**Дніпровський національний університет**

**імені Олеся Гончара**

Факультет систем і засобів масової комунікації

Кафедра масової та міжнародної комунікації

**ДИПЛОМНА РОБОТА**

**магістра**

на тему

КІНЕМАТОГРАФ ТА ІГРИ НА СУЧАСНОМУ ЕТАПІ

(СОЦІАЛЬНО-КОМУНІКАЦІЙНИЙ АСПЕКТ)

Виконав: студент VІ курсу, групи\_ЗМ-19-М-1

спеціальності 061 «Журналістика»

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_Голуб М. В.\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

(прізвище та ініціали)

Керівник \_\_\_\_\_\_\_\_\_ д-р.філол.н., проф. Демченко В. Д.

підпис наук. ступ., вчене звання (прізвище та ініціали)

Рецензент\_\_\_\_\_\_\_\_\_ д-р філол. н., проф. Гусєва О. О.

підпис наук. ступ., вчене звання (прізвище та ініціали)

Завідувач кафедри масової та міжнародної комунікації \_\_\_\_\_\_\_\_ д-р наук. із соц. ком., проф. М. В. Бутиріна

м. Дніпро – 2021 року

**Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара**

Факультет систем і засобів масової комунікації\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Кафедра масової та міжнародної комунікації\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Рівень освіти магістр\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Спеціальність 061 «Журналістика»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**ЗАТВЕРДЖУЮ**

**завідувач кафедри масової та міжнародної комунікації**

**д. наук із соц. ком., проф. Бутиріна М. В.**

**\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

“\_\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_2021 року

**З А В Д А Н Н Я**

**НА ДИПЛОМНУ РОБОТУ СТУДЕНТУ(ЦІ)**

**Голубу Максиму Вадимовичу**

1. Тема роботи «Кінематограф та ігри на сучасному етапі (соціально-комунікаційний аспект)», керівник роботи Демченко Володимир Дмитрович, д-р. філол. наук, професор, декан факультету систем та засобів масової комунікації, затверджена наказом вищого навчального закладу від “\_\_\_” \_\_\_\_\_\_\_\_\_202\_\_ року № \_\_\_\_.

2. Строк подання студентом роботи \_\_\_\_\_\_\_\_\_ р.

3. Перелік питань, які потрібно розробити:

- .....;

-.......

4. Дата видачі завдання «\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_\_\_\_\_202\_\_\_ р.

**КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| №  з/п | Назва етапів дипломної  роботи | Строк  виконання етапів роботи | Примітка |
| 1. | Підготовка проспекту дипломного дослідження |  |  |
| 2. | Підготовка теоретичної частини роботи |  |  |
| 3. | Підготовка практичної частини роботи |  |  |
| 4. | Оформлення роботи |  |  |
| 5. | Подання роботи на кафедру |  |  |

**Студент(ка) \_\_\_\_\_\_Голуб М.В.\_\_\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**Керівник роботи (проекту) \_\_\_Демченко В.Д.\_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_**

**РЕФЕРАТ**

Дипломна робота: 69 с., 49 джерел.

Об’єктами дослідження є кінематограф, ігрова індустрія.

Мета роботи полягає у визначенні історії розвитку та впливу кінематографа та ігрової індустрії на суспільство в сфері масової комунікації.

Методи дослідження: теоретичні – аналіз (дослідження та аналізування кінематографічної та ігрової індустрій, виокремивши основні пункти, необхідні для проведення дослідження в соціально-комунікативному аспекті) та узагальнення (підведення підсумків та структурування одержаних результатів на основі проведених спостережень и досліджень). Практичний метод – спостереження (перегляд та вивчення фільмів чи ігор, та відслідковування їхнього впливу на людей та їхні звички в соціально-комунікативному аспекті).

Одержані висновки та їх новизна: в роботі описані та проаналізовані всі прояви кінематографу та ігор у соціально-комунікативному аспекті, та їхнього впливу на сферу соціальної комунікації.

Результати наукової роботи можуть бути використані при аналізуванні сучасного соціально-комунікативного середовища, методів впливу на населення та психології в цілому.

Перелік ключових слів: КІНО, ГРА, ФІЛЬМ, КІНЕМАТОГРАФ, СОЦІАЛЬНА КОМУНІКАЦІЯ, СПІЛЬНОТА.

**RESUME**

**Implementer**: Holub Maksym, group ZM-19-M-1 (Faculty of Communication and Media).

**Scientific supervisor:** Doctor of Philology, Professor, Demchenko Volodymyr.

**Research issue:** "Cinema and games at the present stage (social and communication aspect)".

**Volume:** 69 p., bibl. – 49.

**The research object:** Cinema and game industry.

**The purpose** of the work: to determine the history of development and impact of cinema and the game industry on society in the field of mass communication.

**Results and novelty**: This work describes and analyzes all the manifestations of cinema and games in the socio-communicative aspect, and their impact on the sphere of social communication.

**Keywords:** CINEMA, GAME, FILM, CINEMATOGRAPHY, SOCIAL COMMUNICATION, COMMUNITY.

**ЗМІСТ**

ВСТУП…………………………………………………………………………..…7

РОЗДІЛ І. СУЧАСНІ ПРОЯВИ КІНЕМАТОГРАФУ ТА ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ В ПИТАННЯХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ…………………………………….9

* 1. Історичні зміни ступеня впливу кінематографу та ігор на суспільство…...9

1.1.1 Кінематограф…………………………………………………………..10

1.1.2 Відеоігри………………………………………………………………..11

* 1. Психологічний аспект кінематографу у масовій свідомості……………...13

1.2.1 Основні положення……………………………………………………14

1.2.2 Кінематограф та пандемія……………………………………………..15

1.2.3 Спільноти та об’єднання фанатів кіно……………………………….17

1.2.4 «Зоряні війни» як спільнота та Дарт Вейдер в політиці України….18

* 1. Вибори президента України 2019: серіал «Слуга народу» як передвиборча кампанія………………………………………………………………………21
  2. Психологічний аспект ігор у масовій свідомості………………………….23

1.4.1 Основні положення……………………………………………………23

1.4.2 Detroit: Become Human як один з найкращих проявів впливу ігор на моральні та планувальні навички гравців………………………………….25

1.4.3 Популярність відеоігор………………………………………………..27

* 1. Відеоігри як засіб комунікації………………………………………………28

1.5.1 Онлайн-режими для однокористувацьких ігор……………………...29

1.5.2 «Королівська битва»…………………………………………………..30

1.5.3 Змагальні ігри (шутери)……………………………………………….31

1.5.4 Змагальні ігри (MOBA)………………………………………………..32

1.5.5 Масова багатокористувацька онлайн-гра (MMO)…………………...33

1.5.6. Узагальнення та суміжні комунікативні функції багатокористувацьких ігор………………………………………………….34

* 1. Відеоігрові індустрія та спільнота під час всесвітньої пандемії…………35
  2. Фільм «Ліга справедливості» як приклад впливу індустрії кіно на людей, та людей на індустрію кіно………………………………………………….36
  3. Висновки до Розділу І……………………………………………………….38

РОЗДІЛ ІІ. ВПЛИВ КІНЕМАТОГРАФУ ТА ІГОР НА СУСПІЛЬСТВО НА ПРИКЛАДАХ СУЧАСНИХ ПРОЄКТІВ………………………………………40

2.1 «Смерть 2020-му» – пандемія та політика під комедійною вуаллю……..41

2.2 «Крим – шлях на батьківщину», або російська пропаганда на кінематографічних засадах……………………………………………………...46

2.3 «Диво-жінка 1984» як приклад впливу політично-нейтрального фільму на людей……………………………………………………………………………..49

2.4 Індустрія відеоігор як засіб виявлення та боротьби з токсичністю, расизмом та харасментом на робочих місцях………………………………….51

2.4.1 Токсична поведінка керівництва компанії Ubisoft та її прояви у іграх компанії…………………………………………………………………..…...52

2.4.2 Компанія Activision Blizzard проти кіберспортсмена, що підтримав протести у Гонконгу…………………………………………………………54

2.5 World of Warcraft: Classic як приклад масового об’єднання геймерів та підтримки комунікації за допомогою ігор……………………………………..55

2.6 Висновки до Розділу ІІ………………………………………………………58

ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ………………………………………………………...60

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ…………………..64

**ВСТУП**

**Актуальність** роботи полягає в стрімкому розвитку кінематографічної та ігрової індустрії, що зумовлює посилення впливу цих сфер на комунікативне середовище та населення в цілому.

**Мета і задачі дослідження**: дослідити вплив кінематографу та ігор на соціальну комунікацію в цілому та свідомість людей.

**Головні завдання:**

1. Визначити головні методи впливу кінематографу та відеоігор на комунікаційне середовище;
2. Проаналізувати причини успішності впливу кіно та ігор на свідомість людей;
3. Виокремити соціально-комунікативний аспект в індустріях кіно та ігор.

*Об’єкти дослідження:* кінематограф, ігрова індустрія.

*Предмети дослідження:* фільми, відеоігри (на конкретних та узагальнених прикладах), явище масового впливу кіно та ігор на свідомість людей.

**Методи дослідження**: теоретичні – аналіз (дослідження та аналізування кінематографічної та ігрової індустрій, виокремивши основні пункти, необхідні для проведення дослідження в соціально-комунікативному аспекті) та узагальнення (підведення підсумків та структурування одержаних результатів на основі проведених спостережень и досліджень). Практичний метод – спостереження (перегляд та вивчення фільмів чи ігор, та відслідковування їхнього впливу на людей та їхні звички в соціально-комунікативному аспекті).

**Наукова новизна дослідження** полягає у тому, що тема кінематографу та, особливо, відеоігор здебільшого розглядалися лише як елемент сфери розваг та дозвілля, а не як об’єкти досліджень в сфері масових комунікацій. Щодо другого – на даний момент часу всі аспекти такого прояву згаданих тем не розкриті повністю і потребують додаткових досліджень на цю тематику.

**Практичне значення одержаних результатів**: результати роботи можна використовувати для проведення більш поглиблених досліджень щодо впливу кінематографа та ігор, а також сучасної масової комунікації в усіх її проявах. Крім цього робота дає краще зрозуміти важливість кіно та ігор у масовій комунікації і їх роль в суспільстві в цілому, особливо в часи пандемії.

Логіка дослідження зумовила **структуру** роботи: вступ, 2 розділи, висновки, список використаних джерел із 49 найменувань. Загальний обсяг 69 сторінок.

**РОЗДІЛ І. СУЧАСНІ ПРОЯВИ КІНЕМАТОГРАФУ ТА ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ В ПИТАННЯХ МАСОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ**

Головна проблема вивчення кінематографу та ігор в якості інструментів масової комунікації полягає в сприйнятті цих сфер діяльності як виключно розважальних галузей. Водночас вони обидві вже давно зайняли важливу роль в свідомості людей, впливаючи як на окремих персоналій, так і на цілі народи чи культурні течії.

У питаннях масової комунікації роль для кіно та відеоігор також відведена, але формування її поки не завершилося. Особливо стрімко значення цих сфер діяльності розгорнулося під час пандемії від 2019-го року і по сьогодні. У деякому сенсі, ці галузі почали займати значно важливішу позицію в масовій комунікації, ніж деякі інші.

* 1. **Історичні зміни ступеня впливу кінематографу та ігор на суспільство**

Кінематограф та ігри почали об’єднуватися в питаннях впливу та реалізації відносно недавно. Говорячи про історію формування галузей, як вони є, краще розглядати сфери окремо. Це зумовлено щонайменше тим, що відеоігри є більш молодою сферою, ніж кіно, поки ігноруючи їхній симбіоз, що проявляється в сучасності.

Формування обох напрямків відбувалося цілком та повністю окремо одна від одної. На середині процесу єдиною спільною рисою в них було використання комп’ютерних технологій. Зараз деякі проєкти вже мають спільні риси, або ж взагалі об’єднуються в одне творіння, на прикладі інтерактивного кіно, що буде розглянуто протягом подальших досліджень.

**1.1.1 Кінематограф**

Формування самого кіно, як і його впливу на суспільство, почалося ще в 19 столітті. Тоді воно могло викликати шок, здивування чи навіть паніку. З появу перших рухомих зображень, люди вдалися до експериментів та перших зйомок, не дуже вдаючись до використання комунікативних можливостей рухомих картинок. Через початкову відсутність впливу на масову комунікацію, вдаватися в подробиці раннього етапу кіно в цій роботі не доведеться.

