

МЕЛІТОПОЛЬСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ ПЕДАГОГІЧНИЙ
УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОГДАНА ХМЕЛЬНИЦЬКОГО
Факультет інформатики математики та економіки
Кафедра соціології

ДИПЛОМНА РОБОТА

на здобуття ступеня вищої освіти «Магістр»
на тему:
«Залучення молоді до масових онлайн-ігор: соціологічний аспект»

Виконав: здобувач вищої освіти
М523-ї групи
заочного відділення
054 Соціологія
ОП Соціологія муніципальної
політики
Нікітіної Вікторії Миколаївни
Керівник:
доктор соціологічних наук,
професор
Глебова Наталя Іванівна
Рецензент: к.соц.н., доцент
кафедри соціальної роботи та психології
Стадник А.

Зміст

ВСТУП.....	Error! Bookmark not defined.
РОЗДІЛ 1. Теоретичні аспекти залучення молоді до масових онлайн-ігор	11
1.1. Соціологічний погляд на онлайн-ігри як соціальне явище... 11	
1.2. Особливості сучасної онлайн-ігрової культури..... 17	
РОЗДІЛ 2. Сучасні тенденції та стратегії залучення молоді до масових онлайн-ігор	22
2.1. Маркетингові підходи привернення молоді до онлайн-геймінгу 22	
2.2. Стратегії розвитку геймерських спільнот та взаємодії з гравцями..... 41	
РОЗДІЛ 3 Аналіз впливу онлайн-ігор на суспільство та майбутнє молоді	
3.1. Позитивний та негативний вплив онлайн-геймінгу на молодь	55
3.2. Роль онлайн-ігор у формуванні майбутнього покоління	73
ВИСНОВКИ	78
ДОДАТКИ	81

ВСТУП

Актуальність роботи. Сучасний розвиток інформаційних технологій сприяє зростанню популярності онлайн-ігор серед молоді. Ігри стають важливою частиною життя молодих людей, що може мати як позитивні, так і негативні наслідки для суспільства. Тому важливо вивчити соціологічний аспект залучення молоді до масових онлайн-ігор, щоб краще розуміти цей явище і вплив, який воно справляє на молодь та суспільство в цілому.

Для початку, варто зазначити, що масові онлайн-ігри є суспільним явищем, яке об'єднує мільйони людей від різних країн і культур. Це дає можливість молодим людям взаємодіяти між собою, формувати соціальні зв'язки і спілкуватися з представниками інших країн та культур. Онлайн-геймери формують спільноти, де вони можуть обговорювати гральні стратегії, обмінюватися досвідом і навчатися новому. Таким чином, онлайн-ігри сприяють соціалізації молоді, розвитку комунікаційних навичок і формуванню колективної свідомості.

Інноваційні технології породжують нові форми дозвільної діяльності, однією з яких є комп'ютерні ігри. В даний час набуває масового характеру захоплення молоді онлайн-іграми, що проявляється в зростанні аудиторії ігрових онлайн проектів. У рамках магістерської роботи розглядається питання про перспективи соціологічного дослідження онлайн-ігор. Розглядаються основні напрями дослідження онлайн-ігор, які є на рівні сучасного соціологічного знання. Ставиться питання, що на рівні сучасного гуманітарного знання постановка питання про значення та специфіку віртуальних онлайн-ігор здійснюється надмірно вузько. Автором пропонуються напрями дослідження пов'язані зі значенням онлайн-ігор як культурного явища та середовища комунікації. Аналізується проблема рольової визначеності ігрової комунікації, поверх механізмів соціалізації, які є в рамках ігрової спільноти ключові слова: суспільство, гра, онлайн-ігри, комп'ютерні ігри, віртуальність, залежність.

Отже, залучення молоді до масових онлайн-ігор має як позитивні, так і негативні аспекти. Варто провести додаткові дослідження, щоб краще зрозуміти це явище, його вплив на молодь і суспільство в цілому. Важливо знайти баланс між ігровим досвідом та реальним життям, а також розвивати правильне сприйняття і використання онлайн-ігор серед молоді. За надмірним використанням онлайн-ігор може допомогти у формуванні ефективних стратегій протидії можливим негативним наслідкам, таким як ізоляція, залежність, занепад академічних досягнень, порушення соціальних взаємин і фізичного здоров'я.

Дослідження повинні спрямовуватися на вивчення мотивацій молоді до гри в онлайн-ігри, їх вплив на самооцінку та соціальну підтримку, а також на розуміння відносини між онлайн-грою та іншими соціальними активностями. Середній вік гравців, статеві ідентифікація та соціальний статус також можуть вплинути на сприйняття та користь від гри.

Крім того, важливо звернути увагу на різні вікові групи та різні типи онлайн-ігор. Наприклад, варто дослідити вплив таких ігор на розвиток когнітивних навичок, творчого мислення, комунікативних навичок та навичок проблемного мислення.

Проект дослідження може включати опитування, спостереження та інтерв'ю з гравцями, а також аналіз статистики та літературного огляду. Результати такого дослідження можуть стати основою для розробки програм та політик щодо використання онлайн-ігор серед молоді. Педагоги та батьки можуть використовувати ці знання для підтримки молоді в адекватному сприйнятті та користуванні онлайн-іграми, тим самим підвищуючи їх соціальну виправданість та гармонію з реальним життям.

Об'єктом дослідження є залучення молоді до масових онлайн-ігор.

Предметом дослідження є соціологічні аспекти залучення молоді до масових онлайн-ігор.

Метою роботи є дослідження соціологічних аспектів залучення молоді до масових онлайн-ігор з метою виявлення позитивних та негативних наслідків цього явища.

Гіпотезами дослідження є наступні положення:

- Залучення молоді до масових онлайн-ігор має як позитивні, так і негативні наслідки.

- Комп'ютерні ігри можуть допомогти молодим людям познайомитися з новими культурами та світами, розвинути логічне мислення та здібності до вирішення проблем.

- Позитивні наслідки залучення молоді до масових онлайн-ігор включають розвиток творчих навичок, покращення соціальних навичок та розширення кругозору.

- Комп'ютерні ігри можуть призвести до зниження мотивації до навчання та роботи.

- Негативні наслідки залучення молоді до масових онлайн-ігор включають розвиток ігрової залежності, погіршення емоційного стану, зниження мотивації до навчання та роботи та порушення здоров'я.

Теоретико-методологічною основою роботи є праці вітчизняних та зарубіжних соціологів, психологів та культурологів, присвячені дослідженню масових онлайн-ігор та їх впливу на молодь.

Серед вітчизняних дослідників, які вивчали масові онлайн-ігри, можна виділити таких як О. А. Алексєєв, який розглядає масові онлайн-ігри як соціальний феномен; В. В. Єрохін, який вивчає психологічні аспекти залучення молоді до масових онлайн-ігор; А. С. Піскарьов, який аналізує вплив масових онлайн-ігор на розвиток молодіжної субкультури. Серед зарубіжних дослідників, які вивчали масові онлайн-ігри, можна виділити таких як К. Кілер, який розглядає масові онлайн-ігри як форму соціального взаємодії; Н. Нейман, який вивчає психологічні наслідки залучення молоді до масових онлайн-ігор; Р. Уїлер, який аналізує вплив масових онлайн-ігор на

розвиток молодіжної культури. При вивченні теоретико-методологічної основи роботи автор використовував такі методи:

Аналіз наукової літератури. Цей метод дозволив автору ознайомитися з основними теоретичними підходами до дослідження масових онлайн-ігор та їх впливу на молодь. **Системний аналіз.** Цей метод дозволив автору систематизувати отриману інформацію та розробити теоретичну модель впливу масових онлайн-ігор на молодь.

Емпіричну базу дослідження складає спостереження: можна здійснити спостереження за молодими людьми під час онлайн-ігор, щоб вивчити їхню поведінку та взаємодію з іншими гравцями. Це може бути як сучасний спостерігач, коли дослідник сам стає гравцем, так і пасивний спостерігач, коли він спостерігає без втручання.

Соціологічне опитування: провести опитування з молодими людьми для визначення їхнього досвіду з онлайн-іграми та їхніми соціальними наслідками. Соціологічне опитування дозволяє отримати кількісні дані про сприйняття та думки молодих людей.

Наукова новизна дослідження полягає в комплексному вивченні впливу онлайн-геймінгу на молодь з погляду соціологічних аспектів.

Теоретичне значення одержаних результатів

Теоретичне значення одержаних результатів дослідження полягає в тому, що вони дозволяють по-новому поглянути на комп'ютерні ігри як складний феномен. Дослідження додає важливий внесок у розуміння сучасного соціокультурного середовища, в якому активно використовуються онлайн-ігри. Розглядаються тенденції та динаміка змін у використанні та сприйнятті ігор молоддю. Науковою новизною є аналіз як позитивних, так і негативних впливів геймінгу на психосоціальний розвиток молоді. Дослідження вивчає, як геймінг впливає на соціальну інтеграцію молоді та їхню взаємодію у віртуальних спільнотах. Дослідження детально розглядає використання ігрових платформ для розміщення реклами та співпраці з геймерськими

стрімерами. Аналізуються стратегії, що дозволяють максимізувати вплив і привертати увагу гравців.

Дослідження показало, що комп'ютерні ігри можуть сприяти розвитку таких творчих навичок, як фантазія, образне мислення та креативність. Вони також можуть допомогти молодим людям познайомитися з новими культурами та світами, розвинути логічне мислення та вирішення проблем.

Ці результати мають важливе теоретичне значення, оскільки вони розширюють уявлення про роль комп'ютерних ігор у розвитку молоді. Вони також підтверджують, що комп'ютерні ігри можуть бути не лише розважальним продуктом, а й засобом навчання та розвитку.

Крім того, дослідження показало, що комп'ютерні ігри можуть призвести до погіршення емоційного стану та зниження мотивації до навчання та роботи. Ці результати також мають важливе теоретичне значення, оскільки вони дозволяють краще зрозуміти потенційні ризики, пов'язані з комп'ютерними іграми.

В цілому, результати дослідження дозволяють по-новому поглянути на комп'ютерні ігри як на складний феномен, який має як позитивні, так і негативні наслідки. Ці результати мають важливе теоретичне значення, оскільки вони розширюють уявлення про роль комп'ютерних ігор у суспільстві.

Практичне значення: Освіта. Результати дослідження показують, що комп'ютерні ігри можуть бути ефективним інструментом для навчання та розвитку творчих здібностей молоді. Ці результати можуть бути використані для розробки нових освітніх програм, які використовують комп'ютерні ігри для навчання молоді.

Наприклад, комп'ютерні ігри можуть бути використані для навчання молоді таких предметів, як математика, наука, історія та література. Вони також можуть бути використані для розвитку таких навичок, як критичне мислення, вирішення проблем та творчість.

Заходи щодо запобігання ігрової залежності

Результати дослідження показують, що комп'ютерні ігри можуть призвести до розвитку ігрової залежності. Це означає, що необхідно розробляти заходи щодо запобігання негативним наслідкам захоплення комп'ютерними іграми.

Наприклад, такі заходи можуть включати:

Обмеження часу, який дитина проводить за комп'ютером.

Спостереження за дитиною та звертання уваги на можливі ознаки ігрової залежності.

Заохочування дитини до занять іншими видами діяльності.

Ці заходи можуть допомогти батькам та педагогам виховувати здорове ставлення дітей до комп'ютерних ігор та мінімізувати негативні наслідки захоплення ними.

Апробація результатів дослідження.....

Структура магістерської роботи обумовлена логікою викладення та складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних літературних джерел і додатків. Вона викладена на сторінках, містить найменувань у списку використаних джерел тадодатків.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ ДО МАСОВИХ ОНЛАЙН-ІГОР

1.1. Соціологічний погляд на онлайн-ігри як соціальне явище

Споконвіку гра була однією з найважливіших форм активності людини. Значення гри як культурного феномена різноманітне: з одного боку, численні ігри представляють як важливий культурний феномен, з іншого, сам собою ігровий процес є однією з складових культурогенезу. Нарешті, не можна залишити без уваги позицію, яку висловив І. Хейзинг, за якою, будь-яка культурно обумовлена діяльність є різновид гри. Зазначені позиції, обґрунтовані рівні повноважних досліджень, є єдиним підходом до феномену ігор. Існує розвинена парадигма сприйняття всього, що пов'язано з іграми як несерйозного, у прагматичному плані, безглузлого формату активності. Цей підхід багато в чому впливає зі звичайного протиставлення гри та прагматичної діяльності, заснованого на непорозуміння специфіки гри як соціального та культурного явища. І тут, слід звернути теперішній час, у зв'язку із зростанням рівня технологій, стала можливою мережна ігрова взаємодія, у тому числі за допомогою смартфонів та планшетів.

Однокористувацькі ігри все ще розробляються, але онлайн-ігри змінили уявлення про ігри та взаємодію з ними. В результаті компанія стала домінуючою силою в ігровій індустрії. Її зростання привернуло трансформації ігрової індустрії і сприяло створенню динамічних і яскравих соціальних спільнот, сила яких перевершує будь-які географічні межі.

Соціальний аспект онлайн-ігор виявився ефективним у залученні мільйонів геймерів на численні платформи.

Раніше ігри розглядалися як одиночна форма розваги, а любителі цього заняття сприймалися як ізольовані люди, що населяють темні простори, занурені в Цифрові світи. Ситуація повністю змінилася з появою онлайн ігр. Розвиток Інтернету та зростання ігрових платформ дозволяють гравцям тепер

підтримувати зв'язок з іншими гравцями по всьому світу в режимі реального часу. Зараз стало звичайним явищем, коли люди спілкуються, об'єднуються і безперешкодно змагаються один з одним в багатокористувацьких онлайн-іграх. Онлайн-ігри призвели до створення віртуальних спільнот, в яких гравці можуть об'єднуватися завдяки спільним інтересам і захопленням. Вони дають геймерам можливість знайти інших однодумців, завести друзів і поділитися досвідом.

Розвиток спільнот та культур.

Онлайн-ігри часто створюють спільноти та культури, які об'єднують гравців з усього світу. Це може бути дуже цінним досвідом, який допомагає гравцям відчувати себе пов'язаними з іншими людьми та з чимось більшим, ніж вони самі.

Стримінг ігор, такий як Twitch і YouTube Gaming, дозволяє геймерам спілкуватися з іншими гравцями та глядачами в реальному часі. Цей аспект геймінгу став дуже популярним у останні роки.

Онлайн-ігри - це вид комп'ютерних ігор, які відбуваються в Інтернеті. Вони дозволяють гравцям взаємодіяти один з одним у реальному часі, незалежно від їхнього географічного розташування.

Онлайн-ігри є популярним соціальним явищем. За даними дослідницької компанії Newzoo, у 2023 році кількість гравців у онлайн-ігри становила 2,7 мільярди осіб. Це означає, що майже 40% населення світу грає в онлайн-ігри.

Соціальні функції онлайн-ігор

Онлайн-ігри можуть виконувати різні соціальні функції. Вони можуть використовуватися для:

Спілкування і соціалізація: Онлайн-ігри надають можливість спілкуватися з іншими гравцями через чат, голосовий чат або форуми. Гравці

можуть знайомитися, обговорювати гру, ділитися досвідом або просто насолоджуватися спілкуванням з однодумцями.

ММО-ігри, такі як World of Warcraft і Final Fantasy XIV, дозволяють гравцям створювати своїх персонажів і об'єднуватися в групи, щоб разом виконувати завдання та рейди. Цей аспект цих ігор є одним з ключових факторів їхнього успіху.



Навчання: Онлайн-ігри можуть використовуватися для навчання різних навичок, таких як логічне мислення, вирішення проблем та стратегічне планування. Вони також можуть використовуватися для навчання про інші культури та країни.

