potential of Trade Industry Companies of Ukraine. *Economy and Forecasting.* 2022. URL: https://doi.org/10.15407/econforecast2022.03.094 (дата звернення: 07.11.2024).

131. Liashenko V., Pidorycheva I. Structural Deformations in the Business Sector and Overcoming Them: Context of Ukrainian Economic Recovery. 2023. URL: https://doi.org/10.35774/jee2023.02.287 (дата звернення: 06.11.2024).

132. Habbari S., Hidalgo Arreola A., Georgieva Petrova A. Business Dynamics and Innovation in the Home Video Game Industry. 2010. (дата звернення: 07.11.2024).

133. Vasilcovschi A. Risks and Benefits to Consumers of Innovating IT Products. Social Online Gaming Applications. *International Journal of Economic Practices and Theories.* 2015. (дата звернення: 10.11.2024).

134. Wut E., Ng P. M. L., Wilson Leung K. S., Lee D. Do Gamified Elements Affect Young People’s Use Behaviour on Consumption-Related Mobile Applications? *Young Consumers: Insight and Ideas for Responsible Marketers.* 2021. URL: https://doi.org/10.1108/YC-10-2020-1218 (дата звернення: 05.11.2024).

135. Queirós A., Faria D., Almeida F. Strengths and Limitations of Qualitative and Quantitative Research Methods. *European Journal of Education*

Studies. 2017. URL: https://doi.org/10.46827/EJES.V0I0.1017 (дата звернення: 04.11.2024).

136. Kotsur V., Kotsur L. Youth of Ukraine: Challenges of a New Millennium. 2021. URL: https://doi.org/10.30525/978-9934-26-050-6-31 (дата звернення: 08.11.2024).

137. Chernysh A. Concepts and Signs of Youth Social Security. *Analìtično-porìvnâl'ne pravoznavstvo.* 2022. URL: https://doi.org/10.24144/2788-6018.2022.03.20 (дата звернення: 13.11.2024).

138. Komarynets S., Mashtalir S. State and Perspectives Analysis of the Youth Policy Development in Ukraine. 2022. URL: https://doi.org/10.32782/easterneurope.37-8 (дата звернення: 12.11.2024).

139. Zemmels D. R. Youth and the New Media: Constructing Meaning and Identity in Networked Spaces. 2011. (дата звернення: 10.11.2024).

140. Media Texts of Modern Youth Media: The Specifics of Building the "Addressee — Addressee" Relationship. 2023. URL: https://doi.org/10.15826/izv1.2023.29.2.027 (дата звернення: 10.11.2024).

141. Norman D. C., Yip A. L. eHealth Promotion and Social Innovation with Youth: Using Social and Visual Media to Engage Diverse Communities. *Studies in Health Technology and Informatics.* 2012. URL: https://doi.org/10.3233/978-1-61499-088-8-54 (дата звернення: 28.11.2024).

142. Лепський М. А. Методологія досліджень мас-медіа: робоча книга. Запоріжжя: ЗНУ, 2017. 2017. (дата звернення: 09.12.2024).

143. Туленков М. В., Лобанова А. С., Яремчук С. С. Системний аналіз у соціології. Чернівці: ЧНУ, 2023. 2023. (дата звернення: 28.11.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Програма дослідження

Мета дослідження: аналізувати та пояснювати детермінанти розвитку ігрової бізнес-індустрії як інноваційної сфери соціальної комунікації молоді України. Визначення цієї мети спирається на актуальність явища гейміфікації, яке суттєво змінює способи взаємодії молоді, сприяючи розвитку їхніх soft- і smart-skills, а також соціальних зв'язків у цифровому середовищі. Мета охоплює вивчення взаємозв'язку між ігровою бізнес-індустрією, що стрімко розвивається, та процесами формування соціальних цінностей і комунікативних навичок серед молоді. Вона випливає з аналізу соціальних, економічних та культурних викликів, окреслених у вступному розділі, а також актуальності інноваційного підходу до соціальних комунікацій.

Об'єкт дослідження: сфера соціальної комунікації молоді України, яка є багатогранною системою, що трансформується під впливом інноваційних технологій і зростаючого впливу цифрових платформ, зокрема у контексті ігрового середовища. Вибір цього об'єкта пояснюється значенням соціальних комунікацій для інтеграції, взаємодії та формування ціннісної орієнтації молоді.

Предмет дослідження: динаміка, процеси й наслідки розвитку ігрової бізнес-індустрії як інноваційного сегмента, що впливає на соціальну комунікацію молоді в Україні. Зміна моделей поведінки, способів взаємодії та розвитку комунікативних навичок серед молоді через вплив ігор вимагає глибокого теоретичного й практичного аналізу.