Вже на початку 20-го століття кіно розширює свій вплив. Його перестають сприймати як набір незвичайних рухомих зображень, а починають визнавати його повноцінним видом мистецтва. В той самий період формується і розуміння можливостей фільмів, як інструменту впливу на людей. Говорити про повноцінне введення в поняття «масова комунікація» поки рано, але зрушення вже є.

Одним з перших проявів такого впливу можна вважати фільм «Народження нації», який знятий американцем Гріффітом у 1915-му році. Це перша картина аж на 3 години, а присвячена вона була громадянській війні в США. Зміст фільму мав значні расистські прояви, та й взагалі призвів до масових заворушень в країні. Водночас він став і одним із найбільш успішних фільмів тих часів. Фактично, картина змогла поділити людей на два табори, та спалахнути масові заворушення.

При цьому поки мова йшла тільки про «німе» чорно-біле кіно. З появою звуків у стрічках ситуація знову змінюється – творці йдуть на експерименти, а фільми, як інструмент впливу, набирають потужності, бо можуть доносити потрібну думку не тільки через зображення, але й через звук. Починається процес активного спілкування за схемою «автор – аудиторія».

Згодом до діла підключаються пропагандисти тих чи інших рішень, напрямків, політичних сил тощо, які побачили в кіно інструмент прямого впливу на маси. Зайнявши своє місце біля апарату формування кінематографу, усі виконавці цих механізмів залишаються на місцях і до сьогодні. Кіно довго залишається важким у створенні, що дозволяє керувати контентом лише тим силам, що мають на це достатньо ресурсів.

У наш час кінематограф став значно доступнішим. Створити повноцінний фільм, наділивши його власними потрібними мотивами, може майже кожен, але питання «ресурсного вкладу» буде впливати на остаточну якість. Активно розвиваються візуальні ефекти, що використовуються в кіно, і вони дозволяють змінювати показану реальність саме так, як потрібно автору, майже без обмежень.

Беручи до уваги максимальну доступність фільмів саме для глядачів, то оцінити точну можливість впливу та комунікативні можливості кінематографу в наш час доволі важко. Люди звикли при сприйнятті інформації ототожнювати себе з кимось або чимось, що з’являється в його розумінні отриманих даних. Інакше кажучи, непомітна спроба поставити себе на місце героя того чи іншого фільму може призвести як до малозначущих, так і до значних зрушень в свідомості глядача. В який саме бік це направлятиме людей – залежить від авторів фільму та розумінні того, що відбувається на екрані, з боку самого глядача.

Новітні технологічні можливості дозволяють авторам закладати все, що вони вважають за необхідне, рівно в тому ступені, який вважають за потрібне. Це може бути як прямий тиск на відчуття та свідомість людини (здебільшого спостерігається в пропаганді чи соціальному кіно), так і непомітні моральні зрушення (відстежувані підтексти в будь-якому проєкті).

**1.1.2 Відеоігри**

Шлях відеоігор починається лише в 1947 році, коли з’явилися перші програми, які можна ототожнити з іграми. Не дивлячись на те, що деякі «машини» для розваг з’являлися і раніше в 1940-х роках, їхній вклад саме в відеоігри прийнято вважати занадто незначним. Основна проблема складалася з недостатньої розвиненості технологій та відсутності ідей для реалізації планів на перші задатки відеоігрових проєктів.

Активний розвиток ігор починається в 1960-ті роки. Починають з’являтися ідеї перших повноцінних ігор для тодішніх комп’ютерів, а також перші прототипи ігрових консолей. Надалі на основі таких розробок формувалися й перші ігрові автомати, та розвивалися ідеї ігор в цілому.

Відеоігри позиціонувалися виключно як розважальні та навіть дитячі через те, що за наявних технологій в ті часи спочатку важко було зробити щось, крім точок та ліній на екрані, що відображали б, скажімо, м’ячик та ракетку для відбивання. З розвитком технологій з’явилися перші кольорові та ускладнені проєкти, що могли зацікавити й дорослу аудиторію. У 80-х в світі вже спостерігався значний стрибок популярності ігор та консолей для них. Згодом і персональні комп’ютери стали частиною середовища ігор, хоча здебільшого на них пропонувалися текстові пригоди з простим «лінійним» оформленням, але їхня цінність була саме в складності та варіативності.

У ці періоди відеоігри викликали увагу людей лише як щось цікаве та нове для розваг, оскільки варіантів існувало не так уже й багато. Варіативність проєктів почала збільшуватися, і від перших рольових ігор почала з’являтися навіть проєкти з еротичними малюнками та історіями, що змусило деякі країни створювати відомства, що мали б контролювати контент в нових проєктах, аби у вільний доступ не потрапляли заборонені матеріали під виглядом ігор.

У 90-ті роки вже повністю формується відеоігрова індустрія зі своєю конкуренцією та «титанами» сфери. З’являються 16-бітні консолі, якість ігор зростає, як і витрати на це з боку розробників. Відеоігровий бізнес стає якіснішим, деталізованішим та впливовішим.

У 2000-х роках з’являється кіберспорт, який перетворив відеоігри на масове видовище. Формуються турніри та змагання, покращується якість виробництва, а спілкуватися з іншими тепер можна не тільки в житті, телефоном чи перших соцмережах, але й прямо у відеоіграх. З’являються перші багатокористувацькі онлайн-ігри, які пропонують замість гри, умовно, 5 на 5, потрапити величезному натовпу людей в один не менш великий ігровий світ, де можна опинитися всім в один час, і навіть спілкуватися з оточуючими.

Надалі розвиток можна ототожнити гонитвою за якістю, красою та варіативністю. Розробників зараз стримує тільки уява і кількість вкладених грошей. Доступність нових технологій зумовлює появу ігор, направлених лише на те, аби донести до користувачів якусь думку автора. Відеоігри перестали бути звичайним засобом розваг, а стали інструментом для спілкування, передавання історій, розповіді своїх власних та актуалізації актуальних проблем.

В процесі формування індустрії відеоігри вже використовувалися (і використовуються) як засіб пропаганди чи впливу на сприйняття людей, а також як засіб популяризації соціально-важливих цінностей.

* 1. **Психологічний аспект кінематографу у масовій свідомості**

Кінематограф перш за все виступає мистецтвом. Його вплив на людину може бути рівно таким, як і у будь-якого іншого прояву мистецтва – емоції, враження та аналіз. Різниця тут більше в тому, наскільки у кіно більше інструментів передання вражень та інформації, якщо порівнювати з іншими проявами культури.

**1.2.1 Основні положення**

Кіно може використовувати як максимальні можливості візуального ряду, так і звукового, розкриваючи повноцінні сюжетні чи документальні історії глядачеві під час перегляду. Від цього збільшується і спектр емоцій чи вражень, які може отримати сам глядач під час перегляду фільму. Саме це і робить його найкращим інструментом для масової комунікації в цілому, якщо говорити про види мистецтва.

Автори кінофільмів можуть використовувати свої твори для того, аби максимально чітко показати їм вигадані історії. Говорячи про документальні фільми, маємо вже чітке ознайомлення глядача з тими чи іншими фактами, з можливістю повної візуалізації всього, про що йде мова в картині.

Психологічні дослідження по всьому світі давно довели, що людина найбільшу частину інформації отримує саме від зору та слуху. Завдяки впливу на більшу частину головних «приймачів» нашого організму, кіно отримує можливість значно сильніше впливати на людину. Саме це дозволяє авторам викликати в людини саме ті емоції та відчуття, на які вони розраховували.

Усе це призводить до випадків, коли люди починають асоціювати себе з персонажами з фільмів. У деяких ситуаціях бували навіть ситуації, коли люди плутали спогади про сцени з фільмів, чи реальні спогади зі свого минулого. Це демонструє ступінь поглиблення людей в картини під час перегляду.

Сучасні психологічні дослідження доводять чимало теорій про вплив кіно на людину. Серед основних виділяють можливість впливу на самопізнання через порівняння глядача себе з персонажами фільмів. Крім цього доведено і вплив на емоційний стан. В своїх роботах кінематографісти Гінзбург, Мітта та Гарріс розглядають навіть можливість донесення до глядачів соціальних стереотипів та установок. Усе це дозволяє не тільки організувати в людині її соціальні навички, але й змінити світосприйняття, реакцію на ті чи інші події, а в деяких випадках навіть політичну позицію, якщо, скажімо, кандидат не буде входити до оновлених критеріїв та бачення людини.

**1.2.2 Кінематограф та пандемія**

Особливо добре важливість для людей кінематографу, його вплив та очікування проявилися під час всесвітньої пандемії. Ізоляція позбавила глядачів можливості відвідувати кінотеатри чи масові заходи, а смаки до обрання фільмів стрімко змінилися на користь актуальних тем. Найкращим прикладом для цього є фільм «Зараза» 2011-го року режисера Стівена Содерберга. Не дивлячись на те, що в ньому з’явилися такі зірки, як Метт Деймон, Джуд Лоу та Гвінет Пелтроу, його популярність в рік виходу була доволі поганою. Якщо оцінювати по касовим зборам, то картина потрапила тільки на 61 місце в світі за касовими зборами. Враховуючи, що ніяких бар’єрів до перегляду фільмів у кіно тоді не було, такий результат можна вважати майже провальним.

Ситуація стрімко змінюється після початку всесвітньої пандемії. Оскільки сюжет фільму виявився майже «пророчим» щодо реальних подій у кінці 2019-го, то вже за пару місяців всесвітньої пандемії його популярність виросла достатньо, аби картина опинилася на перших сходинках майже всіх рейтингів популярності.

Така ситуація зумовлена не тільки тим, що вірус у показаній картині майже по всім параметрам схожий на реальний коронавірус. Люди бачили в ньому можливість побачити, наскільки далеко може зайти реальна ситуація в пандемією, а також і таку-собі інструкцію з протидії реальній загрозі. Оскільки на початку важкого періоду в світі з постійними закриттями всіх установ, скасувань масових заходів та перенесенням всіх можливих видів робіт на віддалений режим, ніхто не міг знати, чого ще очікувати. У «Заразі» ж все вже було показано та, начебто, проаналізовано, і можна було знайти в картині можливі шляхи розвитку подій.

У підсумку фільм виступає чи на найкращим прикладом масової комунікації серед кінематографічних робіт. Він доносить до людей у віддалених частинах планети прості але важливі інструкції, дає споріднене уявлення для всіх про розвиток подальших подій, та формує об’єднану спільноту людей зі схожим уявленням про ситуацію в світі. І все це при тому, що фільм з’явився аж в 2011-му році, але дає інструкції на 2020-й.

Популярність в період пандемії набрав не тільки фільм «Зараза». Рейтинги більшості більш-менш якісних картин на схожу тематику почали рости вгору. Масовий психоз доходив до формування теорій про реальну загрозу повстання живих мерців, оскільки в більшості робіт на цю тематику все також починалося з розповсюдження хвороби, з якою дуже важко боротися. Паніка та страх перед небаченою раніше за своїми масштабами загрозою породжує нові спільноти та змінює світосприйняття людей.

На тлі таких змін чимало авторів фільмів, побачивши в усьому цьому можливість заробити, починають розробляти нові картини на тематику масових заражень. Чимала частка з них носить апокаліптичний характер, підсилюючи тим самим масовий психоз, але заробляючи чималі гроші. Інші ж просто намагаються донести до людей важливі на даний момент теми та проблеми, які можуть дійсно допомогти протистояти вірусу. У будь-якому з цих випадків, ми бачимо ситуацію, коли масова паніка породжує попит на такі проєкти, а самі вони в свою чергу продовжують підтримувати масову паніку. Замкнене коло між кінематографом та споживачем призводить до формування відносно нового напрямку в кінематографі – пандемічного, який існує як для інформування та попередження людей щодо можливих наслідків необережності та халатності людей під час масової пандемії, так і для підтримання попиту на самого себе шляхом підживленні паніки та острахів населення.

**1.2.3 Спільноти та об’єднання фанатів кіно**

Фанати кіно об’єднуються в спільноти не тільки на тлі пандемії. З моменту появи масового та доступного кінематографу в світі почалося і формування об’єднань людей за прихильністю до того чи іншого кіновсесвіту. Усе це разом має назву фанатська база франшизи. Фактично, такі бази добре підходять під частину визначення масової комунікації по відношенню до кінематографу – об’єднання різних верст населення в соціальному середовищі.