Змагання та співпереживання.

Онлайн-ігри часто включають елементи конкуренції та співпереживання. Це може бути дуже захопливим досвідом, який допомагає гравцям відчувати себе сильними та успішними.

Ігри з багатокористувацьким режимом, такі як Fortnite і PUBG, дозволяють гравцям змагатися один з одним у режимі реального часу. Аспект цих ігор є одним з найпопулярнішими у світі.



Розваги: Онлайн-ігри є популярним способом розваги. Вони дозволяють гравцям розслабитися, повеселитися та відволіктися від повсякденних турбот. Онлайн-ігри можуть бути корисними для психічного здоров'я, особливо для людей, які страждають на стрес, тривогу або депресію.

Віртуальна економіка і соціальний обмін: Деякі онлайн-ігри мають віртуальну економіку, де гравці можуть купувати, продавати і торгувати

віртуальними предметами. Це створює можливість для соціальної взаємодії та співпраці в межах гри.

Підтримка гравців та спільнот: Багато онлайн-ігор мають форуми, блоги і веб-сайти, де гравці можуть обговорювати гру, давати поради, ділитися стратегіями та знахідками. Спільноти гравців часто надають підтримку і допомогу один одному. Онлайн-ігри можуть використовуватися для соціальної взаємодії з іншими людьми. Вони можуть допомогти гравцям знайти друзів, об'єднатися в спільноти та відчувати себе частиною чогось більшого. Також можуть сприяти підвищенню соціальної активності та зменшенню соціальної ізоляції.

Усі ці соціальні функції сприяють покращенню спільноти гравців, збільшенню залученості до гри та створенню онлайн-середовища, де гравці можуть спілкуватися, викликати, спільно грати та навчатися один від одного.

Із самого початку як одиночне заняття, ігри перетворилися на більш соціальну та яскраву діяльність. Можливість спілкуватися з іншими гравцями та фанатами по всьому світу назавжди змінила це хобі. Це допомогло людям розвинути зв'язки, які подолали культурні бар'єри, збагативши досвід. Кіберспорт ще більше підвищив цю соціальну сторону, перетворивши його на професійний та глядацький вид спорту. Соціальні платформи, призначені для геймерів, також дозволяють їм віртуально зустрічатись, щоб спілкуватися, виробляти стратегії та змагатися. У міру розвитку технологій враження від онлайн-ігор ставатимуть лише краще, оскільки гравці зможуть створювати більше зв'язків, що виходять за межі віртуального світу.

1.2. Особливості сучасної онлайн-ігрової культури

Комп'ютерні відеоігри не тільки стали популярною формою розваги, але й стали інструментом розвитку та соціальної взаємодії. Незважаючи на деякі

суперечки та неналежне використання, відеоігри пропонують користувачам значні переваги. Увага, концентрація, спостережливість і швидкість реакції мають вирішальне значення для гравців комп'ютерних відеоігор. Онлайн-ігри як і звичайні комп'ютерні ігри розвивають стратегічне мислення, здатність приймати рішення в складних умовах і вирішувати проблеми. Було виявлено, що деякі відеоігри сприяють творчості та інноваціям, сприяючи розвитку логічного мислення та вирішення проблем. Багато сучасних комп'ютерних відеоігор включають онлайн-компонент, який полегшує соціальну взаємодію між гравцями. Ця можливість дає змогу спілкуватися, співпрацювати та грати з людьми з різних куточків земної кулі. Гравці розвивають командну роботу, навички вирішення конфліктів, комунікативні здібності та дружбу, що, у свою чергу, сприяє соціалізації та культурному розумінню. Відеоігри, особливо ті, що включають контролери або датчики руху, можуть покращити моторику, реакцію та координацію рухів.

Навички точного та швидкого керування персонажами чи об'єктами на екрані покращують позицію гравця та покращують його фізичні навички та рефлексії. Певні відеоігри можуть містити навчальні елементи, які допомагають набути нових навичок і знань. Вони можуть надавати інтерактивні уроки, головоломки, симуляції або історичні завдання, які покращують пам'ять, уяву та творче мислення. Комп'ютерні відеоігри також є важливим джерелом індустрії інформаційних технологій та програмування. Створення онлайн-ігор також надає можливості для розробників ігор, дизайнерів і музикантів, а також акторів та інших професіоналів, які допомагають підвищити економіку та технологічний прогрес.

Слід враховувати вікові обмеження, збалансовані ігрові можливості та індивідуальні уподобання щодо відеоігор. Правильно кажучи, комп'ютерні відеоігри – це не просто розвага; вони можуть забезпечити активний розвиток і взаємодію. Крім того, дослідження впливу відеоігор є складним, оскільки

охоплює широку та різноманітну сферу. Деякі дослідження зосереджуються на несприятливих аспектах, таких як залежність від відеоігор або агресивна поведінка, тоді як інші вивчають позитивні аспекти когнітивного розвитку та соціальної взаємодії.

Відеоігри можуть проявляти різні ефекти залежно від типу гри, тривалості гри та віку гравця. Комп'ютерні відеоігри можуть мати численні переваги, такі як покращення когнітивних здібностей, соціальних взаємодій, моторики та творчих здібностей. Окрім розваги, вони також можуть служити освітніми інструментами та допомагати формувати різні аспекти особистості. Комп'ютерні відеоігри можуть бути цінним інструментом, який допомагає нам зрозуміти, що життя – це щось більше, ніж просто взаємодія та розвиток. Відеоігри слід розглядати як форму розваги, яка відповідає індивідуальним потребам користувачів. Кілька знаменитостей дуже поважають геймерів і відеоігри. Чому Наприклад, Ілон Маск, відомий магнат і генеральний директор Tesla і SpaceX, висловив схвалення геймерів і відеоігор. Барак Обама, 44-й президент Сполучених Штатів, вважає відеоігри вирішальним фактором розвитку технологій, він підкреслив їхній позитивний вплив на такі навички, як логіка, командна робота та креативність.

Відеоігри, на думку Кіану Рівза, можуть сприяти розумовому розвитку та інноваціям. Він особисто захоплюється грою в комп'ютерні ігри та підтримує ініціативи, спрямовані на розвиток ігор і використання відеоігор для соціальних цілей. Багато інших людей з усіх верств суспільства також висловлюють свою підтримку цьому хобі та визнають його цінність. На ранніх стадіях ігри мали великий успіх серед молоді. Як і самі ігри, так і безпосередньо журнали на той час мали лише розважальний характер. Старше покоління з появою відеоігор одразу схилилися на сторону того, що ігри ліше шкодять дітям, викликають залежність, викликають проблеми з самопочуттям як у фізичному так і психологічному плані. Але геймплей останнім часом набув популярності навіть серед дорослих, через пандемію. COVID 19, коли знаходячись в ізоляції дорослі люди знайшли новий спосіб для розваг,

спілкування і навіть роботи. Використання VR дозволило дизайнерам, художникам, архітекторам і науковцям працювати в інноваційній манері. З'явилися нові професії, такі як гейм-дизайн, гейм-розробітник та гейм-художник.

Сучасна онлайн-ігрова культура є складним і багатограним феноменом, який формується під впливом різних факторів, таких як розвиток технологій, соціальні зміни та культурні тенденції.

Однією з найважливіших особливостей сучасної онлайн-ігрової культури є її глобальність. Онлайн-ігри дозволяють гравцям з усього світу спілкуватися один з одним і об'єднуватися в спільноти. Це призвело до формування глобальної онлайн-ігрової культури, яка об'єднує людей з різних країн, культур і мов.

Іншою важливою особливістю сучасної онлайн-ігрової культури є її соціальність. Онлайн-ігри часто мають соціальний компонент, який дозволяє гравцям спілкуватися один з одним, співпрацювати та змагатися. Це сприяє розвитку соціальних навичок гравців та формуванню їхньої соціальної ідентичності.

Сучасна онлайн-ігрова культура також характеризується динамічністю. Ігри постійно розвиваються, а нові технології відкривають нові можливості для геймінгу. Це призводить до постійних змін у онлайн-ігровій культурі, яка постійно адаптується до нових реалій.

Сучасна онлайн-ігрова культура представляє собою живий та постійно розвиваючийся світ, який об'єднує мільйони гравців у віртуальних просторах. Теорія соціального взаємодії та співпраці акцентує не лише на самій грі, але і на тому, як гравці спілкуються та взаємодіють поза межами геймплею. Це може призводити до формування справжніх дружб та соціальних зв'язків, які переносяться і в реальний світ.

Теорія ідентичності та самовираження наголошує на можливостях гравців створювати та переосмислювати свою віртуальну ідентичність через

вигаданих персонажів. Це дозволяє їм виражати себе та взаємодіяти з іншими унікальним способом, що може мати глибокий емоційний зв'язок.

Теорія спільнот та підтримки виокремлює значущість геймерських спільнот як місць, де гравці не лише обговорюють гру, але й діляться життєвим досвідом, радять один одному та надають підтримку в різних ситуаціях.

Теорія конфлікту та конкуренції звертає увагу на те, як внутрішні конфлікти в грі можуть створювати виняткові можливості для розвитку стратегічного мислення та навичок управління ресурсами.

Теорія гейміфікації розглядає гру як інструмент для застосування гейміфікованих елементів у різних сферах життя. Це може включати в себе використання геймерських принципів, таких як системи винагород та рівнів, для стимулювання певних видів поведінки.

Теорія культурної конвергенції аналізує те, як геймерська культура зливається з іншими формами культури, такими як кіно, музика та література. Це може призводити до створення унікальних художніх та творчих виразів.

Теорія партисипації акцентує на ролі гравців як активних учасників у створенні власного вмісту та формуванні геймерської культури. Гравці можуть створювати власні історії, розвивати власний геймерський стиль та вносити вагомий внесок у розвиток геймінгу.

Загальна сутність цих теорій полягає в тому, що геймінг не лише розважає, але і створює значущі взаємодії, формує ідентичність, сприяє творчому самовираженню та створює соціально-культурні простори для спілкування, співпраці та саморозвитку

РОЗДІЛ 2. СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА СТРАТЕГІЇ ЗАЛУЧЕННЯ МОЛОДІ ДО МАСОВИХ ОНЛАЙН-ІГОР.

2.1. Маркетингові підходи привернення молоді до онлайн-геймінгу

За даними інтернету, перша відеогра з'явилася 1947 році і з того часу зацікавленість світом геймінгу лише зростає. Але про світ відеоігор діти (та дорослі) дізнавалися з ігрових та видань. Спочатку друкованих, потім – в онлайн форматі. Друковані геймінгові видання, такі як журнали та газети, мали деякі переваги та користі для геймерської спільноти. Такі видання мали можливість надати докладну та глибоку аналітику ігрової індустрії, рецензії на нові ігри, інтерв'ю з розробниками та іншу релевантну інформацію.

Тим самим журнали рекламували нові ігри і приваблювали молодь до ігор. Вони могли зосередитися на деталях та надати вичерпну інформацію гравцям. Друковані видання надавали фізичну форму інформації, що дозволяло гравцям мати їх в своєму власному архіві або колекції. Це додавало елемент цінності та можливість переглядати їх в будь-який зручний час. Для тих, хто віддає перевагу традиційним формам отримання інформації, друковані видання були відмінною альтернативою до цифрових ресурсів. Вони надавали можливість зануритися в геймерську культуру без використання комп'ютерів або мобільних пристроїв. Друковані видання також допомагали утворювати геймерські спільноти. Вони створювали можливість для спілкування та обміну думками між гравцями через листування, конкурси та інші форми залучення читачів. Перше видання з'явилося в США, згодом такі журнали чи газети почали розповсюджуватися по всьому світу. Розглянемо декілька цікавих видань та їх історію.

Electronic Games

Журнал *Electronic Games* – став першим у світі журналом, що був присвячений комп'ютерним іграм. Випускався у США з 1981 по 1985 рік (причиною занепаду стала криза індустрії відеоігор у 1983 році). До заснування видання, Арні Кац та Білл Канкел раніше писали статті для ігрової колонки

«Аркадна аллея» у журналі Video. Видання висвітлювало новини про ігри для консолей, приставок, комп'ютерів та аркадних автоматів.



GamePro Журнал роки вважався традиційним читвом геймерів. З`явився журнал у 1989 році, виходив що місяця у США, Канаді. У 1996 році розробили онлайн-версію журналу, що сприяло розширенню бренду. Але у 2011 році журнал закrywся (також закрили сайт, не звертаючи увагу на високу активність у той час). Прийняв це рішення Майк Кіссеберт, голова медіагрупи IDG (компанія-власник видання) із споживчих питань і питань малого бізнесу. Майк вважав, що GamePro має оцінювати економічні обставини тверезо і зв`язатися з тенденціями.



Журнал V Jump випускається щомісяця компанією Shueisha Inc зі штаб-квартирою в Токіо, Японія. 17 Журнал V Jump був заснований у 1993 році, тоді журнал був спрямований на популяризацію ігорсерії Dragon Ball. Згодом журнал почав випускатиматеріали про іншівідоміаніме та мангу, такі як One Piece, Naruto, Bleach та інші. Наразі журнал випускається як друкова невидання, так і в електронному форматі, що дозволяє читачам з усього світу отримувати доступ до його матеріалів. V Jump містить різноманітні матеріали про ігри, такі як огляди, новини, стратегії, подробиці про геймплей та інші.



PlayStation: The Official Magazine PlayStation: The Official Magazine є одним з найпопулярніших ігрових журналів в США, який спеціалізується на іграх для платформи PlayStation від Sony. Журнал випускається компанією Future plc, яка має штаб-квартиру в Великій Британії, але має відділення в США та інших країнах. Журнал PlayStation: The Official Magazine заснований у 1997 році як PlayStation Magazine, а пізніше перейменований на свою поточну назву. Він є офіційним виданням компанії Sony та містить матеріали про найновіші ігри та обладнання для PlayStation 3, PlayStation 4, PlayStation 5 та інших приставок від Sony. У кожному випуску журнал PlayStation: The Official Magazine містить огляди нових ігор, стратегії та поради щодо проходження ігор, новини та розбір головних подій зі світу PlayStation,

інтерв'ю з розробниками ігор та багато іншого.



Compute!

Журнал Compute! був одним з найвпливовіших ігрових видань в Америці, яке виходило з 1979 по 1994 рік. Він спеціалізувався на комп'ютерних іграх та програмуванні і надавав читачам важливу інформацію про нові релізи ігор, поради щодо програмування, огляди обладнання та багато іншого. Compute! був відомий своїми статтями з програмування та технічними підходами до розв'язання проблем. Він надавав корисну інформацію про розробку ігор та допомагав читачам вдосконалити свої навички програмування.

Revista Oficial Nintendo Журнал Revista Oficial Nintendo (Офіційний журнал Nintendo) був відомим іспанським виданням, присвяченим ігровій консолі Nintendo і всесвіту її ігор. Він видавався з 1992 року до 2018 року і зарекомендував себе як авторитетний джерело інформації для прихильників Nintendo. Журнал надавав детальні огляди нових ігор, які виходили на платформи Nintendo. Це включало оцінки геймплею, графіки, звуку та загального враження від гри. RevistaOficialNintendo постачала своїх читачів

свіжими новинами зі світу Nintendo, анонсами майбутніх релізів, оновленнями проєктів і іншою важливою інформацією про консоль та ігри.