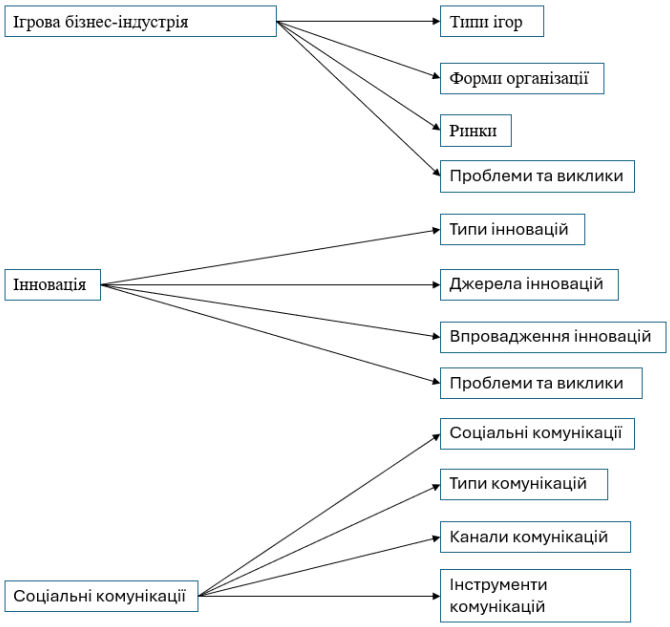
Гіпотеза дослідження: ігрова бізнес-індустрія сприяє формуванню soft- і smart-skills серед молоді України, забезпечуючи нові можливості для професійної підготовки, комунікативної інтеграції та інноваційного розвитку.

Водночас додаткова гіпотеза припускає, що цей сегмент створює платформу для розвитку молодіжного бізнесу, завдяки чому вдосконалюються бізнесові комунікації та соціальні зв'язки.

Завдання дослідження включають:

1. Уточнення основних понять дослідження, зокрема «ігрова бізнес-індустрія», «інновація» та «соціальні комунікації».
2. Аналіз етапів генезису соціологічного осмислення ігрової бізнес-індустрії.
3. Розробку методологічних принципів дослідження, таких як принципи об'єктивності, гуманізму та системності.
4. Оцінку змісту інноваційної сфери соціальної комунікації молоді.
5. Дослідження розвитку ігрової бізнес-індустрії та її інноваційного впливу на молодіжну соціалізацію.
6. Проведення якісного експертного дослідження феномену геймінгу, щоб визначити його вплив на соціальні цінності.
7. Обґрунтування стратегічних напрямів розвитку ігрової бізнес-індустрії у контексті соціальної комунікації.

ОПЕРАЦІОНАЛІЗАЦІЯ



ІНТЕРПРЕТАЦІЯ

Ігрова бізнес-індустрія (Gaming Industry): Згідно з Оксфордським словником соціології, індустрія ігрового бізнесу охоплює всі аспекти комерційної діяльності, пов'язаної зі створенням, просуванням та дистрибуцією відеоігор та супутніх продуктів. Це включає розробку ігор, видавництво, маркетинг, кіберспорт та інші напрямки, пов'язані з геймінгом. У контексті соціальної комунікації, ігрова індустрія виступає як платформа для взаємодії користувачів, створення спільнот та розвитку нових форм соціальних зв'язків.

Інновація (Innovation): Інновація визначається як процес творення, впровадження та прийняття нових ідей, продуктів або методів. В ігровій індустрії інновації включають впровадження нових технологій, таких як віртуальна та доповнена реальність, інтерактивний геймплей, а також нові бізнес-моделі, які змінюють спосіб взаємодії між гравцями та розробниками.

Соціальні комунікації (Social Communication): Соціальні комунікації стосуються обміну інформацією між індивідами та групами у суспільстві. У контексті відеоігор, це включає комунікацію між гравцями через текстові та голосові чати, форуми, соціальні мережі та інші платформи, які дозволяють гравцям взаємодіяти, обговорювати стратегії, ділитися досвідом та будувати спільноти.

Генеральна сукупність та вибірка

Дослідження проходило в місті Києві, з 20.11.24 по 25.11.24. Опитано 65 респондентів. В пріоритеті молодь 18-35 років, геймери.

Етап	Час	Ціна
1. Підготовчий етап	**5 днів**	**Безкоштовно**
Створення та затвердження плану дослідження.		
Розробка та затвердження програми дослідження.		
Підготовка інструментарію (анкети та бланки)		
Випробування, перевірка інструментарію.		
Створення програми обробки даних.		
Створення та затвердження робочого плану дослідження.		

2. Збирання та обробка інформації:	**7 днів**	**Безкоштовно**
Збирання інформації.		
Підготовка зібраних даних до обробки.		
Опрацювання одержаної інформації.		
3. Аналіз та інтерпретація інформації.	**5 днів**	**Безкоштовно**
Аналіз результатів математичної обробки одержаної інформації.		
Розробка висновків та пропозиції за результатами соціологічного дослідження.		
складання підсумкового документа соціологічного дослідження.		