Явище формувань фанатських баз постійно тільки набирає обертів. Це можуть бути як маленькі групи людей, об’єднані любов’ю до малопопулярної франшизи, так і величезна спільнота, до якої входять люди з усіх країн світу. Найкращим прикладом для прояву соціально-комунікативних властивостей кінематографу будуть якраз фанати з другої групи зі згаданих.

Коли база фанатів стає достатньо великою, аби помітність її діяльності і реакцій було важко ігнорувати, в ній самій починає зароджуватися власний спосіб спілкування та різні манери. Наприклад, можуть з’явитися «локальні меми» (жарти, зрозумілі лише членам спільноти), звичка використовувати фрази з фільмів під час звичайного спілкування та постійне порівняння один одного з персонажами фільму.

В такі моменти найчастіше самі автори фільмів починають розвивати спільноти франшиз. З’являються масові заходи на тематику тої чи іншої франшизи, починають випускатися аксесуари та предмети одягу і т.д. Самі фанати займаються тим самим, розширюючи базу та створюючи власні заходи та бази.

Таким чином, кінематографічний всесвіт формує цілі світові спільноти. Фактично, франшизи перетворюються зі звичайних рухомих картинок, які розповідають свої історії, в інструмент масової комунікації, який формує об’єднання людей за допомогою цих самих історій, привносить з кожною новою частиною нові елементи контактування частин спільноти одна з одною, та дозволяє впливати не тільки на манери спілкування та світосприйняття членів спільнот, але й на вільний час, та можливі грошові витрати, якщо потім починається випуск тематичних товарів. Тоді сам фільм, на додаток до основних функцій, буде виступати ще й елементом рекламної кампанії.

**1.2.4 «Зоряні війни» як спільнота та Дарт Вейдер в політиці України**

Франшиза «Зоряні війни» є однією з найбільш популярних в світі. Її фанатську базу дуже важко підрахувати, як і точну кількість фільмів, серіалів, мультиків та літератури за нею. Об’єднання людей однією кінофраншизою, говорячи про «Зоряні війни», розповсюдилося настільки, що фанати мають власний повноцінний фестиваль Star Wars Celebration. Більш того, на честь франшизи святкується навіть повноцінний (хоч і неофіційний) День «Зоряних війн». Прийнято вважати, що його варто святкувати 4-го травня, але, наприклад, міська рада Лос-Анджелеса в 2007-му році оголосила 25 травня «Днем «Зоряних війн» на честь річниці випуску найпершої картини.

Такі святкування та події стали невід’ємною частиною чимало кількісті населення планети, які тим чи іншим чином відносять себе до фанатів франшизи. Це доводить можливості кінематографу об’єднувати людей в спільноти, виконуючи роль провідника.

Українська політика стала місцем, де прояв впливу «Зоряних війн» на людей став очевидним та з деякого боку, безглуздим. У період в декілька років, починаючи з 2011-го, частина політики в Україні перетворилася на свого роду масштабний соціальний експеримент за франшизою «Зоряні війни».

Усе почалося в листопаді 2011-го року, коли чоловік в костюмі Дарта Вейдера подав заяву до міської ради Одеси, аби отримати безкоштовну землю. Цей персонаж є одним з ключових злодіїв франшизи «Зоряні війни», але від того часу він почав з’являтися в українській політиці, як представник різних сил чи навіть кандидат на різні посади.

До прикладу, у 2012-му році Дарт Вейдер був першим заступником голови «Інтернет партії України». Проте, мова зараз здебільшого про його участь в президентських виборах 2014-го року, та підтримку його кандидатури з боку громадян нашої країни.

Після відкриття реєстрації на участь у виборах президента серед претендентів з’явився сам Дарт Вейдер. Він почав проводити публічні виступи, зустріч із фанатами та оголошення власної передвиборчої кампанії. З урахуванням того, наскільки нестабільною була й без того політична ситуація в країні, Дарт Вейдер здобув чималу підтримку серед громадян, і за чималою кількістю опитів, люди дійсно були готові віддати за нього голоси.

Говорячи про психологічний фактор, чимало людей робили це в жарт, і більшість з них підтримували кандидатуру лише тому, що не хотіли віддавати свій голос нікому із інших претендентів. Проте, свій вклад у таку популярність зробила і сама франшиза. Персонаж був більш, ніж упізнаваним, а його заяви та обіцянки прямим текстом відсилали нас до самих фільмів за франшизою. Люди все одно бачили в ньому такого знайомого їм персонажа, за діяннями якого вони вже спостерігали на своїх екранах.

Мова про те, що завдяки кінематографу фактично з’явився такий кандидат на керуючу посаду держави, про реальну особистість якого не було відомо зовсім нічого, але в нього вже була підтримка лише завдяки фільмам. За деяких інших обставин, популярність франшизи могла б навіть привести до того, що на місце президента України потрапив би персонаж фільму.

Проте, далі офіційної реєстрації справа не зайшла. Уже 3 квітня 2014-го року Центральна виборча комісія видала постанову «Про відмову в реєстрації Вейдера Д.О. кандидатом на пост Президента України». Потім Дарт Вейдер навіть звертався до Апеляційного суду з вимогою повернути його до списку кандидатів. Проте, суд також відповів йому відмовою.

Пізніше персонаж знову з’явився в Українській політиці під час вибору народних депутатів. Він очолив список «Інтернет партії України». Разом із ним мали б пройти й інші кандидати, замасковані під героїв «Зоряних війн».

Усі ці окремі події з української політики побудовані виключно на існуючій кінофраншизі. Популярності кандидату додала також саме вона, не розділяючи тих, хто робив це заради жарту і тих, хто дійсно вірив, що такий підхід може допомогти Україні.

Оскільки Дарт Вейдер так і не взяв участь у виборах, важко сказати, яка саме частка українців готова була поставити свою любов до цього кіно вище за обрання доленосного кандидата на пост президента України. Проте, деякі цифри ми таки можемо оцінювати – У жовтні 2015-го року петиція до президента України про призначення Дарта Вейдера прем’єр-міністром України набрала потрібні для розгляду президентом 25 тисяч голосів.

У всій цій історії кандидат під маскою персонажа фільму використав усю франшизу як інструмент масової комунікації з населенням та засобом впливу на нього. Говорячи про те, наскільки психологічно в свідомості людини кіно може примусити відсунути усвідомлення важливості свого рішення на другий план, цей приклад можна вважати одним з найкращих.

* 1. **Вибори президента України 2019: серіал «Слуга народу» як передвиборча кампанія**

Окремою темою для визначення впливу кіно- та телевізійної продукції на важливі рішення можна вважати вибори президента України 2019-го року. Тоді з величезним відривом переміг діючий президент України Володимир Зеленський, і ситуацію можна розглядати під різними кутами, але мова піде лише про передвиборчий аспект з акцентом на серіал «Слуга народу» та його вплив на населення.

Перший сезон шоу почав виходити в 2015-му році. Тоді важко було його пов’язати з виборами, але вплив на населення та формування образу Володимира Зеленського як «ідеального» кандидата почалося з першої серії. Сюжет обіграє доволі просту схему: людина з народу за збігом обставин завдяки одному лише своєму «крику душі», який потрапляє до інтернету, виграє президентські вибори та стає головою держави. Протягом шоу нам дають чітко зрозуміти, що головний герой намагається всіма силами боротися за народ та відстоювати його права та свободи, шляхом перемоги над сталою олігархією.

У 2017-му виходить другий сезон, де боротьба продовжуються, а герой під тиском всіх сторонніх сил не здається та продовжує свою боротьбу. Масштабна піар-кампанія шоу та й без того широка відомість Володимира Зеленського допомагають набору аудиторії. Не дивлячись на те, що сам Володимир не має жодного відношення до політики в реальному житті, в людей формується образ його як «ідеального кандидата». Починаються балачки про можливість його участі в президентських виборах 2019-го року, які не отримують ніякого підтвердження.

Кульмінація ситуації в цілому та використання шоу як інструмент самопросування настає саме в 2019-му році. Після відомого кроку Зеленського та телеканалу «1+1» у новорічну ніч, коли замість промови діючого президента на екранах телеканалу з’явився сам Володимир Зеленський з поздоровленнями та офіційною заявою про його участь у президентських виборах. Згодом починається передвиборча кампанія, і саме тоді виходить третій сезон серіалу «Слуга народу». Саме від партії під такою ж назвою висувається і Володимир Зеленський.

Далі розглянемо більш детально підтексти психологічного впливу серіалу на населення України та результати такого прояву масової комунікації з виборцями. Спочатку серіал дав нам «ідеального кандидату». Його назва «Слуга народу», завдяки ще двом попереднім сезонам, вже в свідомості людей асоціюється з чесністю та боротьбою за їхні інтереси. Образ самого Володимира Зеленського починає нести той самий ефект.

Кінематографічна складова в цій ситуації об’єднує людей в спільноту, яка бачить в образі головного героя шлях до кращого майбутнього України, де політична ситуація залишала бажати кращого. Недовіра до діючої влади підживлювалася позитивними образами з екранів, формуючи не тільки фанатську базу, але й спільноту потенційних виборців. Серіал виступає засобом донесення доволі простої інформації: «Слуга народу» – це добре, образ Зеленського – все зможе.

Показ третього сезону прямо під час передвиборчої агітації можна вважати найкращим PR-кроком. Вихід нового сезону допомагає глядачам згадати, що було в попередніх, а сюжет показує, що через стільки часу боротьба головного героя продовжується, і просувається доволі успішно. Через серіал автори та сам, на той час, кандидат Володимир Зеленський спілкується з виборцями, передаючи свої мотиви.

Чимало людей почали вбачати в шоу свого роду «пророцтво» на те, що буде, якщо обрати Володимира Зеленського президентом України. Проте, серіал залишається інструментом агітації, про що в своєму матеріалі говорив Директор Центру демократії та верховенства права, член Ради Реанімаційного Пакету Реформ Тарас Шевченко [21], де наведено аргументи на користь того, що цей продукт є саме агітаційним.

Результат виборів відомий – у першому турі Володимир Зеленський отримав у двічі більше голосів (30,24%) ніж його найближчий конкурент Петро Порошенко (15,95%). Другий тур став по-справжньому «розгромним», де Володимир набрав 73,22% голосів.

Оскільки на момент виборів політичний досвід Володимира Зеленського складався лише з участі в серіалі «Слуга народу» та пародійних постановах у шоу «95 квартал», можна припустити, що найбільший вплив на результати голосування здійснила саме масова комунікація в усіх її проявах, включно з показом серіалу «Слуга народу».

* 1. **Психологічний аспект відеоігор у масовій свідомості**

За час свого існування відеоігри сприймали по-різному з плином часу. Деякий час це були просто дитячі забавки, далі стало повноцінною розважальною індустрією. З’являлися острахи, що ігри викликають залежність. Існують теорії, що відеоігри можуть навіть викликати жорстокість, та побуджувати людей йти на злочини. Водночас, їх сприймають як предмет мистецтва, споріднений з кінематографом. Розглянемо всі ці аспекти більш детально.

**1.4.1 Основні положення**

У травні 2011-го року відеоігри були офіційно визнані видом мистецтва урядом Сполучених штатів Америки. З цього часу для індустрії багато чого змінилося, оскільки ігри більше не сприймали лише як розважальні додатки, які можуть викликати залежність. Вивчати ігри та їхній вплив на людину стали ще детальніше, з чим породжувалися і нові теорії.

Від моменту появи перших ігор з реалістичними елементами смерті та вбивства, з’явилися і масові теорії про те, що самі відеоігри можуть викликати в людей прояви агресії та бажання використовувати силу та зброю проти інших. Прикладом таких звинувачень можна згадати випадок з двома терактами за декілька годин влітку 2019-го року. Тоді 21-річний чоловік в торгівельному центрі Ель-Пасо вбив 20 людей та поранив ще 26, відкривши стрілянину. Через 13 годин після цього інший 24-літній чоловік вже в Дейтоні також застрелив дев’ятьох людей та поранив ще 27 [23]. Деякі представники влади в США тоді звинуватили відеоігри, відзначивши, що саме вони могли так вплинути на молодих людей, аби підштовхнути їх до такого насильства.

Тим не менш, чимало досліджень на цю тематику вже офіційно встановили, що жорстокі відеоігри не викликають агресію в користувачів. Іншими словами, психологічного тиску на психіку геймерів ігри не викликають. Прикладом такого дослідження є робота вчених Оксворда [24]. Результатом стала відсутність даних про те, що ігри якимось чином впливали на психіку та поведінку дітей 14-15 років. Для дослідження навмисно обирали вік, коли психіка дітей доволі гнучка, та могла б дійсно піддатися впливу зовнішніх факторів, таких як відеоігри.