Nintendo. Revista Oficial Nintendo став одним з найпопулярніших і найавторитетніших джерел інформації про Nintendo в Іспанії. Видання закрилось в 2018 році, проте його вплив на ігрову спільноту та подання ігрової інформації в Іспанії залишається помітним. Отже, як висновок, ігрові журнали були надзвичайно корисними для гравців у минулому. Вони надавали можливість отримувати інформацію про нові ігри, огляди, поради та стратегії для проходження різних рівнів. Ці видання допомагали гравцям зекономити час та гроші, вибираючи тільки ті ігри, які їм дійсно подобаються та відповідали їхнім інтересам. Крім того, ігрові журнали були важливим інструментом для спільноти гравців. Вони забезпечували зв'язок між гравцями та розширювали ігрову культуру, допомагаючи формувати спільну мову та обговорення різних ігрових тем. Нарешті, ігрові журнали були важливим джерелом реклами для ігрових компаній. Вони надавали можливість рекламувати нові ігри та вивчати думки гравців про існуючі ігри, що дозволяло компаніям удосконалювати свої продукти та відповідати потребам гравців.



Отже, вони мали велике значення в минулому, як для гравців, так і для ігрової індустрії в цілому. Вони забезпечували доступ до інформації та взаємодії між гравцями та ігровими компаніями, що дозволяло розвивати ігрову культуру та покращувати якість ігор. Незважаючи на технологічний прогрес та зростання цифрових медіа, друковані геймінгові видання мають своє місце у геймерській культурі, як історична спадщина та альтернативний джерело інформації для гравців.

Привернення молоді до онлайн-геймінгу вимагає вдумливого маркетингового підходу, оскільки це специфічна та конкурентна аудиторія. Давайте розглянемо деякі ефективні стратегії:

Соціальні мережі та Інфлюенсер-маркетинг:

У сучасній геймінг-індустрії соціальні мережі та інфлюенсер-маркетинг стали неот'ємною частиною успішних стратегій залучення та взаємодії з молоддю. Без прив'язки до пунктів, давайте заглибимось в деталі цих стратегій:

Соціальні мережі:

У контексті соціальних мереж для геймінг-брендів створення привабливого контенту на платформах, таких як Instagram, TikTok та Twitter, відіграє вирішальну роль. Ці платформи надають унікальні можливості для взаємодії з аудиторією через візуальні елементи, короткі відео та активні діалоги в коментарях. Стратегії включають в себе використання геймерських хештегів, регулярне оновлення контенту та грамотне керування іміджем для підтримки інтересу та залученості.

Інфлюенсер-маркетинг:

Співпраця з інфлюенсерами – це не лише розміщення реклами, але й створення справжніх історій та взаємодії з цільовою аудиторією. Вибір відповідних інфлюенсерів, які підтримують цінності вашого бренду, стає ключовим фактором. Спільне створення унікального контенту, який відображає атмосферу вашої гри, сприяє природньому залученню підписників.

Організація гостьових стрімів та спільних заходів посилює вплив інфлюенсерського контенту, розширюючи аудиторію та підтримуючи взаємодію. Інфлюенсери також мають унікальну можливість поділитися своїми особистими враженнями від гри, що надає рекламі більш довірливий та аутентичний характер.

Завдяки активній участі в благодійних кампаніях або громадсько-корисних ініціативах, інфлюенсери можуть допомогти вашому бренду не лише привернути увагу, але й створити позитивний образ у очах аудиторії.

Аналіз результатів інфлюенсерських кампаній, включаючи використання аналітичних інструментів, забезпечує можливість оцінити ефективність та вносити коригування в стратегію в майбутньому.

В цілому, ці підходи забезпечують комплексний вплив, створюючи не лише кампанії, але і історії, які взаємодіють з аудиторією на емоційному рівні та сприяють формуванню стійких взаємин між брендом і геймерським співтовариством.

Ексклюзивний та Віртуальний Зміст:

Ексклюзивний контент для геймінгу є невід'ємною частиною стратегії залучення та утримання гравців. Це може бути унікальні ігрові елементи, доступні лише обраним гравцям, або ексклюзивні можливості, такі як унікальні завдання або костюми, які стають доступними лише протягом певного періоду. Такий контент не лише додає цінності грі, але й створює відчуття особливості та унікальності для гравців, які мають доступ до нього.

З маркетингової точки зору важливо акцентувати унікальність та обмеженість ексклюзивного контенту. Комунікація повинна наголошувати на тому, що цей контент є особливим, і що гравці мають шанс отримати щось, що недоступно для інших. Такий підхід стимулює гравців залишатися активними та сприяє формуванню сприятливого враження від гри.

Віртуальний зміст розширює можливості геймінг-середовища та створює нові форми взаємодії між гравцями та віртуальним світом. Це може включати віртуальний одяг для персонажів, косметичні предмети, або навіть ігрові елементи, що взаємодіють з реальним світом через технології розширеної реальності.

Важливим елементом віртуального змісту є його здатність задовольняти естетичні та творчі потреби гравців. Надання можливостей для індивідуалізації та творчого виявлення гравця в цифровому просторі підсилює залученість та відчуття особистої участі.

Використання віртуального змісту може також включати співпрацю з творчими спільнотами, художниками та дизайнерами для створення унікальних елементів. Це не лише додає цінності грі, але й сприяє створенню унікальної естетики та атмосфери, яка відзначається в геймінг-спільноті. Такий підхід допомагає створити не тільки гру, але й цілісний віртуальний світ, який гравці готові вивчати та де вони відчувають себе частиною чогось особливого.

Створення ексклюзивного та привабливого віртуального контенту, такого як відеоролики, стріми, арти, що привертає увагу молоді та підтримує інтерес до гри.

Турніри та Змагання:

Турніри та змагання в геймінг-середовищі відіграють ключову роль у підтримці активності гравців, впливаючи на їхню вовлеченість та створюючи захоплюючий конкурентний досвід. Важливо не лише організувати події, але й створювати заходи, які відповідають інтересам та рівню гравців.

Турніри можуть бути регулярними онлайн-чемпіонатами або офлайн-змаганнями на різних рівнях складності. Важливо розглядати різні формати ігор, щоб задовольнити різноманітні ігрові вподобання учасників. Також розробка системи рейтингів та винагород може стимулювати гравців брати участь у турнірах і вдосконалювати свої навички.

Створення великих турнірів зі значними призами може привертати увагу як професійних геймерів, так і аматорів. Організація онлайн-трансляцій та коментарів до турнірів дозволяє розширити аудиторію та зробити турніри більш захопливими для глядачів.

Поза турнірами, можна проводити спеціальні змагання, такі як ліги або сезонні події, що додає елементи тривалості та постійного виклику для гравців.

Крім того, співпраця з партнерами, спонсорами та іншими брендами може додатково підняти престиж турнірів і забезпечити додаткові винагороди для учасників.

Загалом, турніри та змагання створюють можливості для геймерів продемонструвати свої навички, а також взаємодії та спілкування в масштабному геймінг-співтоваристві.

Гейміфікація:

Гейміфікація в геймінг-індустрії є стратегією, яка впроваджує елементи геймінгу в різноманітні аспекти взаємодії з гравцями та в громадських

сценаріях. Це не лише стимулює активність гравців, але й забезпечує змістовний та захоплюючий досвід. Розглянемо це більш детально:

Бонуси та Винагороди: Гравці отримують внутрішні валюти та винагороди за досягнення певних цілей чи завдань. Це може бути все, від ексклюзивних предметів до підняття рівня персонажа, надаючи їм відчуття досягнення та мотивації для подальших зусиль.

Ранги та Ліги: Впровадження систем рейтингів, ліг та дивізій дозволяє гравцям визначати свій рівень та змагатися на відповідному рівні. Це сприяє створенню конкурентного середовища та стимулює постійне покращення навичок.

Завдання та Виклики: Поставлення перед гравцями щоденних та щотижневих завдань розширює їхні можливості для взаємодії з грою. Виклики можуть бути короткостроковими чи довгостроковими, що додає елементи виклику та винагороди.

Спільнотні Елементи: Гейміфікація включає в себе соціальні елементи, такі як командні завдання та можливість обговорення у форумах. Це стимулює співпрацю та взаємодію між гравцями, роблячи гру не лише індивідуальним досвідом, але і груповим викликом.

Персоналізація та Аватари: Можливість налаштування та персоналізації аватарів дозволяє гравцям виразити свою унікальність. Це не лише зовнішній аспект, але й важливий елемент самовираження в геймінгу.

Гейміфікація в геймінг-індустрії виробляє не лише ефективність, але й відчуття взаємодії та задоволення від гри, роблячи її більш динамічною та захопливою для різних гравців.

Маркетинг внутрішньо гри:

Маркетинг внутрішньо гри визначається як впровадження маркетингових стратегій та елементів просування в самій грі, роблячи їх часткою ігрового середовища. Цей підхід дозволяє брендам взаємодіяти з

аудиторією у форматі, який не відволікає від геймплею, але, навпаки, інтегрує рекламу в саму структуру гри. Давайте розглянемо це ближче.

Продуктове розміщення в грі – це більше, ніж просто вставка бренду в ігровий світ. Це створення віртуального простору, де продукт або бренд існують природним чином, відповідно до логіки гри. Такий підхід дозволяє створити не лише рекламний контент, але і поглибити іммерсію гравців.

Інтерактивна реклама дозволяє гравцям взаємодіяти з брендowanими об'єктами чи інформацією всередині гри. Це може бути вбудовано в геймплей, щоб надати гравцям можливість детальніше ознайомитися з продуктом чи послугою.

Ексклюзивний контент та премії, пов'язані з рекламними кампаніями всередині гри, можуть включати в себе унікальні можливості, предмети чи персонажі, доступні лише тим, хто бере участь у рекламному заході.

Спеціальні ігрові події, де брендovanі елементи стають частиною ігрового процесу, створюють зацікавленість та взаємодію гравців з рекламованим контентом.

Співпраця з інфлюенсерами геймінгу може включати не лише їхню присутність в грі, але і спільні стріми, конкурси та інші акції, які привертають увагу аудиторії.

Маркетинг внутрішньо гри вимагає від брендів креативності та взаєморозуміння геймерської культури, але водночас відкриває широкі можливості для поглиблення взаємодії та створення неповторного враження від бренду серед гравців.

Мобільний Геймінг:

Мобільний геймінг – це не просто розвага, а повноцінна галузь, яка має глибокий вплив на сучасну культуру та спосіб відпочинку. Ось деякі аспекти, які підкреслюють важливість мобільного геймінгу:

Мобільні ігри дозволяють гравцям обирати з найрізноманітніших жанрів, від простих казуальних ігор, які можна грати вільним часом, до складних стратегій чи захопливих рольових ігор, які потребують великої вдачі та вмінь.

Мобільні ігри об'єднують гравців з різних частин світу. Онлайн-взаємодія дозволяє створювати спільноти, де гравці можуть обговорювати стратегії, долучатися до гільдій, або навіть змагатися в епічних онлайн-турнірах.

Мобільний геймінг швидко реагує на нові технологічні можливості. Від датчиків руху до використання розширеної та віртуальної реальності – геймери можуть насолоджуватися ігровим досвідом, який розвивається разом із передовими технологіями.

Глобальний вплив: Мобільні ігри стали глобальним явищем, яке здатне перетнути культурні та географічні межі. Гравці можуть обмінюватися ігровими враженнями, вивчати нові аспекти різних культур через ігрові сюжети та спілкування.

Мобільний геймінг став великим економічним гравцем. Індустрія залучає величезні інвестиції, і успішні ігри можуть здобувати значний прибуток через рекламу, внутрішні покупки та інші монетизаційні стратегії.

Моделі безкоштовної гри з монетизацією внутрішніх покупок, рекламних партнерств та підписок розвиваються для створення економічно вигідних ігор із збалансованим відношенням для гравців та розробників.

Мобільний геймінг триває в своєму зростанні, а його вплив на культуру та розваги сучасного світу надає йому значущості як ключового компонента глобальної індустрії розваг.

Використання Технологій Майбутнього:

Розширена реальність (AR) та віртуальна реальність (VR) в геймінгу відкривають перед гравцями світи, які раніше були неможливі. AR дозволяє проектувати віртуальні об'єкти в реальний світ, розширюючи реальність гравця. VR, навпаки, поглиблює гравців у цілком інші, вигадані всесвіти. Ці технології не тільки роблять геймплей більш інтенсивним, але й створюють неймовірні можливості для інтерактивності та взаємодії з віртуальним оточенням.

Штучний інтелект: Штучний інтелект (ШІ) у геймінгу революціонує геймплей, роблячи його більш адаптивним та особистим. Ігри можуть навчатися від реакцій гравців та створювати індивідуальні сценарії для кожного користувача. Це призводить до більш глибокого та високоінтелектуального геймплею, де рішення гравців мають реальний вплив на розвиток ігрового світу.

Блокчейн та криптовалюти: Використання блокчейну у геймінгу переосмислює поняття власності над ігровими активами. Гравці можуть володіти цифровими об'єктами, які надаються через гру, та навіть торгувати ними поза межами гри. Криптовалюти дозволяють розширити систему економіки гри та забезпечити гравців більшою контрольованістю над їхнім ігровим вмістом.

5G та стрімінг: Технологія 5G не лише робить геймінг доступним для більш широкого кола користувачів, але й дозволяє стрімінгові сервіси працювати на вищому рівні якості. Гравці можуть насолоджуватися грамотно розробленими іграми без значних завантажень, отримуючи величезний вибір ігор, доступних на мобільних пристроях.

Квантові обчислення: Квантові обчислення відкривають нові горизонти для геймінгу, забезпечуючи неймовірно складні та реалістичні обчислення. Графіка та фізика в грі можуть стати ще більш деталізованими та захоплюючими завдяки потужності квантових комп'ютерів.

Емоційний інтелект: Емоційний інтелект додає людський аспект в ігри, роблячи персонажів та сценарії більш чутливими до емоцій гравців. Графіка,

діалоги та події можуть адаптуватися відповідно до емоційного стану гравця, створюючи глибший рівень взаємодії.

Нейроінтерфейси: Розробка нейроінтерфейсів надає можливість керувати іграми за допомогою мозкових сигналів. Це не тільки інноваційний спосіб взаємодії, але й створює можливість для гравців з обмеженими можливостями насолоджуватися геймплеєм.

Загалом, використання цих технологій революціонує геймінг, перетворюючи його у вражаючий та інноваційний світ, де гравці можуть насолоджуватися неймовірними ігровими враженнями.

Соціальні Кампанії:

Соціальні кампанії в геймінг-індустрії відіграють важливу роль у взаємодії брендів із геймерською спільнотою. Вони ставлять за мету підняття соціально важливих питань та вплив на суспільні стереотипи. Геймінг-компанії активно співпрацюють зі спільнотою, розбираючись у її цінностях та прагненнях.

Забезпечення соціальної відповідальності - геймінг-компанії використовують свій вплив для підтримки різних соціальних проблем, включаючи благодійність, екологічні ініціативи та гуманітарні дії.

Вплив на соціальні питання - геймінг може використовувати ігри та кампанії для підняття соціальних питань та формування свідомості гравців.

Сприяння диверсифікації та включеності - геймінг-компанії активно працюють над створенням ігор та спільнот, які відображають різноманіття і включають різні культури, гендери та етнічні групи.

Гейміфікація для соціальних цілей - застосування гейміфікації в соціальних кампаніях може мотивувати та залучати аудиторію за допомогою геймерських механік.

Взаємодія з геймерською спільнотою - активна взаємодія з гравцями через соціальні мережі та інші платформи підвищує залученість та ефективність кампаній.

Ігрові події для соціальних мет - організація турнірів, ліг та ігрових заходів сприяє залученню гравців та підтримці соціальних ініціатив.

Участь у святкуваннях та подіях - геймінг-компанії можуть брати участь у соціальних подіях, що підсилює їхню репутацію та взаємодію зі спільнотою.