Питання 1. Ваша стать?

Мета: Дізнатися яка стать переважає в числі геймерів Києва.

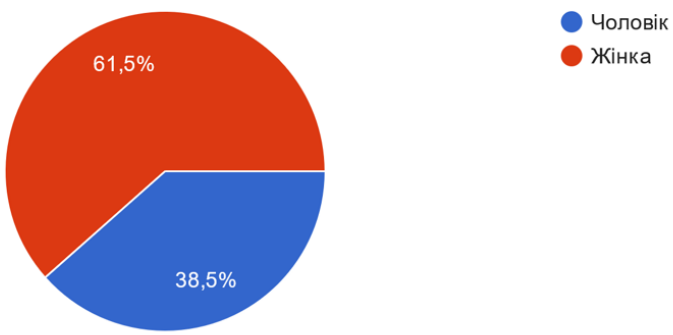


Рис. 3.1. Відповіді на питання – Стать

Результати: Згідно з результатами дослідження, індустрія ігрового бізнесу як інноваційна сфера соціальної комунікації користується популярністю серед молоді в Україні, причому відсоток жінок в ній значно вище (38,5%), ніж чоловіків (61,5%). Це свідчить про збільшення участі жінок у цій сфері, що є важливим показником гендерної різноманітності в сучасному ігровому бізнесі.

Питання 2. Ваш вік?

Мета: Дізнатися який вік переважає в числі геймерів Києва.

Легенда діаграми та опис відповідей:

- 12 років: 3 респонденти (4,6%)
- 13 років: 6 респондентів (9,2%)
- 14 років: 3 респонденти (4,6%)
- 15 років: 2 респонденти (3,1%)
- 16 років: 7 респондентів (10,8%)
- 17 років: 4 респонденти (6,2%)
- 18 років: 7 респондентів (10,8%)
- 19 років: 4 респонденти (6,2%)
- 20 років: 2 респонденти (3,1%)

- 21 рік: 6 респондентів (9,2%)
- 22 роки: 7 респондентів (10,8%)
- 23 роки: 3 респонденти (4,6%)
- 24 роки: 3 респонденти (4,6%)
- 25 років: 1 респондент (1,5%)
- 27 років: 1 респондент (1,5%)
- 29 років: 3 респонденти (4,6%)
- 33 роки: 1 респондент (1,5%)

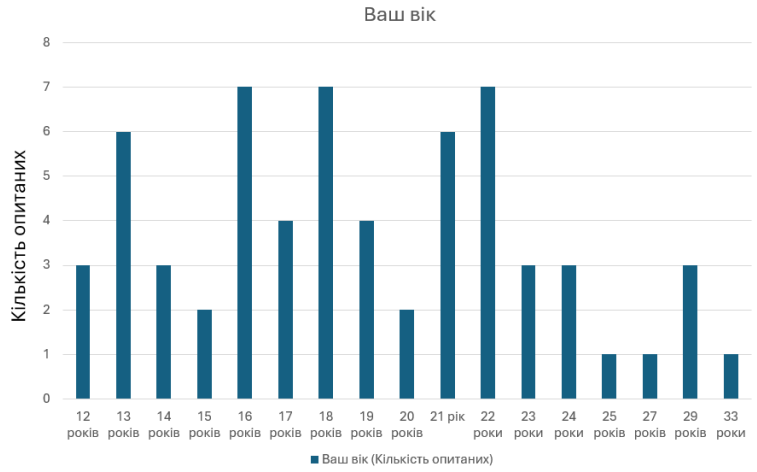


Рис. 3.2. Відповіді на питання – Вік

Результати: Діаграма ілюструє, що більшість респондентів - це молоді люди та діти у віці від **12 до 22 років**, що становить переважну частину опитаних. Найбільше представлені вікові категорії **16, 18 та 22 років** (по 10,8% кожна), що свідчить про їхню активність у соціальному спілкуванні та зацікавленість в ігровій індустрії.

5. **Діти та підлітки (12 - 15 років)**: Цю групу представляє менша частка респондентів (у середньому **4,1%** на кожну вікову категорію), що демонструє початковий інтерес до ігор та соціальної активності.

6. **Старші підлітки (16 - 19 років)**: Найактивніша група, що складає основну частину респондентів. Тут виділяються категорії **16 та 18 років**, що свідчить про пік зацікавленості в ігровій індустрії та комунікації.

7. **Молодь (20 - 22 роки)**: Відсоток респондентів у цій групі також високий, особливо для **22-річних**, що підкреслює стійкий інтерес до ігор серед молоді Києва.

8. **Дорослі (23 - 27 років)**: Ця група представлена меншою кількістю респондентів. Поступове зниження інтересу може бути пов'язане з переходом до інших сфер активності, таких як робота чи сімейне життя.