Водночас, не секретом є і позитивний вплив відеоігор на дітей та дорослих. Якщо говорити про прямий вплив на психіку та розвиток, то останні дослідження доводять покращення моторики, реакції, уваги, зору та навичок вирішення декількох задач одночасно.

Проте, без можливих проблем нічого впливати на людину не може. Офіційно доведеним є можливість прояву залежності від відеоігор. Вона формується найчастіше від чималої кількості інших зовнішніх факторів, найчастішим з яких вважається недостатній прояв уваги з боку близьких. Разом із надмірним проведенням часу за комп’ютерними іграми все це можете призвести до прояву залежності, яку вчені споріднюють зі звичайною наркоманією. Під час дослідження діяльності мозку в залежних від ігор людей були помічені схожі сигнали, як і в наркоманів. Тим не менш, такі випадки трапляються доволі нечасто, а головними в цьому питанні залишаються інші зовнішні чинники.

На сучасному етапі ігри можна поділити на безліч типів з точки зору масової комунікації. Вони можуть бути як суто розважальні, так і повчальні, інформативні чи навіть пропагандистські. Варіантів використання ігор для передання закладеної інформації не менше, ніж у кінематографі, але в них є одна головна відмінність – занурення самого гравця в те, що відбувається перед ним. Найпростішим прикладом буде наступний варіант порівняння: коли у фільмі герой вбиває ворогів, і отримує за це нагороду – це добре, проте в грі саме вам доводиться вбивати ворогів, і саме ви отримуєте ту чи іншу відзнаку. На цьому ефекті занурення й будується головна відмінність ігор від кінематографу.

Створені за весь час відеоігри вже дуже важко підрахувати, і кожна з них має свою роль для людини. Деякі можна використовувати для відпочинку для розслаблення, інші ж вимагають прояву чималої уваги і концентрації, аби вдало виконати поставлені задачі. Сучасні проєкти давно відійшли від принципу «клацай та перемагай», і примушують гравця думати, приймати важкі емоційні рішення та спостерігати за їхніми наслідками. Чимало з них можуть моделювати ситуації з реальності, тим самим навчаючи геймерів не тільки приймати рішення в тих чи інших ситуаціях, але й замислюватися над їхніми наслідками.

**1.4.2 Detroit: Become Human як один з найкращих проявів впливу ігор на моральні та планувальні навички гравців**

Detroit: Become Human розповідає історію трьох людиноподібних андроїдів, які існують в Детройті. Усе відбувається в майбутньому, де машини стали невід’ємною частиною життя людини, а повноцінний штучний інтелект давно перестав бути мрією вчених, і тепер він існує разом із людьми.

Говорячи про психологічний вплив на гравця, то в цій грі він проявляється в величезному ступені. Основним мотивом, який лежить на поверхні, є ставлення людей до андроїдів зі штучним інтелектом, як до бездушних машин, а не до мислячих істот. Під час проходження ви зустрічаєте різних персонажів з різним ставленням до ШІ, а також можете бачити проявлення масової думки, яка проявляється в подіях навколо вас.

В процесі гри ви почергово керуєте історією всіх трьох головних героїв, аби в кінці привести їх до цілісної картини, що складається в один фінал. Проте, варіантів таких фіналів чимало, адже кожне рішення гравця відображається на майбутньому всіх персонажів. Один неправильний крок може закінчитися смертю одного з них, а декілька таких помилок закінчить вашу гру значно раніше, ніж це заплановано фіналом.

Гра вчить розумінню того, що кожне рішення має свої наслідки. Вдалий порятунок маленької дівчинки від злочинця покращить ставлення до вас оточуючих, а ось провал такого завдання призведе до більш негативного відношення. Інші рішення можуть закінчитися смертю як головного героя, так і дівчинки, або ж ви можете врятувати її ціною свого життя. І все це – лише варіанти однієї і тієї ж ситуації, де вам потрібно буде швидко обирати ваші дії, підбирати слова під час перемовин зі злочинцем, і робити все, що ви вважаєте за потрібне, спостерігаючи за тим, до чого це призведе.

Крім цього гра сильно «давить» на емоції, оскільки ситуації, у які вас закидає сюжет, можуть бути важкими в сприйнятті за будь-якого вибору. Це також зроблено для максимального наближення до життя, адже не завжди із ситуації можна знайти такий вихід, який міг би повністю задовольнити всіх.

Гра Detroit: Become Human мало виконує загальноприйняті «розвальні» функції відеоігор, але більше підходить як можливість покращити сприйняття моральних цінностей, або відчути сильну інтерактивну драму. Фактично, гра передає почуття та емоції, підштовхуючи гравців до детального аналізу кожного свого руху.

Водночас в грі розглядається чимало менш помітних, але не менш важливих моральних тем. Мова йде про те, як можна поратися з провалами, що призвели до загибелі людей, ціна вбивства, «що таке бути людиною?» тощо. Кожне рішення та кожна подія змушують гравця не тільки виконувати завдання для проходження сюжету, але й відштовхуватися від власного морального компасу, тим самим побачивши, до чого таке ставлення може призвести.

**1.4.3 Популярність відеоігор**

Станом на серпень 2020-го року кількість активних геймерів в усьому світі досягла відмітки в 3,1 мільярди людей. Фактично виходить, що іграми зараз захоплюється приблизно 40% населення Землі. Популярність індустрії з кожним роком тільки збільшується. Постає питання: чим зумовлена така популярність?

Перш за все, ігри можуть виступати способом весело провести час. Робити це можна як самостійно, так і разом з друзями. Завдяки таким можливостям ігри не тільки допомагають побачити та відчути нові світі, але й надають можливість завести нові знайомства, або скріпити старі за новою грою.

Крім цього ігри можуть допомогти вгамувати природню жагу до дослідження. Якщо в людини немає можливості відправитися досліджувати світ реальний, то у якості альтернативи можна дослідити віртуальний. При цьому, робити це можна не полишаючи власну домівку, а кількість нових світів, планет, місць і т.д. можна вважати безмежною через величезну кількість створених на даний момент ігор.

Далі в причини популярності можна поставити різножанровість. Ігри виробляють у великій кількісті можливих жанрів, тому кожен може знайти щось цікаве саме для себе. Ця цифра в 3 мільярди зумовлена тим, що всі ці геймери обирали для себе той світ, який їм подобався найбільше, та поринали в нього.

Наступною причиною хочу поставити можливість самому керувати подіями в грі. Якщо порівняти ігри з кінофільмами, то останні також мають купу жанрів, варіантів та світів, але в них ви не можете вплинути на сюжет, допомогти головному героєві досягти своєї мети, побачити, як від ваших дій може змінюватися цілий світ.

Нарешті хотілось би згадати про можливість взяти на себе безліч ролей. У відеоіграх ви можете стати могутнім героєм, геніальним детективом, героєм війни, безстрашним шукачем пригод та багато-багато іншого. Можливість відчути себе кимось іншим є доволі привабливою для чималої кількості людей, особливо, коли ви самі обираєте, ким вам бути.

Деякі з ігор також засновані на історичних подіях. Фактично, вони допомагають краще відчути та зрозуміти деякі моменти історії.

* 1. **Відеоігри як засіб комунікації**

На сучасному етапі переважна більшість ігор давно містять в собі елементи онлайну. Це можуть бути багатокористувацькі режими для сюжетних проєктів, повноцінний онлайн-модуль, або ж ігри, які налаштовані виключно на одночасну гру в них багатьох гравців.

У цьому пункті я хочу розглянути види багатокористувацьких ігор та можливості, які надаються в кожному з них для спілкування один з одним. Завдяки ним під час гри інші методи зв’язку зазвичай відходять на інший план.

**1.5.1 Онлайн-режими для однокористувацьких ігор**

Не дивлячись на те, що ігри для одного гравця нікуди не зникли і в наш час, до них зараз здебільшого розробники завжди намагаються додавати онлайн-режими. Здебільшого вони представлені як окремі поза сюжетні доповнення чи арени. Зіграти можна найчастіше в набір популярних режимів, взявши під контроль когось с героїв тої гри, у якій ви знаходитеся.

Серед популярних онлайн-режимів виокремлюють «Бій на смерть» (режим, де потрібно швидше за іншу команду вбити задану кількість гравців протилежної команди, або ж виступити «кожен сам за себе», та зайняти перше місце за тим же принципом), «Знищення» (вбити команду ворогів задану кількість разів) та «Контроль території» (захоплення більшої кількості конкретних точок на карті, та утримання їх від ворогів заданий час).

У більшості таких режимів розробники вводять текстовий та голосовий чати. Текстовий може працювати лише на вашу команду, або ж на всіх учасників матчу на ваш вибір. Голосовий у таких випадках може працювати тільки на команду.

Чати вводять гру для спілкування та планування тактики. Проте, ніщо не заважає під час матчу відійти від обговорень планів матчу, та почати спілкування на інші теми. Проте, в таких іграх доволі нечасто можна знайти довгострокові знайомства.

Здебільшого в таких іграх чати використовуються мало, а матчі проходять доволі швидко, не залишаючи широкого простору для комунікації. Усе залежить від настрою та бажання самих учасників матчу. Фактично, комунікативна роль таких ігор зводиться до мінімуму, але залишається дієвим способом спілкування команди та розробки тактики боротьби з ворогом у деяких ситуаціях.

Прикладом такого виду онлайн-ігор з сучасних ігор є шутер Call of Duty: Black Ops Cold War. Він містить повноцінну сюжетну кампанію для одного гравця, але в головному меню ви можете обрати багатокористувацьку гру, де представлені згадані режими гри для декількох гравців.

**1.5.2 «Королівська битва»**

Це жанр багатокористувацьких ігор, який здобув широку популярність відносно нещодавно. Його сенс полягає в тому, що на одну велику карту потрапляє одразу чимала кількість гравців. В середньому у популярних проєктах цього жанру ця цифра варіюється від 100 до 150 людей. Усі вони або грають кожен сам за себе, або діляться на команди по 2, 3 або 4 людини. Ігровий простір постійно звужується штучними небезпеками, які примушують гравців з усієї карти поступово рухатися в одне місце. У підсумку переможцем має вийти лише одна команда. Однією з особливостей гри є те, що найчастіше ви починаєте матч без жодної зброї в руках, і вам потрібно знайти засоби для виживання та перемоги, досліджуючи місцевість навколо вас.

Комунікація в таких режимах відбувається також за допомогою текстових та голосових чатів. Відмінність полягає в тому, що текстовий здебільшого слугує тільки для команди, а от у голосового можуть бути деякі унікальні функції. Наприклад, ви також можете використовувати голосовий чат для спілкування з командою, а можете транслювати свій голос на деяку зону навколо свого персонажа. Це дозволяє спілкуватися навіть з ворогами на невеликій відстані.

Представник такого жанру також не найкращий спосіб знайти компанію на довгий термін. Комунікативні здібності такої гри можна оцінити, як низькі, але з можливістю підняття до «середнього», за умови постійного використання голосового чату на зону навколо себе.

Одним з найвідоміших прикладів ігор такого жанру є «королівська битва» PlayerUnknown's Battleground (PUBG). У ній представлені всі згадані функції, що доступні в більшості королівських битв. Грати можна на декількох різних картах в різних складах загону.

**1.5.3 Змагальні ігри (шутери)**

Цей вид багатокористувацьких ігор дечим схожий на мультиплеєр до сюжетних проєктів. Особливість жанру полягає в тому, що такі ігри здебільшого не мають власної одиночної кампанії, і весь їхній контент зосереджений саме на протистоянні команд гравців одна проти одної.

Говорячи про шутери, найбільш розповсюдженим є формат гри 5 на 5. Основним режимом такого виду ігор є саме гра на знищення команди супротивника або виконання поставленої задачі (врятувати заручників, закласти вибухівку тощо). Перемогу здобуває та команда, яка переможе у визначеній кількості раундів. Всередині протистояння проводиться зміна сторін, аби вирівняти шанси команд, давши можливість зіграти на обох полях.

Саме навколо змагальних ігор будується значна частина сучасної кіберспортивної арени. За іграми цього жанру проводять турніри на десятки мільйонів доларів, які за нормальних умов збирають тисячі прихильників в одному місці, та мільйони глядачів на онлайн-трансляціях.

На даний момент найвідомішим представником шутерів виду «змагальні ігри» можна вважати Counter Strike: Global Offensive (CS:GO). Кількість звичайних користувачів у грі продовжує бити рекорди з одночасного онлайну, а також цій дисципліні відведені найбільші кіберспортивні турніри в даній категорії.