Спрямовані на соціальні питання кампанії в геймінгу стають частиною широкого руху спрямованого на позитивні зміни та розвиток позитивного ігрового середовища.

2.2 Стратегії розвитку геймерських спільнот та взаємодії з гравцями

Створення та розвиток геймерських спільнот важливий для будь-якої онлайн-гри. Тут розглянемо стратегії, які допомагають розробітникам створити активну та дружню геймерську спільноту, а також способи ефективної взаємодії з гравцями.

Створення та управління форумами та соціальними мережами є важливою частиною будь-якої стратегії взаємодії з геймерською аудиторією. Вона включає в себе велику кількість підпунктів, як і інші стратегії. Потрібно вибрати правильну платформу яка підходить до типу гри та аудиторії. Важливо створити логічну та зрозумілу структуру для форумів. Розділити їх за тематикою, такою як загальні обговорення, технічна підтримка, ігровий контент тощо.

Завжди потрібна ефективна модерація для уникнення спаму та недоречної поведінки. Модератори обираються з їхнього досвіду та етики. Залучення розробітників до участі у форумах. Їх присутність може збільшити довіру гравців та сприяти вирішенню технічних питань. Розробітники постійно

вводять систему нагородження для активних учасників форуму. Це може бути відзнака, рівень чи інші бонуси за активність що тільки підвищують популярність ігр.

Розробітники визначають яким соціальним мережам віддає перевагу аудиторія, обирають платформи де гравці активно обговорюють ігри. Розробляючи план контенту для соціальних мереж та дотримуючись регулярності публікацій розробітники будуть залишатися в активному контакті з аудиторією. Особливо використовуючи високоякісний візуальний контент, такий як арти, скріншоти та анімації. Нерідко в постах можна зустріти моменти які стимулюють обговорення та взаємодію. Наприклад загадки, опитування та інші активності, що залучують увагу. Відповідаючи на коментарі та питання створюється враження особистого зв'язку з розробітниками. Гравці зазвичай слідкують за новими постами очікуючи інформацію про важливі події, анонси оновлень та проведення конкурсів

Підтримка спільнотних лідерів є важливим елементом в будь-якій стратегії взаємодії з геймерською спільнотою. Спільнотні лідери можуть виступати як посередники між розробниками та гравцями, сприяти позитивній атмосфері та підтримувати активність в грі.

Для розробітників важливо визначити активних та впливових гравців у спільноті. Відзначати їх досягнення та внесок в гру. Їм, зазвичай надається ексклюзивний доступ до внутрішніх інформаційних ресурсів та можливостей, щоб вони могли бути більш ефективними в своїй ролі. З ними можуть проводитися регулярні зустрічі або вебінари. Це дозволяє обговорювати плани, надавати відгуки та сприяти взаєморозумінню. Час від часу відбуваються події організовані спільнотними лідерами, які розробітники активно підтримують. Це може бути турнір, конкурс, стрім або будь-яка інша ініціатива. Створюються спеціальні канали для комунікації зі спільнотними лідерами в яких передаються важливі новини, оновлення та інша інформація з першоджерела. Розглядаються можливості партнерства з заохоченням

спільнотних лідерів до спільної роботи. Це може включати спільні події чи програми винагородження. Думка спільнотних лідерів щодо впроваджень чи змін в грі дуже важлива. Адже вони можуть бути джерелом зворотного зв'язку. Пропонування навчальних ресурсів та можливостей розвитку у них необхідних навичок за допомогою тренінгів з ведення стрімів, роботи з соціальними мережами та інше також зустрічається. А підтримка та визначанням лідерських якостей в спільноті допоможе гравцям взяти приклад і розвивати власні лідерські вміння.

Підтримка спільнотних лідерів може позитивно впливати на атмосферу в грі, збільшувати вірогідність залучення нових гравців та створювати стабільну та активну спільноту.

Взаємодія на стрімах є невід'ємною частиною успішного геймінг-стрімерства та ключовим аспектом у побудові сильної та відданої аудиторії. Щоб створити цей взаємодійний простір, стрімерам слід враховувати кілька стратегій та елементів.

Почнемо з активної комунікації. Геймінг-стрімерам важливо не просто говорити про гру, але й взаємодіяти з глядачами. Вітання нових глядачів, відповіді на їхні коментарі та питання – це будує особистий зв'язок та створює дружню атмосферу.

Залучення до розмови – ще один важливий компонент. Створення тем для обговорення та запитання глядачів щодо їхніх думок та вражень створює відчуття спільності та важливості кожного учасника аудиторії.

Гра з глядачами – це можливість залучити їх до власного стріму. Спільна гра, участь у мультиплеєрних іграх чи регулярні розіграші призів для аудиторії роблять взаємодію більш живою та захопливою.

Використання чат-команд дає глядачам можливість взаємодіяти з грою чи створювати розважальний контент, що робить стрім більш інтерактивним.

Додатково, запрошення спеціальних гостей на стрім або взаємодія з іншими

гравцями може збагатити контент та привернути нових глядачів.

Спільні події, конкурси та подяки за підтримку є не лише елементами розваг, але й засобами вираження вдячності аудиторії за їхню участь та віру в стрімера. Важливо залишатися гнучким та адаптивним, реагуючи на зміни в грі, нові тренди чи побажання аудиторії. Це покращує загальний досвід глядачів та допомагає створити позитивну та сприяючу взаємодії атмосферу на стрімах. Такий підхід сприяє не лише збільшенню кількості глядачів, але і формуванню стабільної та відданої геймінг-спільноти.

Будучи активними та відкритими до комунікації з глядачами, вітаючи їх, відповідаючи на питання створюється дружелюбна атмосфера. На трансляціях стрімери завжди запитують глядачів про їх думку, досвід та вподобання. Створюються теми для обговорення та заохочування глядачів висловлювати свої думки. Якщо це можливо, використовуються ігри, які дозволяють приєднатися до стрімерів у грі. Це сприяє активній участі і взаємодії.

Офіційні та неофіційні події.

Офіційні події в геймінг-індустрії є організованими та проведеними розробниками гри або організаторами заходів, які мають на меті підтримку та популяризацію конкретного продукту. Релізні трансляції є важливою частиною цього процесу, де розробники представляють нові ігри або великі оновлення, вказуючи на їхні особливості та відповідаючи на питання гравців.

Офіційні турніри з офіційними правилами та призами створюють конкурентну атмосферу та залучають гравців. Спеціальні події та акції можуть включати у себе святкові чи тематичні івенти з ексклюзивним контентом або можливостями для гравців. Оголошення новинок та презентації дозволяють розробникам спілкуватися безпосередньо з аудиторією, анонсувати майбутні плани та слухаючи фідбек від гравців.

З іншого боку, неофіційні події виникають в середовищі гравців та стрімерів, часто ініційовані самою спільнотою. Турніри для фанатів

створюють можливість для спільного змагання та підняття духу конкуренції. Тематичні стріми та марафони можуть бути орієнтовані на розважальний вміст, який об'єднує гравців навколо конкретного тематичного контексту. Спільні відгуки та дискусії стимулюють обговорення різних аспектів гри та власний внесок у формування геймінг-культури.

Таке взаємодійне спілкування за допомогою офіційних та неофіційних подій розширює можливості для взаємодії між розробниками, гравцями та стрімерами, сприяючи розвитку та підтримці геймінг-спільнот.

Посилення зв'язків зі спільністю в геймінг-середовищі вимагає відданості та активної взаємодії. Це може включати в себе активне спілкування на форумах, чатах та соціальних мережах для підтримки відкритості та важливості голосів членів спільноти.

Організація турнірів, конкурсів та спільних подій створює спільний досвід та посилює взаємодію. Ексклюзивний контент, доступний для спільноти, також може підняти рівень взаємодії та зацікавленості.

Активне слухання відгуків та реагування на проблеми дозволяє встановити довіру та показати важливість голосу кожного члена спільноти. Участь у геймінг-подіях і конференціях може надати можливість особистого спілкування та зближення.

Створення спеціальних просторів, таких як галереї або форуми, дає гравцям можливість спільно творити та обговорювати теми, що їх цікавлять. Аск-Ме-Будь-Що сесії і проведення опитувань дозволяють активно залучати гравців та забезпечувати відкритий обмін інформацією.

Нарешті, залучення гравців у процес розробки чи врахування їхніх думок та бажань сприяє створенню відчуття спільної творчості та взаєморозуміння між розробниками та гравцями.

Створення ексклюзивного контенту для геймінг-спільноти - це не лише стратегічний маркетинговий крок, але і засіб поглиблення взаємодії та відчуття приналежності учасників. Цей підхід передбачає створення

унікального та обмеженого вмісту, доступ до якого отримують лише члени спільноти. Розглянемо більш детально деякі аспекти цього процесу.

Ексклюзивний вміст може включати в себе спеціальні ігрові елементи, такі як ексклюзивні костюми, скини або предмети для персонажів, які можуть бути отримані тільки через участь у спільноті чи в рамках певних ігрових подій. Це не лише надає гравцям унікальність, але й підсилює їх відчуття належності до чогось спеціального та обраного.

Створення ексклюзивних ігрових мап чи рівнів, доступних тільки для членів спільноти, розширює геймплей та додає елемент конкуренції між учасниками. Ексклюзивні завдання чи місії можуть стати викликом та зробити ігровий досвід більш захоплюючим для активних гравців.

Додавання ексклюзивних ігрових режимів або нових аспектів гри, які доступні лише для членів спільноти, збагачує внутрішній світ гри та робить його більш привабливим для довгострокового взаємодії. Важливо, щоб такий контент створювався з урахуванням побажань і відгуків гравців, роблячи їхні погляди важливою частиною розробки.

Зокрема, ексклюзивні тематичні події чи святкування, які включають у себе ексклюзивний контент, можуть стати справжнім підняттям духу для спільноти. Такі події надають можливість гравцям не лише насолоджуватися грою, але й активно брати участь у соціальних взаємодіях.

Залучення спільноти до процесу розробки, враховуючи їхні бажання та думки, створює відчуття спільної творчості та робить гравців важливою частиною розвитку гри. Це може включати в себе голосування за майбутні зміни чи нововведення, або навіть можливість тестування елементів гри перед офіційним релізом.

Враховуючи усі ці аспекти, створення ексклюзивного контенту стає не лише маркетинговим інструментом, але й засобом активного залучення, співтворення та утримання відданої та залученої геймінг-спільноти.

Створення геймерських подкастів та відео-контенту вимагає ретельного підходу та урахування різноманітних аспектів для забезпечення цікавого та якісного взаємодії з геймінг-спільнотою.

Почнемо з підготовки та планування. Важливо визначити теми для кожного випуску, які будуть актуальними для аудиторії. Це може включати огляди нових ігор, обговорення трендів у геймінг-світі, аналіз подій чи розробок. Запрошення гостей, таких як розробники, геймерські експерти чи відомі особистості, може призвести до цікавих та різноманітних обговорень.

Щодо відео-контенту, летплеї (Let's Plays) можуть допомогти гравцям відкривати нові ігри та ділитися своїми враженнями та реакціями. Розпаковування (Unboxing) нових ігор чи геймерських гаджетів створює ефект очікування та цікавості. Гайди та поради дозволяють гравцям вдосконалити свою гру та ділитися досвідом.

Подкасти можуть бути великим джерелом інформації для геймерів. Обговорення новин, трендів, інтерв'ю з розробниками та інші теми можуть створити зацікавленість та поглибити сприйняття аудиторією.

Співпраця з гравцями включає в себе взаємодію з аудиторією через відгуки та коментарі, а також можливість гравців приєднуватися до випусків. Запрошення гравців для спільних стрімів чи відео робить контент більш соціальним та взаємодійним.

Маркетинг та просування відіграють ключову роль у розповсюдженні геймерського контенту. Активна промоція через соціальні мережі та участь у геймерських форумах допомагає залучити нову аудиторію та підтримувати існуючих фанатів. Загальна увага до деталей, висока якість контенту та взаємодія з геймінг-спільнотою роблять створення геймерських подкастів та відео-контенту ефективним інструментом спілкування та підтримки геймерської аудиторії.

Участь в геймерських конференціях та виставках є важливою частиною стратегії розвитку для компаній в галузі геймінгу. Це не лише можливість

продемонструвати свої досягнення та продукти, але й відмінний спосіб взаємодії з геймерською спільнотою та іншими учасниками індустрії.

Одним з ключових аспектів є створення привабливого та інформативного стенду. Це місце, де компанія може вражати відвідувачів, демонструючи нові гри, технології чи будь-які інші інновації. Стенд також стає точкою привабливості, де можна організувати різні активності, включаючи демо-версії гри, конкурси та розіграші.

Участь в презентаціях та панельних обговореннях дозволяє компанії поділитися своїм експертним досвідом та перспективами з іншими учасниками геймінг-індустрії. Це створює можливість для обговорення актуальних тем, а також встановлення нових контактів.

Конференції також надають можливість проводити бізнес-зустрічі, що є важливим для укладання нових партнерств, підписання угод та співпраці з іншими компаніями в галузі.

Помітна перевага участі в конференціях - можливість взаємодії з гравцями безпосередньо. Гравці можуть випробовувати нові ігри, виражати свої враження та надавати цінний фідбек розробникам.

Зокрема, важливим є інтерактивний елемент, такий як конкурси, розіграші та різноманітні заходи, що стимулюють активну участь відвідувачів та роблять конференцію більш запам'ятовуваною.

Додатково, важливою є активна участь у виставковому житті, відвідання інших стендів для спостереження за трендами та вивчення конкуренції. Також, встановлення партнерств та взаємодія з іншими учасниками стають ключовими елементами мережевого розвитку під час конференцій.

Активна промоція участі в подіях через соціальні мережі допомагає підняти інтерес аудиторії та забезпечити максимальний охоплення. Публікації про нові продукти, заходи та участь в конференціях є частиною ефективної маркетингової стратегії.

Використання тегів та хештегів в геймінг-середовищі відіграє ключову роль у побудові та підтримці спільноти. Ці інструменти визначають,

зберігають та популяризують зміст, забезпечуючи більш ефективну спільнотну взаємодію.

Теги стають своєрідною міткою для контенту, допомагаючи визначити його тематику та спростити пошук для користувачів. Наприклад, теги можуть вказувати на конкретний жанр гри, ім'я розробника, платформу чи вид ігор, що стосуються вмісту.

Хештеги виступають як засіб для створення об'єднуючих тематичних обговорень. Вони дозволяють гравцям швидко знаходити та долучатися до обговорень на тему, що є актуальною для них. Використання унікальних хештегів для конкретних кампаній, подій чи розіграшів стимулює участь аудиторії та сприяє поширенню інформації.

Теги і хештеги стають інструментом для створення та утримання геймерської ідентичності. Вони сприяють формуванню спільнотних традицій, таких як унікальні хештеги для подій чи викликів, що зміцнюють взаємодію гравців та їх зв'язок з брендами та розробниками.

Зокрема, гравці використовують теги та хештеги для вираження своїх вражень від ігор, обговорення актуальних тем, взаємодії з іншими учасниками. Такі засоби вираження дозволяють підтримувати діалог та збагачувати геймерський досвід через обмін думками та інформацією.

У контексті рекламних кампаній теги та хештеги стають ефективним засобом привертання уваги аудиторії, оскільки дозволяють створювати виразні та легко відстежувані маркетингові слогани. Заохочення гравців активно використовувати хештеги для участі в розіграшах чи конкурсах створює здорову конкуренцію та підсилює взаємодію в спільноті.