Питання 3. Яка ваша роль відносно відео ігор?

Мета: Дізнатися, які респонденти Києва грають у ігровій індустрії.



Рис. 3.3. Відповіді на питання - Яка ваша роль відносно відео ігр?

Результати: Діаграма ілюструє різні ролі, які респонденти грають у відеоігровій індустрії, зокрема розробник відеоігор, продажник та маркетолог ігор, досвідчений гравець, початківець гравець, тестувальник, гравець, ті, що не грають, та ті, хто не ототожнює себе з жодною з ролей.

Найбільші сегменти діаграми належать до досвідчених гравців та тих, хто не ототожнює себе з жодною з ролей (по 41,5% кожен). Інші ролі представлені меншою кількістю респондентів.

Результати показують, що значна частка респондентів вважає себе досвідченими гравцями або не ототожнює себе з жодною конкретною роллю у відеоігровій індустрії, тобто гравець новачок (початківець). Це вказує на те,

що хоча багато молодих людей активно залучені до ігрової сфери, існує також велика група, яка не відчуває себе частиною конкретної категорії.

Решта відповідей:

- 1,5% - Гравець
- 1,5% - Не граю
- 1,5 % - розробник читів для відеоігор а також досвідчений гравець
- 1,5 % - вчусь робити персонажів
- 1,5 % - Іноді граю
- 1,5 % - Не граю у відеоігри
- 1,5 % - Спостерігач
- 3,1 % - Розробник відеоігор

Питання 4. Як часто ви граєте у відеоігри?

Мета: Дізнатися, як часто грають респонденти Києва у відеоігри та скільки на це витрачають часу в цілому.

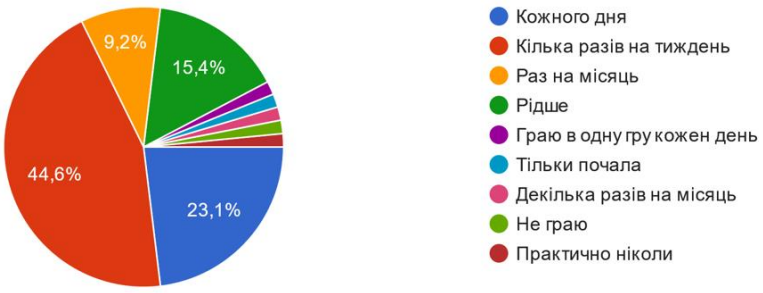


Рис. 3.4. Відповіді на питання - Як часто ви граєте у відеоігри?

Результати: На цьому графіку представлені результати опитування про частоту використання відеоігор серед 65 респондентів. Найбільший відсоток респондентів **(44,6%)** грають кілька разів на тиждень, що вказує на високу популярність звичайних ігор. Друга за чисельністю група **(23,1%)** - це люди, які грають щодня. Решта респондентів грають рідше: **15,4%** відзначили,

що грають всього 1 раз на місяць, а **9,2%** - ще рідше. Невелику ставку **(менше 10%)** займають ті, хто грає мало або взагалі не грає.

Результати показують, що відеоігри є важливою складовою дозвілля української молоді, особливо для регулярної соціалізації в індустрії ігрового бізнесу. Значна частина аудиторії активно взаємодіє з грою щотижня або щодня, підкреслюючи її потенціал як інструменту спілкування та розваг.

Решта відповідей:

- 1,5% - Граю в одну гру кожен день
- 1,5% - Тільки почала
- 1,5% - Декілька разів на місяць
- 1,5% - Не граю
- 1,5% - Практично ніколи

Питання 5. Оберіть які навички формують відеоігри:

Мета: Дізнатися, які ПОЗИТИВНІ навички на думку респондентів формують відеоігри.

Варіанти відповідей (Легенда гістограми):

9. Комунікативні навички: Відеоігри часто потребують від гравців спілкування та координації дій у мультиплеєрних режимах, що може покращувати уміння ефективно взаємодіяти з іншими.

10. Рішення проблем: Багато ігор базуються на вирішенні складних завдань чи загадок, що стимулює логічне мислення та аналітичні здібності.

11. Критичне мислення: Ігри, які включають стратегію чи тактику, розвивають у гравців здатність до критичного аналізу ситуацій та планування дій.

12. Управління ресурсами: Ігри, де треба керувати ресурсами або бюджетом (наприклад, симуляції або стратегічні ігри), вчать плануванню та оцінці ресурсів.

13. Мультизадачність: Ігри, які вимагають одночасного виконання декількох завдань, можуть покращувати здатність ефективно управляти кількома завданнями.

14. Навички швидкого прийняття рішень: Швидкоплинні ігри вчать гравців швидко аналізувати ситуацію та приймати рішення під тиском.

15. Толерантність до невдач: Ігри часто містять елементи проб і помилок, де гравці вчаться приймати та аналізувати свої невдачі для подальшого вдосконалення.