Говорячи про комунікативні можливості таких проєктів, то тут знову використовуються текстові та голосові чати. Текстові можна використовувати як для спілкування з командою, так і з супротивниками, а от голосовий може бути використано лише для розмови з командою. На відміну від інших наведених тут прикладів, у цій категорії значно вищу позицію з важливості займає саме голосовий чат. Кожен гравець знаходиться в рівних умовах один з одним, тому в грі дуже важливою є чітка координація дій та тактики. Швидко відписати потрібні дані в текстовий чат вдається не завжди, тому гравці віддають перевагу постійному спілкування в голосовому чаті. Може дійти до того, що при формуванні групи на гру наявність мікрофону для спілкування може бути обов’язковою. Рівень комунікації цього типу можна оцінити як «високий», а шанс знайти собі компанію на наступні ігри значно вищий, оскільки протягом гри можна «зігратися» з командою, і вирішити продовжити грати далі разом.

**1.5.4 Змагальні ігри (MOBA)**

Multiplayer Online Battle Arena (вони ж MOBA) ігри відносяться до категорії змагальних. Це окремий жано ігор, який характеризується тим, що під ваш контроль дається на вибір один герой зі своїми унікальними здібностями. Команди 5 на 5 потрапляють на одну арену з декількома лініями, на яких постійно з’являються ваші та ворожі юніти, що рухаються до бази супротивника. Ціль матчу – знищити ворожу базу.

MOBA також відносить до найбільш популярних жанрів відеоігор – як серед простих гравців, так і на кіберспортивній арені. Фактично, саме за однією з таких ігор, DOTA 2, проводять наймасштабніший та «найбагатший» за призовим фондом турнір The International. Для прикладу, цього року призовий фонд турніру склав 40 мільйонів доларів.

Як і в усіх змагальних іграх, MOBA вимагають координації дій членів команди, тактики та співпраці. Саме тому важливість ігрових чатів тут посідає значне місце. Як і в інших представників багатокористувацьких ігор, тут є як текстовий, так і голосовий чат. На відміну від шутерів, у цьому жанрі не віддається значної переваги саме голосовому спілкуванню, а важливість обох видів чату є приблизно рівнозначною. Ступінь комунікативності тут можна оцінити як «переважно високий». Проте, він не є настільки обов’язковим, як у випадку з шутерами.

**1.5.5 Масова багатокористувацька онлайн-гра (MMO)**

Ця категорія ігор передбачає одночасну участь великої кількісті людей в одному великому віртуальному світі. Геймери можуть взаємодіяти між собою в реальному часу, випадково зустрічатися під час дослідження та об’єднуватися в команди для виконання тих чи інших задач.

Основною метою таких проєктів є введення людей в один світ, у якому вони будуть об’єднуватися, спілкуватися, та досягати нових вершин разом. Здебільшого в такі проєкти майже неможливо грати самому, оскільки більшість завдань, небезпечних локацій та спеціальних ігрових зон призначені для проходження групою людей.

Оскільки такі ігри дуже тісно пов’язані з соціальною складовою, то можливостей для комунікації тут ціла купа, але зав’язані вони в переважній більшості на текстових чатах. Особливістю є види цих чатів. Гравці можуть писати в чат, який побачать тільки люди, що поруч з ним, в чат окремої локації в цілому, в чат міст, всесвітні чати для пошуків групи та чати окремих об’єднань гравців (клани, гільдії тощо).

Ступінь комунікації тут найвища, оскільки без соціальної складової в іграх типу MMO просто не обійтися. Можливість знайти собі компанію на подальші ігрові активності також на високому рівні, а постійно об’єднуватися з іншими користувачами для загального прогресу просто необхідно.

**1.5.6. Узагальнення та суміжні комунікативні функції багатокористувацьких ігор**

Багатокористувацькі ігри можуть виступати мостом між людьми з віддалених кутків світу, з якими вони б ніяк не почали спілкування за інших обставин. У більшості таких проєктів використовується система «підбору команди», яка обирає вам партнерів на матч з пріоритетом на ваші ігрові здібності, а тому це може бути будь-хто та з будь-якої країни.

Водночас, більшість онлайн-ігор втрачають деякі свої ознаки масової комунікації. Мова йде про пункт «інформування», оскільки протистояння в подібних матчах не несе в собі жодної інформації в глобальному розумінні. Натомість значно посилюється функція об’єднання різних верст населення та людей з різних куточків світу. Актуальним залишається і формування ігрових спільнот з фанатів тих чи інших франшиз.

Онлайн-відеоігри можуть слугувати таким-собі мостом, який об’єднує гравців у команди для досягнення спільної мети. У процесі може зав’язатися спілкування та обмін інформацією. Говорячи про масово-комунікативний аспект, як і зазначалося вище, багатокористувацькі ігри втрачають одну ознаку відповідності до масової комунікації, підсилюючи інші з них.

**1.6 Відеоігрові індустрія та спільнота під час всесвітньої пандемії**

Всесвітня пандемія вплинула на розвиток чималої кількості сфер, які направлені на проводження часу вдома. Відеоігрова індустрія також потрапила до цього списку. Більшість компаній з розробки відеоігор з початку пандемії постійно б’є свої рекорди з проданих копій проєктів чи аудиторії «онлайн». Питання в тому, як саме відеоігри змогли дати населенню не тільки можливість проводити по декілька годин на день за вивченням нових світів, але й залишатися на зв’язку з іншими людьми, незалежно від відстані.

Завдяки розширеним можливостям відеоігор щодо взаємодії гравців у ігрових світах, гемерав вдавалося під час ізоляції ніколи не залишатися на одинці, якщо цього не хочеться. Звичайно, активному заохоченню населення сприяли і самі розробники ігор, влаштовуючи постійні знижки на свої проєкти та роздаючи різні подарунки. Це сприяло популяризації ігор серед населення, і тим самим розширило комунікативний міст, який будують ігри між людьми.

Під час пандемії значно більшої популярності набули всі онлайн-проєкти, які допомагали так чи інакше контактувати з аудиторією. Не дивлячись на іноді довготривалу відсутність реального спілкування, люди не втрачали комунікативних навичок.

Проте, хоч пандемія і позитивно вплинула на розвиток ігор та зріст їхньої популярності, самі розробники теж немало постраждали від неї. Як і будь-яким іншим, компаніям-розробникам доводилося закриватися, переходити на віддалену роботу та відкладати довгоочікувані геймерами релізи нових ігор. Тільки коли всі змогли призвичаїтися до нових умов роботи, розвиток почався з новою силою.

Разом із підсиленням пандемічних обмежень, посилювалась і активність людей в усіх мережах. Спільнота геймерів також входить до цього показника. Окрім комунікації в самих іграх значно підсилюється і активність в інтернеті. Часто це були підтримка діяльності спільнот, але росла і невдоволеність ситуації з відкладеннями, через що формувалися і нові спільноти, які виражали негативні думки в активному режимі.

**1.7 Фільм «Ліга справедливості» як приклад впливу індустрії кіно на людей, та людей на індустрію кіно**

Фільм «Ліга справедливості» став у свій час у кіноіндустрії одночасно приводом для найгучніших скандалів та найбільшої радості фанатів всесвіту DC Comics. Крім того, він є унікальним прикладом сили впливу спільноти на кінематограф, а водночас і показником того, як провал довгоочікуваного проєкту може обернутися гнівом величезної групи людей по всьому світі.

Початково планувалося, що фільмом «Ліга справедливості», де мають об’єднатися всі вже відомі та ще невідомі герої кіновсесвіту DC, продовживши закладену історію, займатиметься режисер «Людини зі сталі» та «Бетмена проти Супермена» Зак Снайдер. Проте, у травні 2017-го року, коли робота над картиною вже йшла повним ходом, а відзнятого матеріалу вже було більше, ніж багато, режисер заявив, що не може більше займатися проєктом через сімейну трагедію – смерть його дочки.

На його місце прийшов Джосс Уідон, і відтоді все пішло шкереберть. Фактично, йому залишалося всього-лише дозняти декілька сцен, скласти все це в цілісну картину та випустити в прокат. Проте, режисер вирішив зробити фільм на свій лад, практично повністю змінивши головну концепцію, закладену Заком Снайдером. Коли 16-го листопада 2017-го року фільм з’явився у широкому прокаті, почалася історія протистояння спільноти, кіностудії Warner Bros. та самого режисера Джосса Уідона.

Говорячи про соціально-комунікативні можливості кінофільмів, картини можуть об’єднувати людей спільною думкою. Не дивлячись на те, про що саме розповідає ця стрічка, думка може стосуватися не тільки самого фільму, але й компанії, яка займалася його розробкою.

М’яко кажучи, фільм визнали жахливим провалом, фанати по всьому світі почали виступати проти такої версії картини, а Warner Bros. разом із Уідоном почали звинувачувати в тому, що вони повністю зіпсували задум першого режисера Зака Снайдера. Відтоді, спільнота почала нарощувати темпи невдоволення, об’єднуватися та виступати проти компанії, з вимогою показати те, над чим працював сам Зак Снайдер.

Невдоволення людей тільки росли, а пізніше їм на допомогу прийшли самі актори, які знімалися у фільмі. Виявилося, що неякісна версія фільму – це не єдине, чим режисер Джосс Уідон заслуговує на негативне ставлення. Першим проти нього виступив актор Рей Фішер, який заявив про «грубу та непрофесійну» поведінку режисера на знімальному майданчику. Натиск фанатів та актора примусив Warner Bros. навіть почати внутрішнє розслідування, аби виявити реальність порушень правил поведінки з боку режисера.

Забігаючи наперед, інші актори доволі довго мовчали про ситуацію з Джоссом Уідоном. Тільки в квітні цього року вони вирішили підтвердити слова Рея Фішера, які він озвучив у своєму новому інтерв’ю. Виявилося, що мова йшла не тільки про грубість, але навіть про погрози «зруйнувати кар’єру» деяких акторів, що брали участь в картині.

Повертаючись до перших звинувачень та ситуації після виходу першої версії «Ліги справедливості» варто знову згадати про реакцію спільноти. Повний провал картини та такі звинувачення примушують фанатську спільноту діяти рішуче: об’єднані ідеєю побачити «адекватну» версію довгоочікуваного фільму, прихильники починають масово вимагати випустити режисерську версію «Ліги справедливості» Зака Снайдера, якщо така є. Починаються прохання, відправляються листи до Warner Bros., а також лунають і погрози в адресу керівництва компанії. У зв’язку з цим її представники рішуче заявляють, що такої версії просто не існує.

Проте, невдоволення спільноти не стихає, а лише перемикається на Джосса Уідона через звинувачення в його адресу та відності хоч якоїсь інформації щодо розслідування. Згодом на публічну «арену» повертається і сам Зак Снайдер, який повідомляє, що його режисерська версія фільму хоч і не завершена, але існує, і він навіть демонстрував деякі фрагменти з неї в мережі. Після цього тиск фанатів посилюється. Кінематограф та компанія Warner Bros. стають найбільш обговорюваними темами, а вимоги дати можливість Снайдеру завершити свою картину не будуть стихати до тих пір, доки величезній компанії, яка має всі ресурси для відстоювання своєї позиції в будь-якому суді, не доводиться здатися та оголосити про старт роботи над режисерською версією «Ліги Справедливості».

У підсумку, ми маємо наступну ситуацію: усе почалося з першої версії фільму. Кіно породило тему для обговорення, яка перетворилася на невдоволення, обурення та масову критику. Лише один фільм зміг не просто прокласти міст між віддаленими фанатами франшизи, а й об’єднати їх спільною ідеєю невдоволення та побудити до дій.

Інші фактори, як звинувачення проти Джосса Уідона, були скоріш «паливом» для підтримання настрою, але не причиною Маємо просту схему: компанія випускає фільм; фільм впливає на людей; люди починають впливати на компанію. Один кінофільм не просто породив ідею відстоювання власного бачення невдалого фільму, а створив коло, у якому самі творці картини опинилися головним супротивником спільноти.

**1.8 Висновки до Розділу І**

На сучасному етапі кінематограф та ігри займають важливу роль в житті чималої кількості людей. Мова йде не тільки про розважальний фактор, але і про соціально-комунікативний. Кінофільми, як і ігри, здатні об’єднувати людей в спільноти, складати їхнє світобачення та змінювати деякі життєві орієнтири. Водночас, є ризик нав’язування соціальних стереотипів, у залежності від обраного для перегляду чи гри продукту.