Отже, використання тегів та хештегів в геймінг-середовищі є не лише засобом категоризації контенту, але і інструментом для побудови, розвитку та підтримки геймерської культури та спільноти.

Регулярні оновлення та активне спілкування з гравцями важливі для успішної стратегії розвитку геймінг-компанії. Ці практики створюють зручні

умови для утримання інтересу аудиторії та покращення взаємодії з нею. Давайте розглянемо ці аспекти без поділу на пункти:

Регулярні оновлення гри дозволяють тримати контент свіжим і зацікавлюючим для гравців. Нові функції, рівні, персонажі, або інші зміни в грі створюють елемент неочікуваності, який може збільшити зацікавленість і підтримати активність гравців. Важливо не лише вдосконалювати існуючі елементи гри, а й слухати фідбек гравців, щоб враховувати їхні побажання та вдосконалювати продукт.

Спілкування з гравцями може відбуватися через різноманітні канали, такі як офіційні форуми, соціальні мережі, стріми чи чат в самій грі. Активна присутність в цих місцях дозволяє компанії отримувати прямий фідбек, розуміти потреби аудиторії та реагувати на їхні запитання чи проблеми. Це також дозволяє створити спільноту навколо гри, де гравці можуть обмінюватися досвідом, порадами та створювати позитивне співтовариство.

Постійне взаємодію з гравцями також дозволяє підтримувати інтерес до гри поза моментами великих оновлень. Це може включати щоденні або щотижневі новини, розкриття таємниць гри, анонси подій чи конкурсів. Забезпечення регулярного, якісного контенту допомагає утримувати увагу гравців та підтримувати їхній інтерес до продукту.

Спілкування з гравцями не тільки надає можливість виразити вдячність за підтримку, але й створює відчуття спільноти, де гравці відчують свою важливість для розробників. Це може включати в себе відповіді на коментарі, взаємодію під час стрімів, анонси або спільні заходи. Цей підхід сприяє створенню тісної зв'язку між гравцями та розробниками, що може позитивно позначитися на репутації та популярності гри.

Важливо враховувати, що взаємодія з гравцями — це двосторонній процес. Слухайте їхній фідбек, реагуйте на їхні потреби та створюйте геймерську спільноту, яка відчувається з'єднаною та важливою.

Розділ 3. Аналіз впливу онлайн-ігор на суспільство та майбутнє молоді

3.1. Позитивний та негативний вплив онлайн-геймінгу на молодь

В теорії позитивний вплив онлайн-геймінгу на молодь може виявлятися у різних аспектах їхнього особистісного та соціального розвитку. Одним з ключових аспектів є розвиток когнітивних навичок, таких як швидкість прийняття рішень, концентрація уваги та вирішення складних завдань. Геймінг сприяє розвитку логічного мислення та стратегічного планування, що може бути корисним у реальному житті.

Також важливим аспектом є спільна гра та командна взаємодія. Багато онлайн-ігор вимагають співпраці між гравцями, що сприяє розвитку навичок комунікації, взаєморозуміння та вміння працювати в команді. Геймери часто вчаться розв'язувати конфлікти та досягати спільних цілей, що може мати позитивний вплив на їхнє соціальне життя.

Також важко переоцінити вплив геймінгу на творчість. Багато ігор стимулюють гравців думати творчо, шукати нестандартні рішення та розвивати власну уяву. Це може мати позитивний вплив на розвиток творчих навичок, які можуть бути корисними в різних аспектах життя.

Негативний вплив включає в себе можливість втрати часу та залежності від гри, особливо в ситуаціях, коли гра стає пріоритетом над іншими аспектами життя. Соціальна ізоляція також може виникнути, якщо гравець витрачає велику кількість часу в онлайн-середовищі, віддавши перевагу віртуальним взаємодіям перед реальними.

Важливо розуміти, що баланс та усвідомлене використання геймінгу можуть забезпечити максимальний користь від цього заняття, уникаючи його негативних аспектів.

Дане дослідження направило нас на те, щоб виявити чим онлайн-ігри приваблюють молодь і як насправді впливають на їх життя. Для цього було створено опитування, яке дозволило дізнатися:

- Яка кількість опитуваних грає в онлайн-ігри.
- Скільки часу молодь проводить за грою в онлайн-ігри.
 - Якими джерелами користується молодь для отримання інформації про онлайн-ігри.
 - Як онлайн ігри впливають на життя молоді.
 - Чим онлайн-ігри залучають молодь.
 - Позитивні та негативні наслідки гри в онлайн-ігри.

Методом збору емпіричних даних було проведено опитування у формі групового анкетування. Для виявлення цих даних було опитано 53 респондента різних вікових категорій серед інтернет-користувачів. Анкета даного соціального опитування знаходиться в додатках. Нижче ми висвітлили питання та результат нашого анкетування.

Питання 1. Чи є Ви користувачем хоча б одного з пристроїв (ПК, ігрова консоль, смартфон)?

52 респондента відповіли що являються користувачем одного чи декількох з цих пристроїв.

Питання 2. Чи використовуєте Ви цей пристрій для розваги?

48 респондентів зазначили що використовують свої пристрої для розваги. 5 інших респондентів не згодні з цим твердженням.

Питання 3. Ви граєте в онлайн ігри?

49 респондентів відповіли що вони грають в онлайн ігри, і лише 4 зазначили що не захоплюються геймінгом.

Питання 4. Скільки разів на тиждень ви граєте в онлайн ігри?

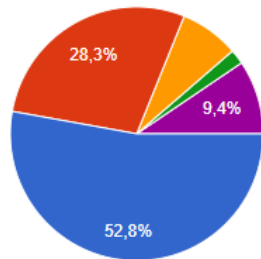
52,8% (28 респондентів) відзначили що грають в онлайн-ігри кожен день)

28,3% (15) 2-3 рази на тиждень.

7,5% (4) один раз на тиждень

1,9% (1) 2-3 рази на місяць

9,4% (5) один раз на місяць і рідше.



Питання 5. Скільки годин на день ви граєте в онлайн-ігри? (робочі дні)

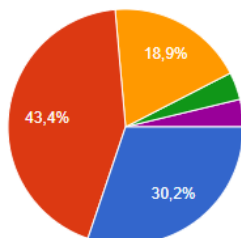
30,2% (16 респондентів) Відзначили що грають в онлайн-ігри в робочі дні менше години на день.

43,4% (23) 1-3 години

18,9% (10) 4-7 годин

3,8% (2) 7-10 годин

3,8% (2) 10 годин і більше



Питання 6. Скільки годин на день ви граєте в онлайн-ігри? (вихідні дні)

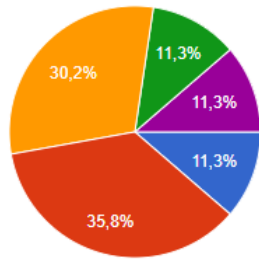
11,3% (6 респондентів) У вихідні дні грають в онлайн-ігри менше години.

35,8% (19) 1-3 години

30,2% (16) 4-7 години

11,3% (6) 7-10 години

11,3% (6) 10 годин і більше



Питання 7. В онлайн-ігри якого жанру Ви зазвичай граєте?

В ММОРПГ зазвичай грає 56,6% опитуваних (30 респондентів)

Шутери - 41,5% (22)

Симулятори 39,6% (21)

Перегони 7,5% (4)

Файтинги 28,3% (15)

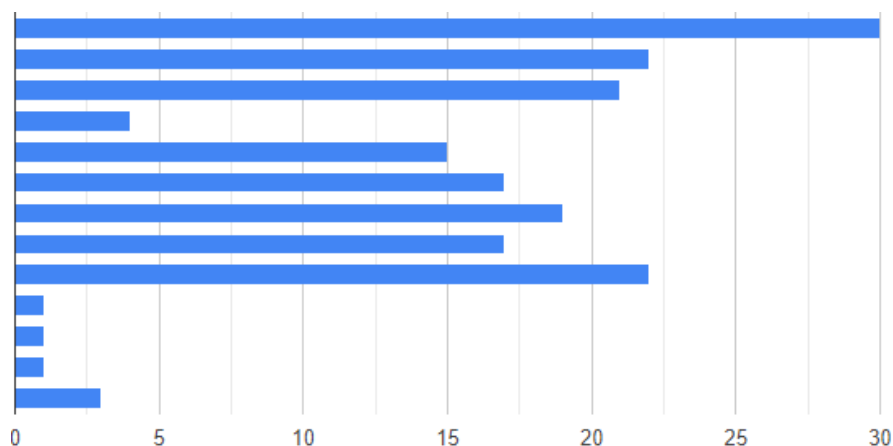
Стратегії 32,1% (17)

Аркади 35,8% (19)

Логічні 32,1% (17)

МОВА 41,5% (22)

Також респонденти надали декілька своїх відповідей відзначивши які ігри вони люблять.



Питання 8. Які джерела Ви використовуєте для отримання інформації про онлайн-ігри?

77,4% (41 респондент) обрали відеоматеріали на різних майданчиках Youtube, twitch в якості отримання інформації про онлайн-ігри.

9,4% (5) Обрали Ігрові портали (MMO Guider, Xgames-online та ін.)

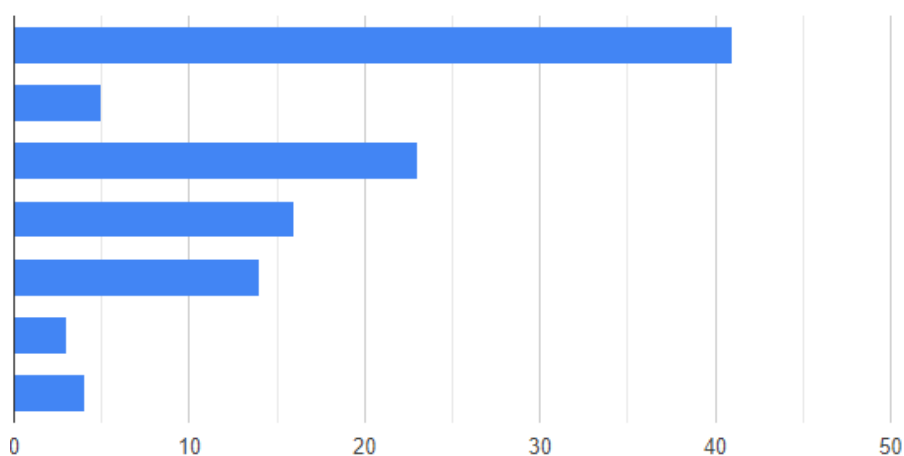
43,4% (23) Соціальні мережі (Facebook, Telegram та ін.)

30,2 (16) Торгові прощадки (Steam, GOG, Epic Games)

26,4 (14) Форуми, присвячені онлайн-іграм

5,7 (3) Журнали, присвячені онлайн-іграм

7,5 (4) Жоден з них



Питання 9. Скільки разів на тиждень Ви займаєтесь спортом?

5,7% (3 респондента) Займаються спортом всього 1 раз на тиждень

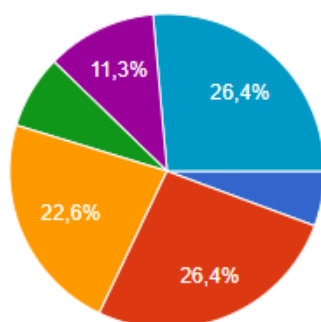
26,4% (14) 1-2 рази на тиждень

22,6% (12) 3-4 рази на тиждень

7,5 (4) 5-6 раз на тиждень

11,3 (6) кожен день

26,4% (14) Не займаються спортом зовсім.



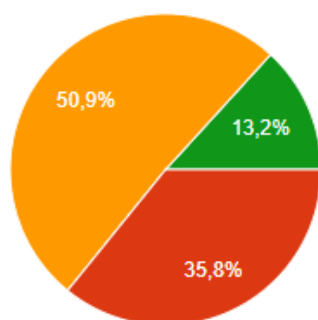
Питання 10. Скільки годин на добу Ви зазвичай витрачаєте на сон?

Нікто з респондентів не обрав перший варіант відповіді 1-2 години

35,8% (19) 3-4 години

50,9% (27) 7-8 годин

13,2% (7) більше 8 годин



Питання 11. Чим Вас залучають онлайн-ігри?

77,4% (41 респондент) Відмітили що онлайн-ігри залучають можливістю цікаво провести час.

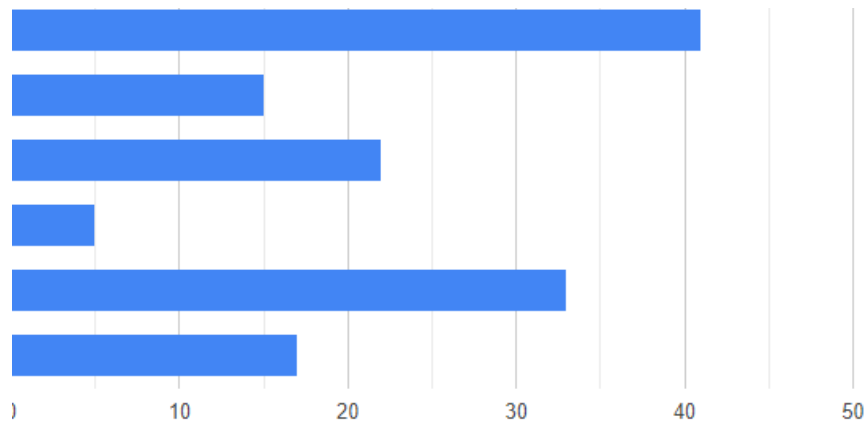
28,3% (15) Можливість боротися з іншими геймерами на віртуальному полі бою

41,4 (22) Можливість створити свій власний світ та «пожити» життям віртуального героя

9,4% (5) Можливість заробити

62,3% (33) Можливість зняти емоційну напругу

32,1% (17) Можливість розвинути навички та вміння (швидкість реакції, спостережливість і т.д.)



Питання 12. Які, на Вашу думку, причини популярності онлайн-ігор?

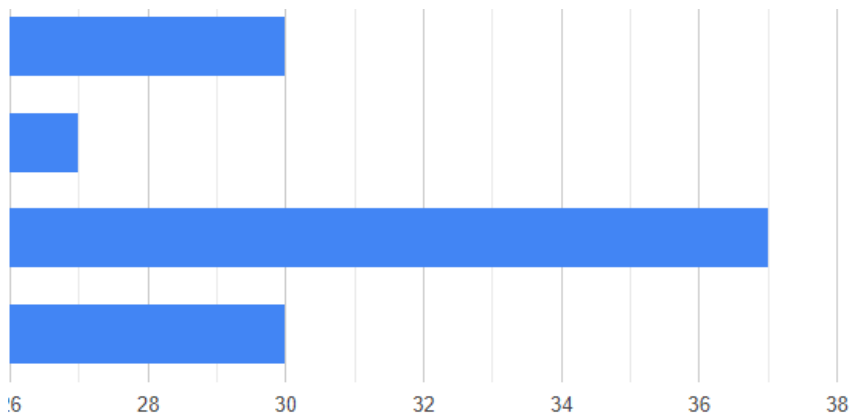
56,6% (30 респондентів) Обрали варіант відповіді про Технічну доступність.

50,9% (27) Висока якість графіки

69,8% (37) Цікаві сюжети

56,6% (30) Масовість

Деякі також зазначили що на їх думку популярність ігр залежить від Підтримки розробітниками проекту: Оновлення, додавання контенту. А також можливість пограти з друзями, та позмагатися з іншими людьми.



Питання 13. Які, на вашу думку, основні проблеми сучасних онлайн ігор?