16. Міжкультурне спілкування: Оскільки багато ігор з'єднують гравців з різних культур та країн, вони можуть сприяти розумінню та прийняттю культурної різноманітності.

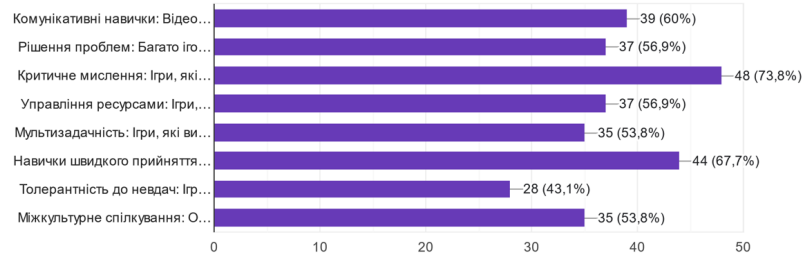


Рис. 3.5. Відповіді на питання - Оберіть які навички формують відеоігри:

Результати: На діаграмі представлені дані про те, які навички, на думку респондентів, розвивають відеоігри (65 відповідей). Найчастіше респонденти відзначали розвиток **критичного мислення** (73,8%) та **навичок швидкого прийняття рішень** (67,7%). Значний відсоток також вважає, що відеоігри формують **комунікативні навички** (60%) і допомагають у **вирішенні проблем** (56,9%). **Управління ресурсами** та **мультизадачність** отримали однаковий результат (53,8%), тоді як **толерантність до невдач** та **міжкультурне спілкування** були менш популярними відповідями, із 43,1% та 53,8% відповідно.

Результати демонструють, що відеоігри сприймаються як ефективний інструмент для розвитку критичного мислення, прийняття рішень і комунікації. Водночас їхній потенціал у формуванні міжкультурних компетенцій та толерантності до невдач потребує додаткової уваги.

Питання 6. Оберіть які НЕГАТИВНІ ефекти, навички (антинавички) формують відеоігри?

Мета: Дізнатися, які НЕГАТИВНІ навички та ефекти, на думку респондентів, можуть викликати відеоігри.

Варіанти відповідей (Легенда гістограми):

8. Залежність: Надмірний геймінг може призвести до ігрової залежності, яка відволікає від реального життя, навчання або роботи.

9. Агресія та насильство: Деякі дослідження показують, що експозиція насильницьким відеоіграм може збільшувати агресивну поведінку у деяких гравців, хоча результати досліджень в цій області залишаються суперечливими.

10. Соціальна ізоляція: Хоча багато ігор сприяють соціальній взаємодії, надмірне грання може іноді призвести до соціальної ізоляції, коли особа витрачає більшість часу за іграми замість живого спілкування.

11. Погіршення фізичного здоров'я: Довготривале сидіння і відсутність фізичної активності можуть призвести до проблем із здоров'ям, таких як ожиріння, проблеми зі спиною та інші.

12. Зниження академічної та професійної продуктивності: Час, витрачений на ігри, може відволікати від навчання або робочих обов'язків, що знижує продуктивність і може мати довгострокові наслідки для освіти та кар'єри.

13. Порушення сну: Ігри, особливо перед сном, можуть порушити природний цикл сну, що негативно впливає на загальний стан здоров'я і самопочуття.

14. Негативний вплив на міжособистісні стосунки: Інтенсивне грання може призвести до конфліктів у сімейних та дружніх стосунках, особливо якщо інші вважають, що ігри займають надто багато часу або уваги.

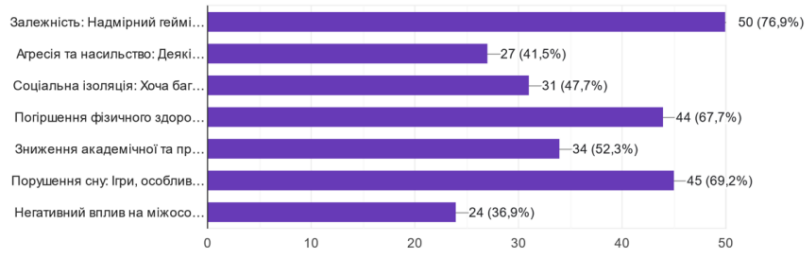


Рис. 3.6. Відповіді на питання - Оберіть які НЕГАТИВНІ ефекти, навички (антинавички) формують відеоігри?

Результати: На діаграмі представлені дані про негативні ефекти, які, на думку респондентів, можуть викликати відеоігри (65 відповідей). Найбільш поширеним негативним аспектом є **залежність** (76,9%), за якою слідують **погіршення фізичного здоров'я** (67,7%) та **зниження академічної та професійної продуктивності** (69,2%). **Соціальна ізоляція** також викликає занепокоєння у майже половини респондентів (47,7%), а **агресія та насильство** отримали 41,5% голосів. **Порушення сну** та **негативний вплив на міжособистісні стосунки** відзначені меншою кількістю респондентів (36,9%).