Кіноіндустрія зараз формує бачення та смак людей, бажання та їхні плани, якщо вони перетинаються з виходом довгоочікуваного проєкту. Звичайно, людина сама обирає, до якої історії хоче себе віднести, і абсолютно кожен фільм не зможе достатньо вплинути на кожного, але якщо творцям вдалося «зачіпити» потенційного глядача, то вплив їхньої роботи на нього може набувати величезного ступеня, який може доходити до повного наслідування образу героя кінофільму.

Ігри, в свою чергу, розповідають свої історії геймерам через їхні ж дії. Вони можуть не тільки нав’язувати закладені емоції та почуття, але й примушувати використовувати логіку, та провокують на необачні рішення, караючи наслідками в грі. Водночас вони можуть об’єднувати людей з усіх куточків світу в реальному часі, споріднюючи їх однією метою та ціллю.

**РОЗДІЛ ІІ. ВПЛИВ КІНЕМАТОГРАФУ ТА ІГОР НА СУСПІЛЬСТВО НА ПРИКЛАДАХ СУЧАСНИХ ПРОЄКТІВ**

З підвищенням популярності фільмів та ігор, їхні автори отримали не тільки нові можливості для передачі власних історій, але й простір для вигідного впливу на населення. Все частіше з’являються проєкти, які несуть у собі підтекст, що передає ставлення автора, та в якомусь сенсі нав’язує свою думку.

Масова-комунікативні здібності кіно та відеоігор ростуть прямопропорційно до збільшення аудиторії. Для досягнення мети автори починають «грати» з актуальними світовими проблемами, обирати теми, які найбільше обговорюються на даний момент, та використовувати всі ресурси створення кіно для просування ідей як своїх, так і своєї країни.

У практичній частині роботи розглядаються декілька конкретних прикладів продукції кіноіндустрії та ігрової індустрії. Мною був проведений аналіз обраних проєктів, їхнього сюжету, засобів подачі інформації та ступені використання актуальних тем для популяризації тих чи інших теорій. Серед головних підтекстів вирізняється політичний та пропагандистський.

Крім розгляду конкретних проєктів також проведено розбір масштабної скандальної ситуації в ігровій індустрії, який вплинув на положення справ в крупній світовій компанії, де одним з головних чинників був контент, що компанія створювала для відеоігор.

Метою цих конкретних досліджень є аналіз та доведення ступеню соціально-комунікативного впливу кіно- та ігрової індустрії на населення, використання кіно та ігор для популяризації політично-вигідних настроїв та можливості прояву в продукції компанії соціальних проблем, пов’язаних із токсичністю на робочих місцях.

Для проведення дослідження мною були переглянути розглядувані в роботі проєкти. Цитування та згадування відбувається тільки словами офіційного перекладу, або оригіналом, якщо такого немає.

**2.1 «Смерть 2020-му» – пандемія та політика під комедійною вуаллю**

2020-й рік видався важким з багатьох причин. У соцмережах люди постійно кликали його «найгіршим роком», а спільнота «ненависті до 2020-го» сформувалася просто на очах. Саме під кінець цього року, 27 грудня, на стрімінговому сервісі Netflix виходить псевдодокументальний фільм «Смерть 2020-му».

Картина зосереджена навколо основних подій, що відбулися цього року. Показаний він у жанрі «псевдодокументальності» з комедійним підтекстом. Маса іронії, жартів та кумедних заяв «експертів», які зовсім не розуміють, що відбувається.

Сюжету в картини як такого немає, і вона просто переповідає події 2020-го року в своєму власному стилі. Мова заходить про лісні пожежі в Австралії, політичні зміни, вибори в США, та, звичайно, пандемію. Кожен пункт автори подавали окремо, як це прийнято в документальних проєктах, аби глядач міг зрозуміти та побачити кожну частину шоу окремо одна від одної. Проте, в картині легко відслідкувати провідну роль політичної теми, до якої автори повертаються значно частіше, ніж до інших.

Проте, за комедійністю та неприкритим сарказмом криється трохи більше, за звичайну спробу посміятися. Політичні теми доходять до висміювання, пандемічні – до критики, а катаклізми перетворюються на предмет відволікання. Розберемо кожен пункт детальніше, аби зрозуміти, де саме за комедійною вуаллю приховали політичні заклики та пандемічні застереження.

2020-й рік дійсно став поворотним для США, щонайменше тому, що в ньому пройшли вибори президента, де після них Дональда Трампа на цій посаді змінив Джо Байден. Саме про першого з них більше всього йде мова в «Смерті 2020-му». Картина намагається із сарказмом висвітлити кожен гучний вчинок Трампа та його адміністрації, повертаючись до обговорення теми їхньої діяльності за першої ж нагоди.

Пожежам в Австралії та глобальним проблемам приділили трохи часу на самому початку картини, а потім до них вирішили особливо не повертатися, зосередившись на політиці та пандемії, періодично згадуючи про інші гучні події року.

Що ж до Трампа, то картина не ховає ставлення авторів до нього. Спікер, який на фоні коментує всі події, може прямо висловитися про «дурні» вчинки колишнього президента, а всі його промови прямо зустрічаються лише іронією та сарказмом. Фільм наштовхує глядачів на сприйняття всієї цієї інформації саме в саркастичному ключі, і не дає можливості подумати про все це об’єктивно.

Якби картина вийшла до виборів у США, то її можна було б звинуватити в антипіарі одного з кандидатів на посаду президента. Проте, випускати такий фільм до завершення року було б дивним, оскільки він позиціонується як псевдодокументальний огляд усього 2020-го. За будь-яких обставин, не важко прослідити в ньому лояльність до одних політичних сил, та неприязнь до інших. Щоправда, лояльність тут більше проявляється у відностні прямої критики діяльності, а не в прямій підтримці.

Адміністрація та спікери Трампа отримали окрему увагу в картині завдяки одному вигаданому персонажу – Лізі Кудроу, яка виступає «неофіційною речницею Білого Дому. Грає її Лізі Кудроу, відома за роллю Фібі у ситкомі «Друзі». У контексті імпічменту Дональда Трампа згадали і про Україну, заявивши від імені тодішнього президента, що її просто не існує.

Дивлячись цей момент з точки зору саме жителя України в людей виникає внутрішня відраза до такої заяви. Акцентування уваги глядача на такій деталі одразу наштовхує на думку про те, наскільки недобросовісним може бути представник адміністрації президента США. Тільки після цього може прийти розуміння того, що зараз ми дивимося псевдодокументальний фільм, але картина використовує якісні прийоми швидкого переключення уваги, аби отриману інформацію важко було аналізувати довго. Це допомагає як комедійній направленості фільму, так і його впливу на політичне сприйняття.

Далі основною темою стала пандемія. Проте, автори не полишали при цьому теми політики і Трампа. Фактично, кожна тема, яка розглядалася в фільмі, так чи інакше прив’язувалася до політичного підтексту. Картина активно критикує реакцію діючої на той момент влади на розповсюдження небезпечної хвороби.

Фактично, вся картина будується навколо опису реальних подій 2020-го року, які розбавляються періодичним гумором, кумедними коментарями «експертів» та політикою. Усе це видається звичайним комедійним проєктом, проте його розглядані теми достатньо вплинули на весь світ, аби розбір усіх цих тем тепер впливав на людей. Політичні підтексти на кінець року підсилюють негативне ставлення населення до «невигідних» політичних сил, а постійні згадки про коронавірус та критика реагування США примушують знову замислитися над тим, а чи зараз можна вважати, що ми тепер повноцінно в безпеці?

Не дивлячись на те, що фільм присвячений усім аспектам та гучним подіям 2020-го року, чимало подій було проігноровано, або про них згадали лише в «нарізках» відео, що характеризують рік. Усе для того, аби звільните місце політичній темі США, виборам, та програшам Дональда Трампа.

Не дивлячись на те, що фільм уже неможливо було віднести до антипіару в адресу Трампа перед виборами, підтекст картини все одно шкодить репутації колишнього президента США. Справа в тому, що на момент виходу фільму Трамп усе ще намагався відстоювати свої політичні позиції та виступати проти нового президента. Фільм дуже сильно концентрується на його невдачах, тому «Смерть 2020-го» перетворюється на «найбільші невдачі Дональда Трампа у 2020-му» з розбивкою іншими світовими кризами.

Картина ставить перед собою мету не просто висвітлити та висміяти, а дискредитувати образ колишнього президента в очах глядачів, тим самим донести до них інформацію про правильність вибору нового голови США. Звичайно, автори не могли не вдатися до хоч якихось жартів про Джо Байдена, але всі вони більше стосувалися його зовнішності та віку, у той час як про Трампа лунали звинувачення у неправильності політичної діяльності, реагуванню на коронавірус і так далі.

Розглянувши фільм з точки зору виключно як інструмента соціальної комунікації, ми отримуємо звичайний новий приклад політичного впливу на населення. Переважно – США, оскільки саме на цій країні концентрується стрічка. Картина наче розжовує всі помилки діючої влади за 2020-й рік, обертає їх у пояснювальні жартівливі звороти коментатора на фоні, та передає людям для того, аби сформувати їхнє бачення ситуації.

Відволікти увагу автори намагалися і дещо карикатурним образом королеви Великобританії Єлизавети Другої, яка начебто коментувала все, що відбувалося в світі. Показували її доволі мало, і розмови про саму королеву у жодному кадрі не йшло.

Окремо ж варто відзначити увагу, яку приділили в фільмі руху Black Lives Matter («Життя чорних важливі»). Нагадаємо, що вся історія почалася з того, що декілька поліцейських перевищили свої повноваження під час затримки американця Джорджа Флойда. Поліцейський притиснув його до землі коліном, натиснувши на шию, і тримав так близько семи-восьми хвилин. На наявних відеозаписах від очевидців можна почути, як спочатку Флойд благав дати йому дихати, а згодом перестав рухатися, на що поліція ніяк не відреагувала. У підсумку Джорджа забрала «швидка», і згодом лікарі констатували його смерть. Незабаром поліцейських, причетних до справи, було звільнено після хвилі критики з боку користувачів соцмереж, громадських організацій та спільнот. У підсумку тема відношення до темношкірих людей стала головною у цій ситуації, і переросла вона в масові протести, мітинги, заяви, руйнування і т.д.

У фільмі «Смерть 2020-го» доволі чітко формується лояльність до руху Black Lives Matter. Частина експертів та коментаторів, які виступали в картині, й самі були темношкірими, що надавало ваги їх словам, не дивлячись на саркастичність всієї картини. Усіма методами фільм нав’язує глядачеві підтримку до цього руху, прямо критикуючи дію поліцейських та влади. Звичайно, загадали у цьому питанні і про Дональда Трампа, підсиливши негативне ставлення до нього через його рішення розганяти силою протести.

Закінчується картина більш позитивним ключем – новинами про першу вакцину від коронавіруса, що має незабаром з’явитися. Вирішальні підсумкові слова коментатора намагаються передати глядачам надію на майбутнє, даючи можливість поглянути на 2020-й з гумором.

У підсумку, у фільмі «Смерть 2020-му» ми маємо доволі просту псевдодокументальну структуру, зосереджену на політиці та прямому висміюванні колишнього президента США Дональда Трампа. Проте, картина не намагається збрехати глядачам чи переконати їх в реальності вигаданих фактів. Автори лише взяли найвигідніші для історії моменти реальності, і занесли їх до фільму. Маємо типовий прояв «напівправди» у сучасних проєктах.

Від масштабної критики фільм рятує лише те, що він початково позиціонує себе, як «псевдодокументальний», хоча всі факти, наведені в ньому, повністю реальні. Картина як формує сприйняття деяких ситуацій на свій намір, так і підживлює вже наявні у людей негативні емоції. З точки зору нової інформації він цінності не несе, але все одно може виступати непоганим інструментом впливу на політичній арені та в спекуляціях щодо коронавірусу.

**2.2 «Крим – шлях на батьківщину», або російська пропаганда на кінематографічних засадах**

Можливість зняти повноцінний фільм у наш час має майже кожна людина з камерою, а питання залишається тільки в якості та розповсюдження матеріалу. Такими простими методами скористалися і російські ЗМІ і конкретно «журналіст» Андрій Кондрашов. У 2015-му році, після всіх подій з незаконною окупацією Криму, після Майдану в Україні, після активної діяльності спецслужб Російської федерації на території нашої країни в світ виходить фільм під назвою «Крим – шлях на батьківщину». Його починають активно розповсюджувати по всім можливим платформам, закликати людей до перегляду та нав’язувати думку про те, що все показане в цій стрічці – правда.