62,3% (33) Ворожнеча між гравцями, неповага один до одного

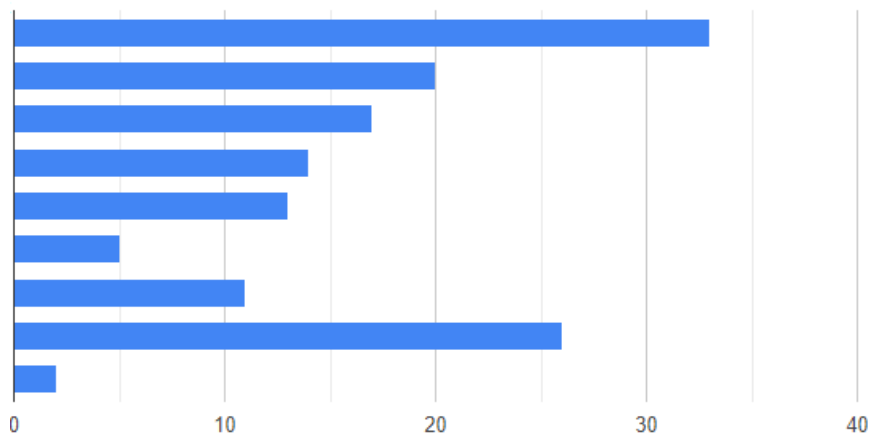
37,7% (20) Читери

32,1% (17) Збільшення цін на ігри, аксесуари, моди, скіни

26,4% (14) Поширення внутрішньоігрових покупок

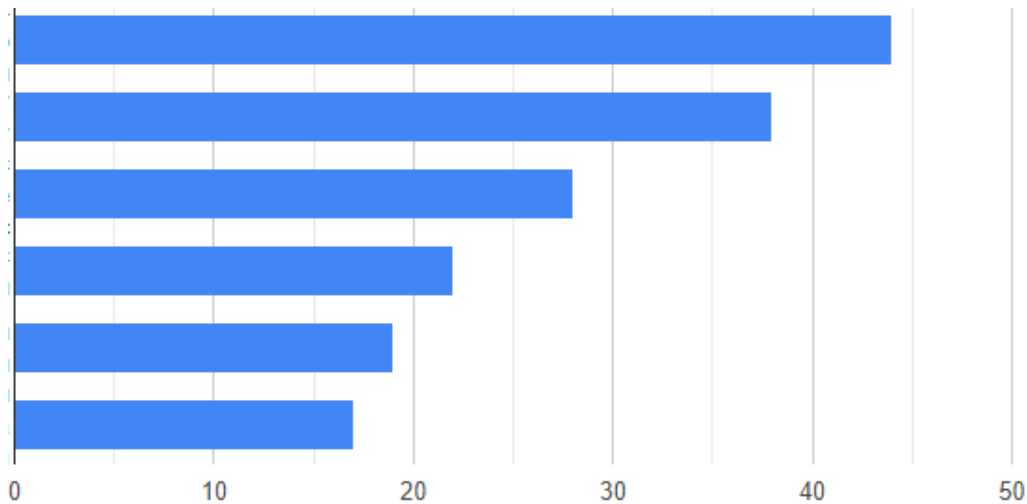
24,5% (13) Велика кількість реклами

9,4% (5) Надмірне захоплення розробників графікою, зовнішніми атрибутами
20,8 (11) Нецікаві сценарії (сюжети) ігор
49,1% (26) Зростання вимог до технічного оснащення (потужності ПК, консолей) для ігор
3,8% (2) Ніяких проблем немає
Опитування так же показало що людям не подобається дизайн персонажів та спроби охопити і кіберспортивний сегмент, і звичайних споживачів.



Питання 14. Оцініть, будь ласка, який вплив онлайн гра може чинити на гравця.

83% (44) Гра допомагає знайти нове коло спілкування
71,7% (38) Гра знімає емоційну напругу
52,8% (28) Гра допомагає приміряти на себе новий статус, який не може бути досягнутий у реальному житті
41,5% (22) Гра допомагає придбати нові знання та навички
35,8% (19) Гра зрівнює шанси людей (не важлива зовнішність, місце проживання, дохід тощо)
32,1% (17) Гра допомагає стати більш посидючим та зібраним



Питання 15. Оцініть, будь ласка, який вплив онлайн гра може чинити на гравця.

47,1% (24) Гра негативно позначається на фізичному стані (перевтома, безсоння, болять очі тощо)

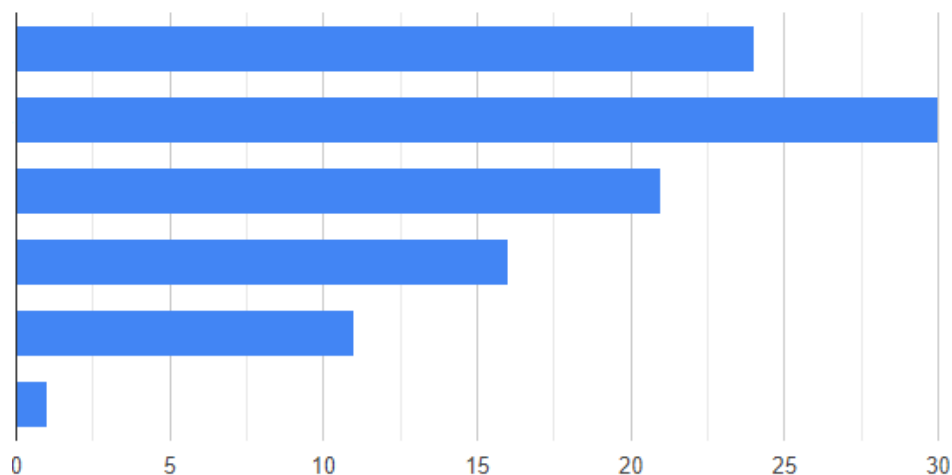
58,8% (30) Гра змушує людину витратити ресурси - час, гроші, здоров'я

41,2% (21) Невдачі в грі дуже часто призводять до депресивного стану

31,4% (16) Гра замінює реальний світ та реальні взаємодії

21,6% (11) Гра спотворює та руйнує важливі людські цінності (цінність людського життя, співчуття, доброта, стриманість)

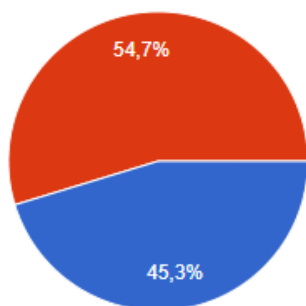
2% (1) Гра привчає до жорстокості



Питання 16. Ваша стать?

54,7% (29) Чоловічі

45,3% (24) Жіноча



Питання 17. Ваш вік? (Виберіть, будь ласка, один варіант відповіді)

9,4% (5) 12-15

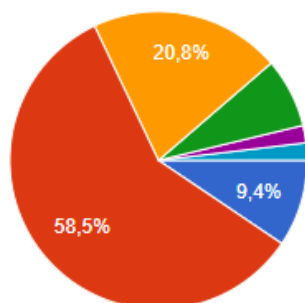
58,5% (31) 16-19

20,8 (11) 20-23

7,5 (4) 24-26

1,9% (1) 27-29

1,9% (1) 30 років і старше



Питання 18. Вкажіть, будь ласка, Ваш рівень освіти. (Виберіть, будь ласка, один варіант відповіді)

20,8% (11) Основне середнє та нижче (9 класів школи та нижче)

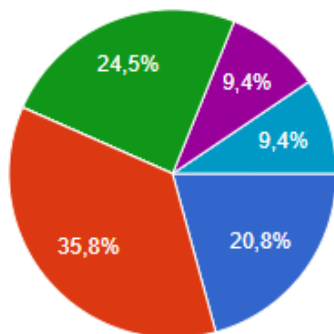
35,8% (19) Повне загальне (11 класів школи)

0% (0) Початкове професійне (ПТУ, ПУ)

24,5% (13) Середнє професійне (технікум, коледж)

9,4% (5) Незакінчена вища (навчання у вузі понад три курси без отримання диплому)

9,4% (5) Вища (є диплом бакалавра / спеціаліста / магістра)



1) Основне середнє та нижче (9 класів школи та нижче)

2) Повне загальне (11 класів школи)

3) Початкове професійне (ПТУ, ПУ)

4) Середнє професійне (технікум, коледж)

5) Незакінчена вища (навчання у вузі понад три курси без отримання диплому)

6) Вища (є диплом бакалавра / спеціаліста / магістра)

Згідно з результатами соц опитування ми дізналися що більшість Респондентів використовують свої пристрої для розваг та для гри в онлайн-ігри.

Більше половини респондентів грають кожного дня, друга половина від декількох раз на тиждень, до декількох раз в місяць, і тільки 5 грають 1 раз в місяць і рідше.

Судячи з особистих спостережень - багато онлайн-ігр залучають молодь грати кожен день пропонуючи різні бонуси, такі як БП (бойовий пропуск) або винагороди за кількість днів входу підряд, що дуже привертає увагу гравців та залучає грати майже кожен день.

В дорослому житті не так багато часу на ігри, тому в соц опитуванні ми дізналися скільки годин в день грає люди в робочі та вихідні дні.

30% респондентів відповіли що в робочі дні проводять в онлайн-іграх менше ніж годину часу, але більша частина опитуваних виділяє від 1 до 3 годин на онлайн-ігри, а саме 43.4%.

Решта не зважаючи на загруженість в робочі дні виділяє від 4х до 10 і більше годин часу на улюбленні ігри.

В вихідні дні час на онлайн ігри у більшості опитуваних різко збільшується. Всього 11% грає менше години, 35,8% грають 1-3 години, 30,2% витрачають на ігри від 4х до 7ми годин, а решта, тобто 22% грають більше 7 годин на день.

Які ігри можуть настільки зацікавити молодь? Серед жанрів які найбільш любляють наші респонденти можна виділити декілька. ММОРПГ *Масова багатокористувацька рольова онлайн-гра* або ММОРПГ є фаворитом серед всіх жанрів онлайн ігр присутніх в опитуванні. (56,6%)

Шутери *англ. shooter* — «стрелок» (41,55%) теж дуже популярний жанр серед молоді, в якому можна змагатися з іншими, зазвичай люди просто називають такі ігри словом “Стрелялка”.

Симулятор (39,6%) - розповсюджений жанр гри, завдяки якому можна відчувати себе ким завгодно, від будівельника до хірурга.

А також Аркади, стратегії, логічні, файтингі і т.д.

Респонденти для отримання інформації про онлайн-ігри використовують в більшості Youtube, twitch (77,4%) , Facebook, Telegram та ін.(43,4%)

Steam, GOG, Epic Games (30,2%) та Форуми, присвячені онлайн-іграм (26,4%) також є надійним інформаційним манданчиком, яким молодь звикла користуватися.

А ось MMO Guider, Xgames-online (9,4%) і Журнали, присвячені онлайн-іграм (5,7%) не користуються популярністю.

На думку більшості, люди які грають в онлайн ігри весь час проводять вдома і ведуть малорухливий спосіб життя, а також мають проблеми зі сном, тому ми запитали у респондентів про їх звички.

26,4% людей зазначили що зовсім не займаються спортом, це чверть всіх результатів.

Менше 1 разу в неділю займається спортом лише 5,7%,

1-2 рази на тиждень 26,4%. 3-4 рази 22,6%,

5-6 разів 7,5%, кожен день 11,3%.

У великої кількості респондентів дійсно присутні проблеми зі сном, але не настільки серйозні щоб спати всього 1-2 години на день.

Велика кількість дотримується режиму сна в 3-4 години на ніч (35,8%), що дуже мало, але проблеми зі сном присутні звісно не тільки у геймерів.

50,9%, тобто рівно половина спить стільки, скільки потрібно для нормальної людини 7-8 годин на ніч.

Та 13,2% респондентів, що полюбляють спати більше 8 годин.

Але головне питання. Чим саме онлайн-ігри так приваблюють молодь? Звичайно що в онлайн-іграх важлива можливість цікаво провести час, з цією думкою згодні і 77,4%.

Зняти емоційне напруження за допомогою онлайн-ігр полюбляють 62,3%.

41,5% з усіх респондентів в захваті від створення власного світу у грі, та жити життям віртуального героя.

Не на останньому місці можливість розвинути свої навички 32,1%, такі як спостережливість, швидкість реакції та інші.

А зробити це можна за допомогою змагань з іншими 28,3%.

Опитувані вважають що причинами популярності онлайн-ігр є також і інші критерії, такі як наприклад

Цікаві сюжети 69,8%, Технічна доступність та масовість 56,6%, Велика якість графіки 50,9%, а також на їх власну думку - підтримка розробітниками проектів, які випускають новий контент, та оновлення.

Ми розібралися з основними причинами популярності онлайн-ігр, але які недоліки в них присутні на думку молоді?

Нерідко можна зіштовхнутися з вороже настроєними гравцями, що являється значним мінусом для 62,3%.

Для нових онлайн-ігор потрібна сучасна, нова техніка, яка може бути доступна не для всіх, і з цією проблемою зтикалося 49,1%. Грати не завжди буває приємно, коли інші за допомогою чітов додають собі нових можливостей, і це відзначили 37,7%. Розробітники заробляють на гравцях різними способами, тому 32,1% зауважили що ціни на ігри, скіни та моди збільшилися.

А разом із цим внутрішньоігрові покупки 26,4%, та кількість реклами 24,5%.

Ми обговорили теми які стосуються плюсов і мінусів онлайн-ігр на думку гравців, але як саме вони шкодять або допомагають?

83% респондентів залишаються задоволеними знайти нові знайомства та друзів в онлайн-іграх.

71,7% за допомогою ігр знімають емоційну напругу, що теж не менш важливо.

В онлайн-іграх можна набути нового статусу 41,5%, а також в іграх врода, місце проживання та дохід зазвичай не грає ніякої ролі 38,5%.

32,1% навіть вважають що ігри допомагають їм стати більш посидючим та зібраним.

Плюси звісно присутні, але респонденті відзначили також мінуси, такі як самопочуття. Ігри можуть сказатися на фізичному стані, наприклад у вигляді безсоння, болі в очах або перевтомі. 47,1%

Все у світі потребує ресурсів і ігри не вийняток. Час, гроші, здоров'я або все

разом 58,8%.

Люди бувають різними, і вразливих людей можуть зачепити поразки у грі, викликаючи в тих депресивний стан 41,2%.

Один з респондентів виразився на цей варіант відповіді тим, що якщо людина сама по собі дуже вразлива, його може зачепити що завгодно.

Ніяка гра не може замінити взаємодію між людьми, але 34,1% вважають інакше.

З різноманіттям жанрів поступово спотворюються та руйнуються людські цінності, на цьому наголосили 21,6%.

Але як би не вважали інші, лише 2% думають що ігри привчають до жорстокості.

Більшість впевнена що в онлайн-ігри з великою перевагою грають хлопці, але в соц опитуванні виявилось 54,7% хлопців, та 45,3% дівчат. Зараз ігри настільки розповсюджені та різноманітні, що більшість дівчат теж їх люблять.

В опитуванні прийняла участь 9,4% респондентів віком 12-15 років. 58,5% 16-19 років. 20,8% 20-23 роки. 7,5% 24-26 років.

А також люди віком від 27 до 30 і більше по 1,9%

Серед опитуваних більшість отримала освіту в 11 класів (35,8%)

20,8% Основне середнє та нижче, але зважаючи увагу на вікові категорії велика кількість опитуваних досі вчиться у школі.

24,5% Мають середню освіту (технікум, коледж)

9,4% Незакінчена вища освіта. І стільки ж мають вищу освіту.