Результати діаграми №6 демонструють думку респондентів, які є учасниками ігрового середовища. Враховуючи їхню залученість до ігор, ми можемо припустити, що відповіді базуються на особистому досвіді та спостереженнях, що підвищує обізнаність про можливі негативні ефекти. Однак щирість таких відповідей може бути частково знижена через природну схильність гравців до захисту власних інтересів або зменшення негативного сприйняття захоплення іграми.

З іншого боку, важливим є факт, що більшість респондентів визнає такі негативні ефекти, як залежність (76,9%), погіршення фізичного здоров’я

(67,7%) та зниження продуктивності (69,2%). Це свідчить про критичний підхід до аналізу власної діяльності. Соціальна ізоляція (47,7%) і агресивна поведінка (41,5%) також отримали значну підтримку, що може вказувати на об’єктивність у відповіді.

Таким чином, хоча повну об’єктивність відповідей гарантувати складно через особисту зацікавленість респондентів, їхнє визнання численних негативних аспектів дозволяє стверджувати, що більшість респондентів була щирою в оцінках. Це підтверджує доцільність залучення гравців для аналізу проблеми, адже їхні відповіді відображають реальність, у якій вони безпосередньо перебувають.

Результати підкреслюють, що основними ризиками, пов'язаними з відеоіграми, є залежність, фізичні проблеми та зниження продуктивності. Водночас агресія та міжособистісні конфлікти мають менший рівень підтримки як негативні ефекти, що вказує на суперечливий характер цих аспектів.

Питання 7. Чи помічали ви у собі або інших симптоми ігрової залежності?

Мета: Дізнатися, чи помічають опитані геймери Києва симптоми ігрової залежності, щоб оцінити поширеність цього явища серед молоді, визначити рівень усвідомленості гравців щодо впливу ігор на їхнє життя, а також виявити потенційні фактори ризику, пов’язані з розвитком залежності.

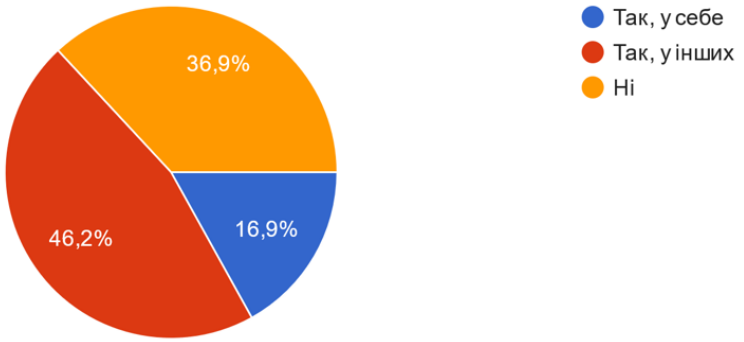


Рис. 3.7. Відповіді на питання - Чи помічали ви у собі або інших симптоми ігрової залежності?

Результати: *На діаграмі зображено результати опитування, у якому респондентам (65 відповідей) поставили запитання: «Чи помічали ви у собі або інших симптоми ігрової залежності?». Результати розподілилися наступним чином:*

- ***16,9%** респондентів відповіли, що помічали симптоми у себе.*
- ***46,2%** зазначили, що помічали симптоми у інших.*
- ***36,9%** відповіли, що не помічали таких симптомів ані у себе, ані у інших.*

Результати показують, що майже половина опитаних помічають симптоми ігрової залежності у інших людей, тоді як значно менша частка визнає наявність таких симптомів у себе. Це може свідчити про недостатнє усвідомлення проблеми серед молоді або соціальні упередження щодо визнання власної залежності.

Питання 8. Як ви оцінюєте вплив ігор на ваші соціальні взаємодії в реальному житті?

Мета: Дослідити, як геймери Києва оцінюють вплив відеоігор на свої соціальні взаємодії у реальному житті, щоб визначити, чи сприяє ігровий

досвід покращенню чи погіршенню комунікативних навичок, міжособистісних стосунків та соціальної інтеграції.

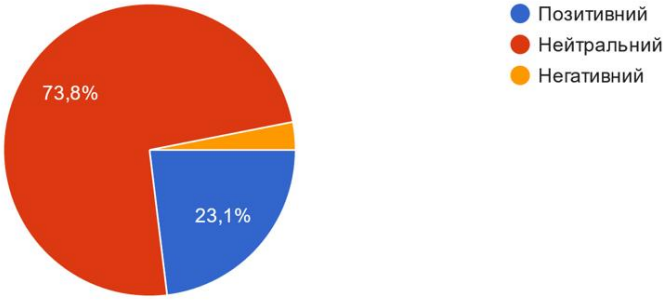


Рис. 3.8. Відповіді на питання – Як ви оцінюєте вплив ігор на ваші соціальні взаємодії в реальному житті?