Фільм позиціонується як «документальний». На відміну від попереднього прикладу зі «Смертю 2020-го», вплив та мотиви цієї картини не прикриваються ні гумором, ні коментарями, ні відволікаючими вставками. Перед нами постає пряма неприхована пропаганда, виправдання всіх вчинків Росії та бойовиків у Криму, та нав’язування людям думки про те, що анексія півострова – це повернення «історичної території на батьківщину».

Провідною темою картини є велике інтерв’ю з головою Російської федерації Володимиром Путіном, та ще серія менших бесід з людьми, які так чи інакше пов’язані з окупацією Криму, російськими спецслужбами та армією. Усі в один голос кличуть події на Майдані – терактом, анексію півострова – визволенням, патріотів України – фашистськими націоналістами.

Для документального фільму в картині відслідковується занадто багато однобоких тверджень та «фактів», які підкріплюються лише заявами спікерів. Крім того, фільм підтримує наміри Росії використовувати зброю проти українців та морські провокації іноземних кораблів шляхом приведення наземних ракетних установок в бойову готовність.

Створюючи пропаганду під виглядом документального фільму, автори фактично підтверджували більшість тих заяв, які в реальності офіційно заперечувала Росія. Більш того, у самому інтерв’ю, що вийшло на екранах, Володимир Путін також не цурається всього, що так активно намагався приховати, включно з присутністю російських військових на території Криму під час «перевороту».

Це у свій час помітили і за кордоном. Після виходу фільму представник держдепу США Джен Псакі виступила з заявою про новий фільм. За її словами, Росія фактично підтвердила своє втручання в події в Криму, а також готовність до використання більш жорстких методів, включно з приведенням до бойові готовності ядерну зброю.

Так званий «документальний» фільм мав настільки неприкриті пропагандистські настрої, що це помітила навіть автоматична перевірка сервісу YouTube. При спробі подивитися фільм на цій платформі з’являлося попередження про те, що фільм містить пропагандистські матеріали, та може бути неприйнятним для деяких глядачів. Крім цього можна було зустріти попередження про «шокуючий контент».

Далі фарс тільки посилювався. У мережі та ЗМІ з’являлися повідомлення про те, що фільм примушують дивитися школярів у Криму. Більш того, полишати приміщення під час перегляду категорично заборонялося, і навіть необхідність відвідати медичний пункт не була достатньо вагомою причиною

«Крим – шлях на батьківщину» можна вважати яскравим проявом прямої пропаганди з використанням можливостей кінематографу. Якщо здебільшого картини з політичним чи провокаційним підтекстом намагаються приховати наміри авторів за спеціальними прийомами кінематографу, то тут усе викладається напряму. Протягом усієї картини ми бачимо нав’язування правильності всіх вчинків Російської федерації на території Україні, всіх рішень діючого президента РФ Володимира Путіна.

Усі ці заяви підкріплюються «доказами» того, наскільки жителі Криму були раді «поверненню» до Росії. Процес анексії виставляють як визволення та врятування. Звичайно, жоден фільм не може обійтися без головного злодія, і ним в картині виступала Україна. Усе, що стосується діяльності нашої країни та українських громадян з активною патріотичною позицією виставлялося як спроба нашкодити «добрим» намірам РФ.

Фільм не ставить цілі проінформувати та розповісти глядачам про якусь історію, як це прийнято в документальних проєктах. Ми бачимо лише пряме нав’язування та переконання всіх, хто бачить це кіно, в думці авторів та голови Російської федерації Володимира Путіна.

Картина має на меті об’єднати всіх глядачів у єдиний фронт, який би підтримував Росію в інформаційній та фізичній війні з Україною. Соціально-комунікативні можливості кінематографу використовуються виключно для пропаганди. Інформування при цьому відбувається лише з вигідного для авторів боку, не включаючи хоч якісь подробиці, що могли б сколихнути складену картину подій.

Такий прояв кінематографу став найбільш актуальним під час сучасного етапу протистояння з Росією на сході України. Спроби видавати пропаганду під виглядом цікавого кіно стали частиною інформаційної війни.

**2.3 «Диво-жінка 1984» як приклад впливу політично-нейтрального фільму на людей**

У попередніх пунктах моєї роботи розглядалися фільми, які так чи інакше містили політичний підтекст. У сучасності куди більшої популярності набувають політично-нейтральні фільми. З останні прем’єр для дослідження я обрав «Диво-жінку 1984», оскільки події цього фільму розгортаються у вигаданому всесвіті, де існують супергерої з надприродними здібностями, а також немає жодних згадувань чи навіть реплік реальних людей, про яких так чи інакше могла піти мова у фільмі, як це було в попередніх розглядуваних стрічках.

«Диво-жінка 1984» розповідає про супергероїню, відому як Диво-жінка, та її протистояння силам зла. Фільм повністю фантастичний та заснований на коміксах DC Comics. Розглядати в своїй роботі зв’язок фільму та коміксів та відповідність картини канону я не буду, а спробую виділити основні соціально-комунікативні функції, які може виконувати картина такого жанру.

Цей приклад пропоную взяти за основу, за допомогою якої може будувати соціально-комунікативна модель будь-якого проєкту схожого напряму, який потрапляє під такі критерії:

* Повна відсутність зв’язку з реальною політикою;
* Фантастика;
* Відсутність інформативності в прямому значенні;
* Відсутність представників неприйнятних спільнотою категорії людей (фашисти, расисти і т.д.).

Додати до цього переліку останній пункт я вирішив тому, що у випадку наявності таких персонажів, підтекст фільму та повчальний зміст може суттєво відрізнятися від одержаних результатів цього аналізу, оскільки центр уваги соціальних проблем може зміщуватися. Також у такому випадку реакція спільноти на фільм може суттєво відрізнятися від середньостатистичної, через наявні прояви токсичної поведінки когось із персонажів.

Повертаючись до «Диво-жінки 1984», це доволі проста історія про протистояння добра та зла. Проте, автори вирішили ускладнити провідний мотив, не створюючи яскраво вираженого ворога, який просто хоче, скажімо, знищити людство. У фільмі намагаються гратися з «відтінками сірого», а тому головним супротивником тут виступає не типовий лиходій, а людина, що хотіла зробити світ та життя своєї родини кращими, але зайшов надто далеко в своїх бажаннях, вдавшись до сили, яку надзвичайно важко контролювати.

Подібні картини зазвичай розповідають нам прості історії, але завжди мають повчальний підтекст. Тут ми можемо прослідити ідею того, що цілі не завжди виправдовують засоби, а зі своїми бажаннями варто бути обережними, бо нічого не дається просто так.

Говорячи ж про соціально-комунікативні можливості цього кінофільму, то вони значно менші, за документальні проєкти, але й несуть в собі зовсім інші мотиви. Фільм повчає та закликає до об’єднання. Як і всі роботи кінематографу, він має свою фанатську базу, яка буде формувати спільноти, члени якої будуть об’єднані загальною ідеєю фільму.

Розписати наявні та відсутні ознаки соціальної комунікації через цей фільм можна так:

* Не містить прямої інформативної функції;
* Відсутні пропаганда та заклики;
* Не нав’язує власні ідеї та цінності;
* Повчає;
* Передає історію від автора до глядача;
* Об’єднує людей в спільноти.

У сучасному світі такі фільми є надзвичайно важливими для людства, оскільки вони допомагають відволіктися від реальних проблем, та зосереджують увагу на новій для глядача історії. Наявність позитивного героя дає змогу людям ототожнювати себе з ним, даючи нові шляхи до розвитку особистості.

**2.4 Індустрія відеоігор як засіб виявлення та боротьби з токсичністю, расизмом та харасментом на робочих місцях**

Ігрова індустрія може відігравати в житті людей не менш важливу роль, як і самі ігри. Крім розгляду соціально-комунікативного аспекту сучасних ігор спочатку у моїй роботі будуть розглянуті деякі випадки з ігрової індустрії, які приводили до масових обурень, критики, та в підсумку зсувань зі своїх постів найважливіших фігур всесвітніх компаній чи ігрових студій.

Токсичність на робочих місцях стала доволі важливою темою всесвітніх дискусій. Останнім часом усе частіше люди вдаються до політики «признань» та розголосу, і починають відверто розповідати про всі випадки непристойної чи неприпустимої поведінки з боку керівництва чи колег, включно з токсичністю, расизмом, сексизмом і т.д.

Ці проблеми не обійшло боком і відеоігрову індустрію. Розробники ігор та члени персоналу компаній систематично можуть ставати жертвами булінгу, сексизму чи расизму. Довгий час, як і в інших установах, усе це приховували та ігнорували, проте є декілька нещодавніх випадків, коли сучасні тенденції допомагали вивести все, що відбувається, на загальний розгляд.

Як не дивно, але в чималій кількості випадків схильність керівництва до того чи іншого прояву токсичності може відображатися і в кінцевому продукті компанії. Помітні негативні ставлення до тої чи іншої версти населення може привести до того, що в грі компанії таких персонажів або просто буде дуже мало, або ж саме їх будуть виставляти злодіями.

**2.4.1 Токсична поведінка керівництва компанії Ubisoft та її прояви у іграх компанії**

Така ситуація відбулася у відомій компанії Ubisoft. Правду вдалося встановити завдяки признанню робітників компанії та детального розслідування відомого журналіста Джейсона Шраєра для видання Bloomberg.

Почалося з того, що деякі співробітники компанії почали відверто скаржитися на те, що керівництво компанії примушує працівників терпіти постійні прояви сексизму та расизму, а також дозволяють собі непристойну поведінку по відношенню до своїх підлеглих. Після проведеного розслідування, Джейсон Шраєр дійшов висновку, що всі заяви є правдивими, і здобув записи та показання працівників як докази.

Серед головних звинувачених у прояву подібної токсичності був креативний директор та близький друг засновників Ubisoft Серж Аскуе. За заявами постраждалих від його дій, він постійно приставав до жінок на роботі, назначав ділові зустрічі в стриптиз-барах, де примушував колег пити з ним, та мав не найкращі думки про жінок, які не цурався висловлювати при інших.

Під час свого розслідування Джейсон Шраєр вдався і до аналізу самих ігор, які випускалися під керівництво Сержа Аскуе. Виявилося, що звичайним розробникам доводилося часто відмовлятися від своїх ідей через упередження креативного директор. На першому місці стояла проблема подання жіночих персонажів, як головних.

Автори вже довгий час хотіли створити гру, де протагоністом виступала б жінка. Через натиск з боку Аскуе їм доводилося відмовлятися від цих ідей. Наприклад, у грі Assassin's Creed ще з ранніх частин великої серії хотіли ввести жінку-протагоніста. Проте максимум, якого змогли добитися від креативного директора розробники, це переконати його зробити жінку другорядним героєм в частині серії під назвою Syndicate.

Такі проблеми стосувалися не тільки згаданого Сержа Аскуе, але й інших людей, що займають керівні посади в Ubisoft. Самі ж геймери, які купували продукцію компанії, ще до заяв компанії помічали в іграх значну перевагу ключових персонажів-чоловіків над жінками. З виходом розслідування Джейсона Шраєра, ігрова спільнота змінює питання на агресію. Геймери об’єднаним фронтом виступають проти таких проявів токсичної поведінки на робочих місцях, починають запускати масові обговорення в соцмережах, завалювати компанію скаргами та просто бойкотувати продукцію Ubisoft.

Доволі швидко через всі підняті скандали та розслідування, компанію полишили два віце-президента, згаданий креативний директор, голова канадського філіалу компанії, директор з управління персоналом та креативний директор останньої з частин Assassin's Creed, якого також звинувачували в домаганнях.

Хвиля, яка піднялася в ігровій індустрії, прокотилася і по іншим сферам, де також мали місце схожі проблеми. Початком всього цього був саме вплив ігор компанії на геймерів, їхнє бачення цих проєктів та наявних у ній проблем, висловлювання яких породило підозри та підштовхнуло працівників до признання.

**2.4.2 Компанія Activision Blizzard проти кіберспортсмена, що підтримав протести у Гонконгу**

У 2019-му році проводився щорічний турнір Hearthstone Grandmasters за грою Hearthstone. Його влаштовували розробники самої гри – компанія Activision Blizzard. Неприємна ситуація розгорнулася навколо одного з учасників змагання – геймера Чуна Нг Вая, який виступав під нікнеймом (ігровим псевдонімом) blitzchung.