3.2 Роль онлайн-ігор у формуванні майбутнього покоління

За допомогою спостереження за різними іграми мені вдалося зробити такі висновки:

Інтерактивність та динаміка геймінгу можуть сприяти розвитку когнітивних, соціальних та творчих навичок у молоді. Однак, важливо ураховувати, що переваження гри в житті може впливати на здоров'я, соціальні відносини та академічний успіх.

Позитивні Аспекти:

Розвиток Когнітивних Навичок: Гейми можуть сприяти розвитку логічного мислення, уваги та концентрації. Деякі ігри вимагають стратегічного та тактичного мислення, що сприяє когнітивному розвитку.

Спілкування та Командна Робота: Онлайн-ігри, де важлива комунікація та спілкування, можуть виховувати навички ефективної командної роботи та розвивати соціальні навички.

Творчість та Проблемне Мислення: Деякі гри стимулюють творчий підхід та вирішення проблем. Вони викликають гравців розгадувати складні завдання та шукати нетрадиційні рішення.

Соціальні Навички: Взаємодія з іншими гравцями у мережевих іграх може формувати навички спілкування, емпатії та розуміння різних точок зору.

Управління Часом та Ресурсами: Геймери навчаються ефективно використовувати час та ресурси, плануючи свої дії та стратегії.

Негативні Аспекти:

Соціальна Ізоляція: Занадто довгий час, витрачений на гру, може вести до соціальної ізоляції та віддалення від реальних відносин.

Здоров'я: Довготривала гра може призвести до проблем із зором, сидячого способу життя та інших фізичних проблем.

Відмова від Обов'язків: Надмірне захоплення грою може призвести до зниження академічної успішності та ігнорування важливих обов'язків.

Залежність: Деякі люди можуть розвивати залежність від гри, витрачаючи на неї надмірний час та енергію.

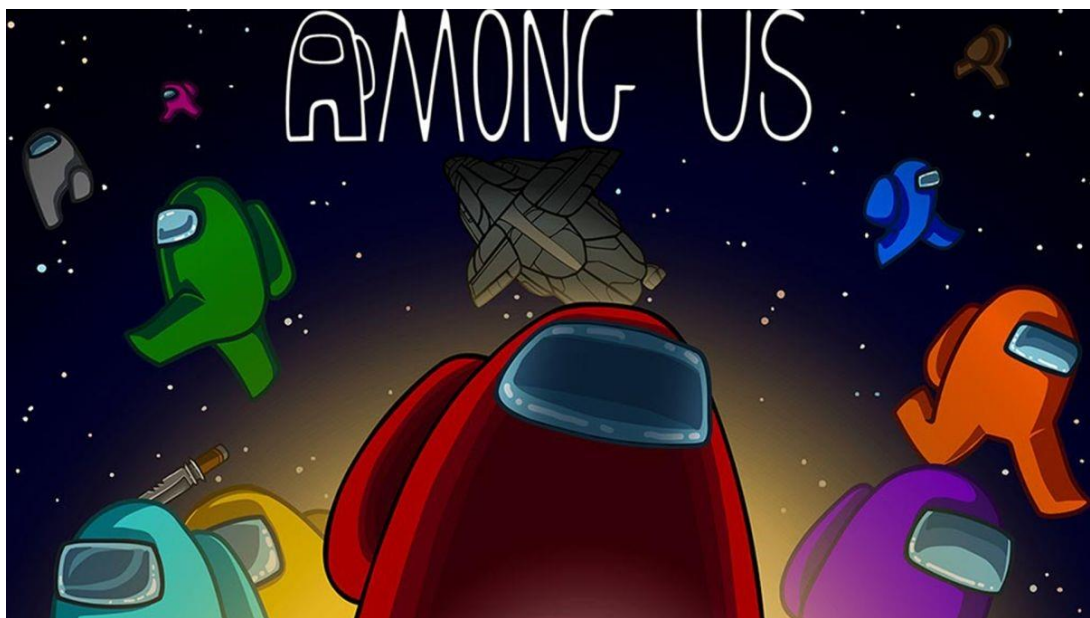
Розуміння цих аспектів дозволить батькам, вчителям та іншим вихователям надавати належний контроль та сприяти збалансованому підходу до геймінгу у молоді.

Вислови про агресію молоді через жорстокі ігри мені здаються незрозумілими, адже не гра викликає таку реакцію, а психічний стан гравця.

Граючи в різноманітні онлайн-ігри я помітила одну деталь. Гравці віком до 12-14 років часто поводять себе в іграх дуже грубо ображаючи всіх, хто зробив щось не так. Прикладом може стати гра

Among Us (з англ. — «Серед нас») — розрахована на багато користувачів комп'ютерна гра, розроблена американською ігровою студією Innersloth.

В пік своєї популярності в неї грало багато людей, як і дорослих, так і підлітків. Але зараз у грі залишилися в основному маленькі гравці. Сама ідея гри хороша, але мінусом є те, що там немає доречної цензури слів, а гра в якій потрібно знайти "мафію" перетворюється на нескінченні образи.



Genshin Impact - (кит. 原神 Юаньшень, яп. 原神 Генсін, буквально: Початковий бог) — комп'ютерна гра в жанрі action-adventure з відкритим світом і елементами RPG, розроблена китайською компанією miHoYo Limited. Гра існує вже більше 3х років і не втрачає своєї популярності. Відкритий світ,

цікавий сюжет з якого можна побудувати мільйон теорій, гарні персонажі, не обов'язково витратити гроші у гру. Ком'юніті у грі дуже вічливе, приємне. Рідко відбуваються неприємні ситуації, також присутня цензура слів, через що не вдається образити інших гравців.



Існує досить багато МОБА ігор, які полюбляє величезна кількість людей. Принцип гри однаковий, але сюжет, персонажі, івенти, карти і т.д залишається індивідуальним.

Из таких ігор можна відзначити Heroes of the Storm, LoL, Dota 2, Mobile Legends:Bang Bang.

Найгірша репутація у гри Dota2, в якій по словам гравців одне одного зовсім не поважають, образливо виражають свої емоції і подібні ігри дуже небезпечні для підростаючого покоління.

Из онлайн-ігор жанра МОБА краще підійде LoL (League of Legends)

Counter-Strike: Global Offensive (CS: GO; з англ. — «Контрудар: глобальний наступ») — розрахована на багато користувачів комп'ютерна гра, розроблена компаніями Valve і Hidden Path Entertainment.

Ця гра також може бути небезпечною для дитини в різних сенсах. Дуже образливе ком'юніті, в грі можна спілкуватися за допомогою мікрофону і чути образи інших. Це можна відключити, але гра в коопі не дуже зручна без зв'язку та спілкування.



Онлайн-ігр величезна кількість. Грають в них зараз всі і це норма, але для підростаючого покоління слід уникати ігри які можуть якимось чином образати, занижувати самооцінку та ін. Підростаюче покоління бистро вчиться і на жаль, не тільки гарним речам.

ВИСНОВКИ

Залучення молоді до масових онлайн-ігор з соціологічного погляду виявилось завданням, що потребує комплексного розгляду та стратегічного підходу. З використанням методів групового анкетування та аналізу отриманих даних було виявлено декілька ключових висновків.

Індивідуальні та Спільнотні Аспекти: Виявлено, що для молоді індивідуальні та спільнотні аспекти відіграють важливу роль у повертанні їх до онлайн-ігор. Гравці шукають як особистий досвід гри, так і можливість взаємодії з іншими учасниками віртуального світу.

Вплив Спільноти та Соціального Взаємодії: Зазначено, що створення і розвиток спільнот в онлайн-іграх сприяє залученню молоді. Соціальна взаємодія в рамках гри, обговорення стратегій та спільні досягнення є важливими факторами, що підсилюють привабливість геймінгу для молоді.

Технологічні Інновації: Висвітлено, що молодь активно реагує на технологічні інновації у геймінгу. Висока якість графіки, використання віртуальної та доповненої реальності, а також інші технологічні новації привертають увагу молоді та збільшують їхню інтерактивність.

Розвиток Еспорту: Еспорт стає значущим чинником повертання молоді до геймінгу. Великі турніри, професійні гравці та конкурентні битви створюють додатковий інтерес серед молоді, яка може ідентифікуватися з еспортивними командами та гравцями.

Використання Соціальних Мереж та Стрімінгу: Соціальні мережі та платформи стрімінгу гри стають ефективними засобами повертання молоді до геймінгу. Відомі стрімери та інфлюенсери активно впливають на вибір індивідів у геймерському співтоваристві.

Використання Гейміфікації: Застосування елементів гейміфікації, таких як досягнення, ранги, та бонуси, підсилює залучення молоді до онлайн-ігор, створюючи додаткові мотиватори для участі.

Ці висновки вказують на те, що залучення молоді до масових онлайн-ігор є многогранним явищем, яке враховує як особисті, так і соціокультурні аспекти. Сучасні геймінг-платформи мають враховувати ці фактори при розробці та маркетингу продуктів для цільової аудиторії.

За останні роки спостерігається зростання популярності онлайн-ігор серед молоді, що підкреслює актуальність досліджень з цього питання. Залучення молоді до масових онлайн-ігор не тільки відображає сучасні тенденції в геймінг-індустрії, але й вимагає уважного аналізу для створення продуктів, які відповідають потребам та очікуванням цільової аудиторії.

Новітні технології, такі як штучний інтелект, віртуальна реальність, та розширена реальність, відкривають нові горизонти для розвитку геймінгу та створення унікальних іммерсивних досвідів. Ці технологічні досягнення дозволяють геймерам поглибитися в світ гри та відчувати його як реальний, що впливає на збільшення захоплення гравців.

Додатково, участь у великих геймерських подіях, таких як експозиції, конференції, та турніри, стає ідеальною можливістю для компаній презентувати свої інновації, взаємодіяти з гравцями, та встановлювати нові партнерства. Співпраця з відомими інфлюенсерами і стрімерами допомагає створити довіру та позитивний імідж бренду, що, в свою чергу, збільшує його привабливість серед молоді.

Висновки з цього дослідження можуть бути використані геймінговими компаніями для розробки ефективних стратегій залучення молоді, а також для подальших досліджень у галузі соціології геймінгу та впливу ігор на сучасні покоління.

Список використаних джерел:

Галіч Т. О. Соціальні інтернет-мережі та віртуалізація суспільного життя / Т. О. Галіч // Соціологія майбутнього : науковий журнал з проблем соціології молоді та студентства. – 2010. № 1. – С. 145-152.

Данько Ю. А. “Тролінг” як новий вид віртуальної комунікації [Електронний ресурс] / Ю. А. Данько // Український соціум. – 2013. – № 4. – С. 17-25. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Usoc_2013_4_4.

Закон України “Про сприяння соціальному становленню та розвитку молоді в Україні” від 05.02.1993 р., молодь, молоді громадяни – громадяни України віком від 14 до 35 років [Електронний ресурс]. – 2015. – Режим доступу до ресурсу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/2998-12>.

Іванов В. Ф. Принципи й умови контент-аналізу та вимоги до нього [Електронний ресурс] / В. Ф. Іванов. – Режим доступу: <http://journalib.univ-kiev.ua/index.php?act=article&article=1614>.

Ісакова Т. О. Інтернет-залежність як новий феномен сучасного світу: сутність і проблеми: аналітична доповідь / Т. О. Ісакова // За заг. редакцією Д. В. Дубова. – К. : НІСД, 2011. – 47 с.

Камінська О. В. Авторська класифікація інтернет-залежності за критерієм провідного мотиву використання мережі / О. В. Камінська. // Молодий вчений. – 2015. – №2. – С. 210–213. 50. Камінська О. В. Формування та прояви інтернет-залежності від соціальних мереж [Електронний ресурс] / О. В. Камінська. – 2013. – Режим доступу:http://www.rusnauka.com/15_NPN_2013/Psihologia/12_132802.doc.htm.

Камінська О. В. Чинники розвитку інтернет-залежності молоді / О. В. Камінська // Психологічні перспективи. – 2015. – № 25. – С. 65-75.

Краснякова А. О. Соціальні інтернет-мережі – новий соціальний простір існування людини / А. О. Краснякова // Управління освітою. – 2013. – № 22. – С. 32 – 36.

Кулик Є., Бартош О. Культура віртуального спілкування / Є. Кулик, О. Бартош.; ДЗ “Держ. б-ка України для юнацтва”. – К., 2010. – 65 с.

Лазоренко Б. П. Асоціальні практики життєконструювання проблемної молоді в інформаційному суспільстві / Б. П. Лазоренко // Наук. студ. із соц. та політ. психології : зб. статей / НАПН України, Ін-т соц. та політ. психології ; [ред. рада: М. М. Слюсаревський (голова), В. Г. Кремень, С. Д. Максименко та ін.]. – К. : Міленіум, 2013. – Вип. 33(36). – 348 с. – С. 307–315.

Ларіна Т. О. Практики мінімізації ризику в процесі життєконструювання / Т. О. Ларіна // Наукові студії із соціальної та політичної психології. Вип. 31 (34). – К., 2012 – С. 102-109.

Ліщинська О. А. Модель формування адиктивного потенціалу особистості / О. А. Ліщинська // Практична психологія та соціальна робота. – 2013. – № 3. – С. 1-9. 72. Луман Н. Невероятные коммуникации. Проблемы теоретической социологии / Н. Луман. – СПб., 2000. – 43 с.

Лучинкіка А. І. Психологія інтернет-соціалізації особистості: монографія / А. І. Лучинкіка. – Сімф. : АРІАЛ, 2013. – 355 с.

Малеєва Н. С. Соціально-психологічний зміст комунікативних практик в мережі Інтернет / Н. С. Малеєва // Наука і освіта : Науково-практ. журн. ПНПУ ім. К. Д. Ушинського. – Одеса, 2014. – Вип. 4. – С. 113–392.

Малеєва Н. С. Соціальні мережі як середовище розгортання комунікативних практик / Н. С. Малеєва // Актуальні проблеми психології : Зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України: Психологія особистості. Психологічна допомога особистості. – Київ, 2014. – Том. 11. – Вип. 13. – С. 325-332.

Малеєва Н. С. Комунікативні інтернет-практики в сучасному суспільстві / Н. С. Малеєва // Навчання і виховання обдарованої дитини : теорія та практика : Зб. наук. пр. Вип. 1(14). – К. : Інститут обдарованої дитини, 2015 – С. 128–136.

Малеєва Н. С. Залежність від соціальних мереж як соціально-психологічний феномен / Н. С. Малеєва // Вісник ОНУ ім. І. І. Мечникова. Психологія. – Одеса : Астропринт, 2015. – Т. 20. – Вип. 3(37). Ч. 1. – С. 62-71. 80. Малеєва Н. С. Комунікативні практики залежних від соціальних мереж

користувачів / Н. С. Малєєва // Педагогічний процес : теорія і практика. : Науковий журнал КУ ім. Б. Грінченка. – Вип. 1(52). – К. : Едельвейс, 2016. – С. 74-79.

Малєєва Н. С. Комуникативні практики узалежнених від соціальних мереж користувачів / Н. С. Малєєва // Актуальні проблеми психології : Зб. наук. пр. Ін-ту психології ім. Г. С. Костюка НАПН України: Загальна психологія. Історична психологія. Етнічна психологія. – Київ, 2016. – Том. 9. – Вип. 10. – С. 205-215.

Медіапсихологія: на перетині інформаційного та освітнього просторів: монографія / [О. Т. Барішполець, О. Л. Вознесенська, О. Є. Голубєва, Г. В. Мироненко, Л. А. Найдьонова, Н. О. Обухова Н. І. Череповська] ; за наук. ред. Л. А. Найдьонової, Н. І. Череповської ; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К. : Міленіум, 2014. – 348 с.