Результати: На діаграмі представлено результати опитування щодо оцінки впливу ігор на соціальні взаємодії в реальному житті серед 65 респондентів. Відповіді розподілилися таким чином:

- **23,1%** респондентів вважають, що вплив ігор на їхні соціальні взаємодії є позитивним.
- **73,8%** оцінюють цей вплив як нейтральний.
- **3,1%** відзначають негативний вплив.

Переважна більшість респондентів сприймає вплив ігор на свої соціальні взаємодії як нейтральний, що може свідчити про мінімальний вплив ігрової діяльності на реальне життя. Водночас значна частка тих, хто зазначає позитивний вплив, вказує на потенціал ігор як інструменту для соціалізації чи розвитку комунікативних навичок.

Питання 9. Чи спілкуєтесь ви з іншими гравцями під час гри?

Мета: Визначити, чи використовують геймери Києва відеоігри як платформу для соціальної взаємодії, щоб оцінити значення ігор як засобу комунікації, формування спільнот і підтримки соціальних зв’язків.

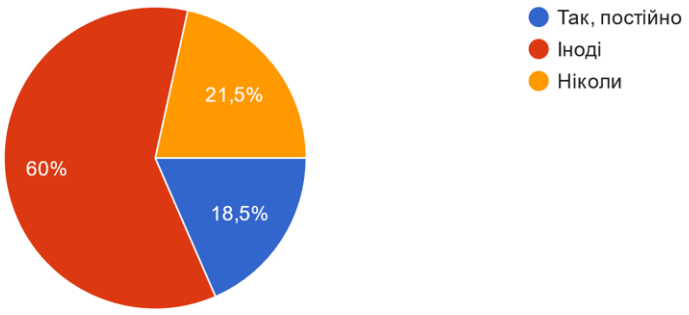


Рис. 3.9. Відповіді на питання - Чи спілкуєтесь ви з іншими гравцями під час гри?

Результати: На діаграмі представлені відповіді на запитання: «Чи спілкуєтесь ви з іншими гравцями під час гри?» Результати опитування 65 респондентів розподілилися таким чином:

- **18,5%** постійно спілкуються з іншими гравцями.
- **60%** спілкуються іноді.
- **21,5%** ніколи не спілкуються під час гри.

Більшість респондентів **(60%)** періодично взаємодіють із гравцями, що свідчить про значущість соціального аспекту в ігровому процесі. Водночас чверть опитаних **(21,5%)** не залучаються до комунікації, що може вказувати на індивідуалістичний підхід до гри або перевагу офлайн-формату.

Питання 10. Що, на вашу думку, слід покращити в ігровій індустрії України?

Мета: Виявити думки геймерів Києва щодо можливих покращень в ігровій індустрії України, щоб зрозуміти їхні очікування, визначити ключові проблеми індустрії та сформулювати рекомендації для її подальшого розвитку.

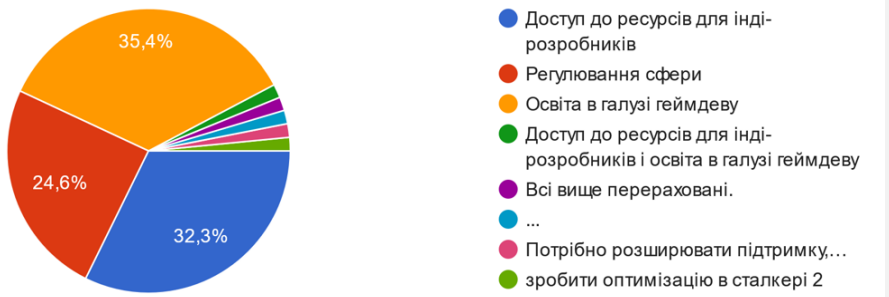


Рис. 3.10. Відповіді на питання - Що, на вашу думку, слід покращити в ігровій індустрії України?

Результати: Діаграма демонструє результати опитування на тему того, що варто покращити в ігровій індустрії України. З 65 респондентів більшість **(35,4%)** вважають, що найважливішим є розвиток освіти у сфері геймдеву. Другим за значущістю **(32,3%)** є доступ до ресурсів для інді-розробників. Регулювання сфери зазначили **24,6%** опитаних.

Решта відповідей, включаючи комбінацію кількох аспектів:

- 1,5% - Доступ до ресурсів для інді-розробників і освіта в галузі геймдеву;
- 1,5% - Всі вище перераховані;
- 1,5% - ...
- 1,5% - Потрібно розширювати підтримку, щоб решта світу роблячи якусь гру думала: О а в Україні багато геймерів, треба додати бодай український інтерфейс щоб залучити їх до свого проекту; А ще потрібен поштовх самим геймдев компаніям, що власне зараз може зробити Сталкер 2));
- 1,5% - Зробити оптимізацію в сталкері 2.