Мироненко Г. В. Вплив масової комунікації на часові уявлення підлітків : автореф. дис. ... канд. психол. наук : спец. 19.00.05 / Г. В. Мироненко. – К., 2007. – 19 с. 87. Мироненко Г. В. Медіа-залежність в контексті проблеми формування медіа-культури особистості [Електронний ресурс] / Г. В. Мироненко // Режим доступу: <http://dspace.nbuv.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/35225/44-Mironenko.pdf?sequence=1>.

Мироненко Г. В. Час віртуального життя: Монографія / Г. В. Мироненко; Національна академія педагогічних наук України, Інститут соціальної та політичної психології. – К. : Імекс-ЛТД, 2015. – 134 с.

Найдьонова Л. А. Кібербулінг підлітків (віртуальний терор) як новітній феномен інформаційної доби : теоретико-методологічні засади подолання і профілактики / Л. А. Найдьонова // Практична психологія та соціальна робота. – 2010. - №8. – С. 10-18.

Найдьонова Л. А. Кібер-булінг або агресія в інтернеті: способи розпізнання і захист дитини / Л. А. Найдьонова // Методичні рекомендації / Серія: На допомогу вчителю. Вип. 4. – К., 2011. – 34 с.

Найдьонова Л. А. Рефлексивна психологія територіальних спільнот / Л. А. Найдьонова. – К. : Міленіум, 2012. – 280 с.

Немеш О. М. Психологічні дослідження інтернет-залежності [Електронний ресурс] / О. М. Немеш. – 2014. – Режим доступу: http://psytir.org.ua/upload/journals/6/authors/2014/nemesh_olena_mykolaivna_psyhologichni_doslidzhennya_internet_zalezhnosti.pdf.

Олійник А. Facebook може викликати депресію [Електронний ресурс] / А. Олійник. – Режим доступу: <http://studway.com.ua/facebook-depresiya/>.

Онищенко О. С., Горовий В. М., Попик В. І. Соціальні мережі як чинник розвитку громадянського суспільства : [монографія] / О. С. Онищенко, В. М. Горовий, В. І. Попик; НАН України, Нац. б-ка України ім. В. І. Вернадського. – К., 2013. – 220 с.

Орбан-Лембрик Л. Е. Соціальна психологія: Підручник: У 2 кн. Кн. 2: Соціальна психологія груп. Прикладна соціальна психологія / Л. Е. Орбан-Лембрик. – К., 2006. – 560 с.

Петрунько О. В. Молодь та інноваційні технології: перспективи і ризики взаємодії : Методичний посібник / О. В. Петрунько. – Кіровоград: Імекс-ЛТД, 2013. – 84 с.

Петрунько О. В. Інформаційна культура як чинник психологічної і національної безпеки медіа суспільства / О. В. Петрунько // Теоретичні і прикладні проблеми психології. – № 3 (35). – 2014. – С. 63 -70.

Петрунько О. В. Соціалізувальні ресурси і ризики агресивного медіасередовища / О. В. Петрунько // Рідна мова : освіт. кварталник українського вчительського товариства у Польщі. – 2012. – Вип. 17. – С. 36-43.

Петрунько О. В. Соціалізація студентів у віртуальних соціальних мережах: актуальність проблеми / О. В. Петрунько // Педагогічний процес: теорія і практика: Збірник наукових праць. Серія Психологія. – Вип. 3. – К.: Едельвейс, 2016. – С. 72-77.

Посохова В. В. Інтернет-середовище і формування гендерної ідентичності в процесі життєвого планування [Електронний ресурс] / В. В. Посохова. – 2005. – Режим доступу: <http://www.soc.univ.kiev.ua/-uk/library/internet-seredovishche-i-formuvannya-gender-noyi-identichnosti-v-proc-esizhittievogo>.

Посохова В. В. Комунікативні характеристики особистості, схильної інтернет-залежності / В. В. Посохова // Наукові студії із соціальної та політичної психології. – К., 2005. – С. 209-219.

Посохова В. В. Огляд практик спілкування в мережі Інтернет / В. В. Посохова // Наукові студії із соціальної та політичної психології. Вип. 31(34). – К., 2012. – С. 93-102.

Титаренко Т. М. Життєві завдання особистості як соціально-психологічний чинник моделювання майбутнього / Т. М. Титаренко // Наук. студ. із соц. та політ. психол.: зб. статей / ред. кол.: С. Д. Максименко, М. М. Слюсаревський та ін. / АПН України; Ін-т соц. та політ. психол. – К.: Міленіум, 2007. – Вип. 16 (19). – С. 17–25.

Титаренко Т. М. Особистісні практики конструювання життя: зміна фокусування / Т. М. Титаренко // Педагогічна і психологічна наука в Україні : зб. наукових праць : в 5 т. – Т. 2: Психологія, вікова фізіологія та дефектологія. – К. : Педагогічна думка, 2012. – С. 175-186.

Титаренко Т. М. Соціально-психологічні практики життєконструювання: абрис концептуальної моделі / Т. М. Титаренко // Наукові студії із соціальної та політичної психології. Вип. 30(33). – К., 2012. – С. 153-155.

Турецька Х. І. Вікові особливості сенсожиттєвих орієнтацій схильних до Інтернет-залежності осіб / Х. І. Турецька // Збірник наукових праць Інституту психології імені Г. С. Костюка. – К., 2011. – Т. 13, Ч. 4. – С. 395–409. 141.

Фатурова В. М. Інтернет-середовище як фактор психологічного розвитку комунікативного потенціалу особистості: дис. канд. Психол. Наук. / В. М. Фатурова. – К., 2004. – 212 с. 144.

Хабермас Ю. Комунікативна дія і дискурс [Електронний ресурс] / Ю. Хабермас. – Режим доступу: <http://www.philsci.univ.kiev.ua/biblio/Habermas.html>.

Церковний А. Аспекти формування Інтернет-залежності / А. Церковний // Соціальна психологія, 2004. – №5. – С. 149 – 154.

Яворський М. В. Загальні теоретичні підходи до розуміння поняття «інформаційне суспільство» / М. В. Яворський // Актуальні проблеми психології: Психологія навчання. Генетична психологія. Медична психологія / за ред. С. Д. Максименка. – К. : ДП «Інформаційно-аналітичне агентство», 2009. – Том. X, Вип. 12. – С. 589–599.

Яворський М. В. Соціально-психологічні чинники сприйняття об'єкта довіри в молодіжному інтернет-середовищі [Електронний ресурс] / М. В. Яворський // Медіаосвіта в Україні: наукова рефлексія викликів, практик, перспектив: зб. ст. методол. семінару НАПН України (Київ, 3 квітня 2013 р.). – Режим доступу: <http://www.ispp.org.ua/files/1369216397.pdf>.

Вірт Л. Урбанізм як спосіб життя Strelka Press, 2016. 108 с.

Джері Д. Великий тлумачний соціологічний словник: словник

Д. Джері [та ін.] У 2-х томах:

Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій. — К., 2000

Голишева Є.О. Особливості використання інструментів інтернетмаркетингу на підприємстві / Є.О. Голишева, Т.В. Кириченко, Я.А. Коваленко // Молодий вчений. – 2014.

Зацна Л. Інноваційні можливості застосування комунікацій в інтернетмаркетингу / Л. Зацна // Галицький економічний вісник. – 2013.

Ілляшенко С.М. Аналіз застосування інтернет-технологій і методів у сучасному маркетингу / С.М. Ілляшенко // Маркетинг інновацій і інновації в маркетингу : збірник тез доповідей V Міжнародної науковопрактичної конференції (м. Суми, 29 вересня-1 жовтня 2011 року) / гол. ред. С.М. Ілляшенко. – Суми : ТОВ «ТД «Папірус», 2011. – С. 83-84.

Вплив ігор на людину [Електронний ресурс]. Режим доступу:<http://alkonark.ru/igromaniya/vliyanie-kompyuternyx-igr-na-cheloveka>.

Загальні правила поведінки в онлайн-іграх [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://games.lds.net.ua/games_rules.html

10 хибних стереотипів про геймерів [Електронний ресурс]. Режим доступу:https://gameinonline.com/article/10_oshibochnyh_stereotipov_o_geymerah.html

7 основних проблем сучасних онлайн-ігор [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://root-nation.com/games-all/game-articles/mnenie-7-glavnyhproblem-sovremennykh-videoigr/>

Користь та шкода онлайн-ігор [Електронний ресурс]. Режим доступу:<http://anokalintik.ru/polza-i-vred-onlajn-igr.html>

Чим небезпечні комп'ютерні ігри, впливом геть психіку [Електронний ресурс]. Режим доступу: <https://poleznii-site.ru/zdorove/chem-opasnykompyuternye-igry-vliyanie-na-psihiku>.

Abnormal white matter integrity in adolescents with Internet Addiction Disorder: A tract-based spatial statistics study / F. Lin, Y. Zhou, Y. Du [et al.] // PLoS ONE. – 2012. – Vol. 7, № 1. – e30253. doi:10.1371/journal.pone.0030253.

Alhabash S. Chiang Y. Huang K. MAM & U&G in Taiwan: Differences in the uses and gratifications of Facebook as a function of motivational reactivity. Computers in Human Behavior, № 35. – 2014. – P. 30-130.

ДОДАТКИ

Шановний учасник опитування!

Пропонуємо Вам взяти участь у соціологічному дослідженні, присвяченому вивченню позитивних та негативних наслідків гри в онлайн-ігри. Це дослідження допоможе дізнатися яким наслідкам схильні гравці, а також виявити перспективи розвитку майбутнього покоління онлайн-гравців. Можливо, що і для Вас участь в опитуванні буде корисно, і допоможе Вам краще розібратися у своїх цінностях, життєвих установках та ігрових перевагах. Результати дослідження послужать виключно науковим цілям. Отримані відомості залишаться анонімними.

Інструкція із заповнення

Уважно прочитайте запитання та запропоновані варіанти відповідей.

Виберіть варіант, який найбільше

відповідає Вашій думці.

Якщо жоден із запропонованих варіантів Вас не влаштовує, напишіть свою відповідь у спеціально залишеному місці.

Скринінгова анкета

1. Чи є Ви користувачем хоча б одного з пристроїв (ПК, ігрова консоль, смартфон)?

- 1) Так
- 2) Ні

2. Чи використовуєте Ви цей пристрій для розваги?

- 1) Так
- 2) Ні

3. Ви граєте онлайн ігри?

- 1) Так
- 2) Ні
- 3) Важко сказати

4. Скільки разів на тиждень ви граєте в онлайн ігри?

- 1) щодня
- 2) 2-3 рази на тиждень
- 3) раз на тиждень
- 4) 2-3 рази на місяць
- 5) раз на місяць і рідше

5. Скільки годин на день ви граєте в онлайн-ігри? (робочі дні)

- 1) Менш ніж година
- 2) 1-3 години
- 3) 4-7 годин
- 4) 7-10 годин
- 5) Понад 10 годин

6. Скільки годин на день ви граєте в онлайн-ігри? (вихідні дні)

- 1) Менш ніж година
- 2) 1-3 години
- 3) 4-7 годин
- 4) 7-10 годин
- 5) Понад 10 годин

7. В онлайн-ігри якого жанру Ви зазвичай граєте?

- 1) ММОРПГ (Масова розрахована на багато користувачів рольова онлайн-гра)
- 2) Шутери
- 3) Симулятори
- 4) Перегони
- 5) Файтинги
- 6) Стратегії
- 7) Аркади
- 8) Логічні
- 9) МОВА
- 10) Яких жанрів ще? Напишіть _____

8. Які джерела Ви використовуєте для отримання інформації про онлайн-ігри?

- 1) Відеопортали (Youtube, Twitch та ін.)
- 2) Ігрові портали (MMO Guider, Xgames-online та ін.)
- 3) Соціальні мережі (Facebook, Telegram та ін.)
- 4) Торгові прощадки (Steam, GOG, Epic Games)
- 5) Форуми, присвячені онлайн-іграм
- 6) Журнали, присвячені онлайн-ігор
- 7) Які ще? Напишіть _____
- 8) Жоден з них

9. Скільки разів на тиждень Ви займаєтесь спортом?

- 1) Менше 1 разу на тиждень
- 2) 1-2 рази на тиждень
- 3) 3-4 рази на тиждень
- 4) 5-6 разів на тиждень
- 5) Щодня

10. Скільки годин на добу Ви зазвичай витрачаєте на сон?

- 1) 1-2 години
- 2) 3-4 години
- 3) 7-8 годин
- 4) Понад 8 годин

Чим Вас залучають онлайн-ігри?

- 1) Можливість цікаво провести час
- 2) Можливість боротися з іншими геймерами на віртуальному полі бою
- 3) Можливість створити свій власний світ та «пожити» життям віртуального героя
- 4) Можливість заробити
- 5) Можливість зняти емоційну напругу
- 6) Можливість розвинути навички та вміння (швидкість реакції, спостережливість і т.д.)

7) Чим ще? Напишіть

11. Які, на Вашу думку, причини популярності онлайн-ігор?

- 1) Технічна доступність
- 2) Висока якість графіки
- 3) Цікаві сюжети
- 4) Масовість
- 5) Що ще робить онлайн-ігри популярними? Напишіть__

12. Які, на вашу думку, основні проблеми сучасних онлайн ігор?

- 1) Ворожнеча між гравцями, неповага один до одного
- 2) Читери
- 3) Збільшення цін на ігри, аксесуари, моди, скіни
- 4) Поширення внутрішньоігрових покупок
- 5) Жадібність розробників та видавців
- 6) Надмірне захоплення розробників графікою, зовнішніми атрибутами
- 7) Нецікаві сценарії (сюжети) ігор
- 8) Зростання вимог до технічного оснащення (потужності ПК, консолей) для ігор
- 9) Що ще? Напишіть _____
- 10) Жодних проблем немає

15. Оцініть, будь ласка, який вплив онлайн гра може чинити на гравця.

- 1) Гра допомагає знайти нове коло спілкування
- 2) Гра знімає емоційну напругу
- 3) Гра допомагає приміряти на себе новий статус, який не може бути досягнутий у реальному житті
- 4) Гра допомагає придбати нові знання та навички
- 5) Гра зрівнює шанси людей (не важлива зовнішність, місце проживання, дохід тощо)
- 6) Гра допомагає стати більш посидючим та зібраним

16. Оцініть, будь ласка, який вплив онлайн гра може чинити на гравця.

- 1) Гра негативно позначається на фізичному стані (перевтома, безсоння, болять очі тощо)
- 2) Гра змушує людину витратити ресурси - час, гроші, здоров'я
- 3) Невдачі в грі дуже часто призводять до депресивного стану

- 4) Гра замінює реальний світ та реальні взаємодії
- 5) Гра спотворює та руйнує важливі людські цінності (цінність людського життя, співчуття, доброта, стриманість)
- 6) Гра привчає до жорстокості

Вкажіть, будь ласка, деякі відомості про себе

17. Ваша стать?

- 1) Жіноча
- 2) Чоловіча

18. Ваш вік? (Виберіть, будь ласка, один варіант відповіді)

- 1) 12-15 років
- 2) 16-19 років
- 3) 20-23 років
- 4) 24-26 років
- 5) 27-29 років
- 6) 30 років і старше

19. Вкажіть, будь ласка, Ваш рівень освіти. (Виберіть, будь ласка, один варіант відповіді)

- 1) Основне середнє та нижче (9 класів школи та нижче)
- 2) Повне загальне (11 класів школи)
- 3) Початкове професійне (ПТУ, ПУ)
- 4) Середнє професійне (технікум, коледж)
- 5) Незакінчена вища (навчання у вузі понад три курси без отримання диплому)
- 6) Вища (є диплом бакалавра / спеціаліста / магістра)