Результати свідчать, що українська молодь вбачає найбільший потенціал для розвитку ігрової індустрії у підвищенні освітнього рівня та забезпеченні ресурсами для інді-розробників. Це підкреслює важливість

інвестицій у навчальні програми та створення доступної інфраструктури для молодих розробників.

Додаток Б

Анкета

Ігрова бізнес-індустрія як інноваційна сфера соціальної комунікації молоді України

Студенти факультету соціології та управління Запорізького національного університету спеціальності «соціологія» проводять соціологічне дослідження на тему: «Ігрова бізнес-індустрія як інноваційна сфера соціальної комунікації молоді України»

Просимо вас відповісти на представлені нижче питання.

Опитування має анонімний характер, і отримані дані будуть використані тільки в узагальненому вигляді. Відповідаючи на кожне питання, обведіть один варіант відповіді.

1. Ваша стать?
   - Чоловік
   - Жінка
2. Ваш вік (Вкажіть)
3. Яка ваша роль відносно відео ігр?
   - Розробник відеоігор
   - Продажник та маркетолог ігор
   - Досвідчений гравець
   - Початківець гравець
   - Тестувальник
   - Інше…
4. Як часто ви граєте у відеоігри?
   - Кожного дня
   - Кілька разів на тиждень
   - Раз на місяць
   - Рідше
   - Інше…
5. Оберіть які навички формують відеоігри:

- Комунікативні навички: Відеоігри часто потребують від гравців спілкування та координації дій у мультиплеєрних режимах, що може покращувати уміння ефективно взаємодіяти з іншими.
- Рішення проблем: Багато ігор базуються на вирішенні складних завдань чи загадок, що стимулює логічне мислення та аналітичні здібності.
- Критичне мислення: Ігри, які включають стратегію чи тактику, розвивають у гравців здатність до критичного аналізу ситуацій та планування дій.
- Управління ресурсами: Ігри, де треба керувати ресурсами або бюджетом (наприклад, симуляції або стратегічні ігри), вчать плануванню та оцінці ресурсів.
- Мультизадачність: Ігри, які вимагають одночасного виконання декількох завдань, можуть покращувати здатність ефективно управляти кількома завданнями.
- Навички швидкого прийняття рішень: Швидкоплинні ігри вчать гравців швидко аналізувати ситуацію та приймати рішення під тиском.
- Толерантність до невдач: Ігри часто містять елементи проб і помилок, де гравці вчаться приймати та аналізувати свої невдачі для подальшого вдосконалення.
- Міжкультурне спілкування: Оскільки багато ігор з'єднують гравців з різних культур та країн, вони можуть сприяти розумінню та прийняттю культурної різноманітності.

6. Оберіть які НЕГАТИВНІ ефекти, навички (антинавички) формують відеоігри?

- Залежність: Надмірний геймінг може призвести до ігрової залежності, яка відволікає від реального життя, навчання або роботи.
- Агресія та насильство: Деякі дослідження показують, що експозиція насильницьким відеоіграм може збільшувати агресивну поведінку у деяких гравців, хоча результати досліджень в цій області залишаються суперечливими.

- Соціальна ізоляція: Хоча багато ігор сприяють соціальній взаємодії, надмірне грання може іноді призвести до соціальної ізоляції, коли особа витрачає більшість часу за іграми замість живого спілкування.
- Погіршення фізичного здоров'я: Довготривале сидіння і відсутність фізичної активності можуть призвести до проблем із здоров'ям, таких як ожиріння, проблеми зі спиною та інші.
- Зниження академічної та професійної продуктивності: Час, витрачений на ігри, може відволікати від навчання або робочих обов'язків, що знижує продуктивність і може мати довгострокові наслідки для освіти та кар'єри.
- Порушення сну: Ігри, особливо перед сном, можуть порушити природний цикл сну, що негативно впливає на загальний стан здоров'я і самопочуття.
- Негативний вплив на міжособистісні стосунки: Інтенсивне грання може призвести до конфліктів у сімейних та дружніх стосунках, особливо якщо інші вважають, що ігри займають надто багато часу або уваги.

7. Чи помічали ви у собі або інших симптоми ігрової залежності?

- Так, у себе
- Так, у інших
- Ні

8. Як ви оцінюєте вплив ігор на ваші соціальні взаємодії в реальному житті?

- Позитивний
- Нейтральний
- Негативний

9. Чи спілкуєтесь ви з іншими гравцями під час гри?

- Так, постійно
- Іноді
- Ніколи

10. Що, на вашу думку, слід покращити в ігровій індустрії України?

- Доступ до ресурсів для інді-розробників
- Регулювання сфери
- Освіта в галузі геймдеву
- Інше...

Дякую за відповідь і допомогу в дослідженні!