Він переміг у перших матчах турніру та пройшов до другого етапу. Під час інтерв’ю, яке він давав на честь своєї перемоги, він одягнув протигаз і окуляри, та викрикнув фразу «Звільніть Гонконг, революція нашого часу». Саме під таким лозунгом у той час проводилися протести в місті Гонконг, де люди виступали проти того, аби влада посилювала контроль над життям громадян. Протигази та окуляри потрібні їм для того, аби їх не ідентифікувала система розпізнавання обличь.

Невдовзі після цього інтерв’ю Activision Blizzard заявляє, що кіберспортсмен порушив правила участі в змаганні, а тому його дискваліфікують. Разом з тим він втрачає вже зароблені за перемогу 7 тисяч доларів, та позбавляється права на участь в турнірах протягом року.

Після такого кроку на компанію звернули увагу не тільки геймери, але й чимала частина світової спільноти. Розробників ігор почали звинувачувати у підтримці китайської влади та контролю над населенням Гонконгу. Клієнти компанії починають масово відмовлятися від її товарів, скасовувати підписки на сервіси та підтримувати хвилю звинувачень.

Це призвело до падіння акцій Activision Blizzard. Під всебічним тиском вона вирішила зменшити терімін відсторонення від участі в турнірах на півроку, а також повернути кіберспортсменові вже зароблені 7 тисяч доларів. Правда, визнавати свою неправоту компанія відмовилася, через що її ще довго критикували представники геймерської спільноти, бізнесу та навіть політичних сил.

Таким чином, лише одна подія під час кіберспортивного турніру змогла звернути увагу на компанію та спільноту, залучивши до тиску на Activision Blizzard не тільки представників вже сформованої спільноти гравців, але й людей з усіх інших сфер діяльності.

**2.5 World of Warcraft: Classic як приклад масового об’єднання геймерів та підтримки комунікації за допомогою ігор**

Як уже пояснювалося мною в теоретичній частині дипломної роботи, з представників ігрової індустрії найкращими комунікативними функціями оснащені саме ігри, типу MMO. World of Warcraft (WOW) є однією з найпопулярніших ігор цього жанру, тому саме на її прикладі я розгляну соціально-комунікативний аспект масових відеоігор

World of Warcraft: Classic – це відродження найпершої версії гри, яка залишалася тільки в пам’яті найвідданіших проєкту гравців. Спільнота геймерів довго та настирливо вимагала у розробників випустити класичну версію гри, але довго отримували відмови. У підсумку, автори здалися, та пообіцяли випустити гру.

Відкриття серверів WOW: Classic стало причиною об’єднання мільйонів геймерів по всьому світі. Прихильники проєкту та просто ті, хто хотіли спробувати, що воно таке, у день виходу об’єднувалися в голосових чатах, на сторінках соцмереж, форумах і т.д., чекаючи на старт «Класики». Після офіційного запуску усі одразу кинулися до нового ігрового світу. Ажіотаж доходив до того, що ціла купа серверів були просто переповнені, а кількість людей в чергах на кожен з них сягала десятків тисяч. Не варто забувати, що для кожного регіону світу було відкрито одночасно по декілька серверів, але їх було недостатньо, аби витримати натиск гравців.

Лише одна гра змогла потрапити в центр увагу всіх профільних ЗМІ, спільнот та фанатських груп. На деякий час гра стала місцем, де об’єдналася рекордна кількість геймерів. Усі вони потрапляли в один ігровий світ для кожного сервера, починали спілкуватися один з одним, допомагати та заводити знайомства.

На сучасному етапі розвитку технологій, будь-хто може зв’язатися з любою точкою планети без зайвих зусиль. Проте, ігри не тільки допомагають це зробити, але й надають гравцям привід для спілкування, взаємодії та допомоги. Конкретно WOW: Classic спрямовує людей на проходження різних завдань у групах, формування повноцінних активних спільнот для розвитку свого персонажу та постійної комунікації для вдалого подолання перешкод.

Крім внутрішньоігрової комунікації гра породжувала спільноти і поза нею. Форуми, обговорення, треди та теми змінювали одна одну. WOW: Classic перетворився на місце, де люди не просто грали та весело проводили час, а влаштовували повноцінні бесіди та дискусії на різні теми. Нерідко можна побачити обговорення сучасної політики, економіки і т.д.

У іграх типу MMO рано чи пізно настає момент, коли внутрішньоігрові активності зводяться до сумісних походів до різних місць раз чи два на тиждень. Увесь інший час, фактично, залишається вільним, тому самі геймери вигадують нові способи розваг для себе та натовпу.

Часто у WOW: Classic можна побачити повноцінний масовий захід, який сформували самі гравці. Сотні гравців з одного серверу збираються в одному місці та влаштовують різні випробування, конкурси чи інші активності.

Одним з найвідоміших таких зборів вважається благодійна пробіжка гномів (раса з гри, характерна дуже низьким ростом) від однієї частини великого ігрового світу до другої. Відбулося це на сервері Scarlet Crusade у актуальній версії гри 2015-го року. Тоді близько 2,5 тисяч гравців, які мали персонажа раси гномів, зібралися в одному місці та вирушили в довгий похід. Подолавши половину шляху в одній з локацій вони зібрались в формі серця. Після цього вони вирушили далі, і дісталися до столиці ворожої фракції.

Ця подія стосувалася не тільки гравців у World of Warcraft. Пробіжку провели в честь благодійної акції, ле збиралися коштм на боротьбу з раком грудей. Тоді учасникам вдалося зібрати 2 700 доларів замість очікуваних 1 750 доларів. Звичайно, за походженнями гномів слідували не тільки геймери, а й люди, що далекі від цієї теми.

Такі випадки доводять, що відеоігри можуть виступати не тільки способом веселого проведення часу, але й інструментом, який можна використовувати для різних цілей, включно зі зверненням уваги світу на важливі питання сучасності. Усе залежить від того, як самі геймери будуть користуватися інструментами, які їм надають розробники. За бажанням, використати всі доступні функції гри можна не тільки для звичайного спілкування, але й для поширення важливої інформації, що може допомогти суспільству чи окремим людям.

Повертаючись до WOW: Classic, варто зазначити, що ця гра, як і будь-яка спільнота, вимагає постійного підживленням новим контентом. Проєкти такого типу постійно отримують оновлення, що привносять в гру нові можливості, локації та цілі. Це допомагає спільноті підтримувати інтерес до проєкту, що підвищує шанси не втратити набрану аудиторію та заохотити нову.

Для цього кожне нове глобальне доповнення для World of Warcraft поділяють на фази. Розробники дають гравцям купу часу на повне ознайомлення зі всіма аспектами кожного з них. У підсумку, спільнота проявляє активність постійно, і в грі завжди є активності, які будуть збирати все більше геймерів разом. Це перетворює MMO-ігри та конкретно WOW на об’єднану спільноту, яка отримує постійні приводи для існування за рахунок нового контенту, тим самим підпитуючи і комунікацію всередині такої спільноти.

**2.6 Висновки до Розділу ІІ**

Під час роботи над другим розділом моєї дипломної роботи мною були переглянуті декілька фільмів, ігор та історій ігрової індустрії, проаналізовані та виокремлені соціально-комунікативні функції цих проєктів та їхні властивості.

Перш за все, на сучасному етапі кінофільми все частіше використовуються авторами та політичними силами для донесення своєї думку. У нових проєктах можна знайти ознаку пропаганди, піару, антипіару і т.д. Особливої уваги потребують документальні фільми, які можуть використовуватися не тільки для висвітлювання розглядуваних ситуацій чи історії, але й для спотворення реальних фактів та впливу на населення шляхом дезінформації.

У наш час навіть комедійні проєкти можуть мати політичні підтексти та методи впливу на населення. Під кумедними ситуаціями може бути заховано послання, що доносить до глядачів позицію автора, а в будь-якому жарті можуть негативно висвітлювати реальних людей, через активне просування свободи слова та вираження у мистецтві.

Водночас, фільми виступають засобом зв’язку між автором історії та глядачами. У процесі комунікація відбувається за схемою «автор-глядач», проте надалі самі глядачі формують повноцінну спільноту за прихильністю до ідей фільму, сюжету чи інших його складових. Відтак з’являється фанатська база, сформована кінофільмом, яка продовжує діяти самостійно, без втручання автора.

Відеоігри, в свою чергу, можуть нести в собі ті ж самі функції, що і кінематограф. Різниця полягає в можливості прямої взаємодії з іншими гравцями та власним впливом на розвиток історії, що розгортається на екрані.

У цьому розділі були розглянуті прояви впливу ігрової індустрії на світ у питанні боротьби з недозволеною поведінкою керівництва. В процесі проаналізовано, як така ситуація в компанії може відбиватися на іграх, що вона випускає, і як це допомагає виявити наявні проблеми. Для прикладу було розглянуто два випадки, коли ігрова індустрія опинялася в центрі уваги ЗМІ та світової спільноти.

Отримані дані доводять, що аналіз ігор може допомогти в розкритті внутрішніх проблем компанії, пов’язаних з недобросовісною поведінкою керівництва. Також виявлення ступінь впливу спільноти геймерів на долю компаній-розробників, та можливості скандалів в ігровій індустрії привертати увагу всього світу до актуальних проблем.

**ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ**

Кінематограф та ігри відіграють на сучасному етапі важливу роль в житті кожної людини. З моменту формування цих індустрій їхній вплив на населення тільки збільшувався. Зараз доступність фільмів та ігор досягла максимального рівня. Для перегляду нової прем’єри навіть не обов’язково відвідувати кінотеатр, а для купівлі нової гри не обов’язково відвідувати магазин, бо все це можна придбати в режимі «онлайн».

Масова доступність цих продуктів робить їх якісними інструментами масової комунікації. Фільми та ігри мають все більший вплив на психологію людини, тому автори починають користуватися цим для досягнення своїх цілей.

Кінематограф має можливість передавати настрої та історії своїх творців, розповідаючи історії з використанням всіх можливих засобів візуалізації. Це значно покращує розуміння глядачем матеріалу, а також розширює простір для сприйняття інформації.

Творці фільмів можуть вкладати до своїх картин різного роду підтексти та приховані мотиви, які крім провідної думки доноситимуть до глядача закладені ідеї. Проте, крім основної мистецької функції фільми можуть виступати ще й передавачем інформації або навіть пропагандистським інструментом.

В залежності від того, як автори використовують свої ідеї, фільм може просто розповідати історії та доносити повчальні ідеї. Проте за інших обставин до фільму можуть потрапити матеріали, що нав’язують глядачеві думку самого автора. Найчастіше це використовується з політичним підтекстом, проте мова може йти і про інші сфери життя.

У сучасності фільми все активніше використовуються для пропаганди та інформаційної війни, або навпаки, підняття патріотичного духу. Найбільшого впливу можуть досягти документальні фільми, оскільки глядач, який його дивиться, розраховує побачити правдиві факти та історію, з огляду на жанр. У таких випадках, рішення авторів закласти до основи фільму вигідну їм чи владі їхньої країни інформацію призводить до перетворення мистецтва на прямолінійну пропаганду. Подібний випадок з фільмом «Крим. Шлях на батьківщину» розглядається в другому розділі моєї роботи, де розглядається прямий піар російської влади та виправдання окупації Криму шляхом показу прямої пропаганди під виглядом документального кінопроєкту.

Крім прямого впливу на свідомість глядача, фільми можуть здійснювати і об’єднувальну функцію. Прихильники конкретного кінопроєкту об’єднуються в спільноти, які формують фанатські бази в соцмережах, на форумах та в житті. Найпопулярніші з таких можуть збирати мільйони фанатів по всьому світі, і такі проєкти отримують власні масові заходи, або навіть свято на честь кінофранщизи, як це було із «Зоряними війнами».

Вплив вищезгаданої серії фільмів проявився і в українській політиці, коли на «арені» з’явився загадковий Дарт Вейдер, що навіть хотів потрапити на вибори президента України. Найкраще усвідомлення ступені впливу популярних франшиз на українців можна оцінити з опитувань потенційних виборців, під час яких чимало людей погоджувалися віддати свій голос невідомій людині в костюмі такого знайомого для них персонажа з улюбленого фільму.

Схожа ситуація відбулася і на останніх виборах президента. Виборці не могли оцінювати політичний досвід діючого голови держави Володимира Зеленського, оскільки раніше він не з’являвся на політичній арені. Проте, «уявлення» про його діяльність їм дав серіал «Слуга народу», що виходив протягом декілька років, а його третій сезон якраз припав на період передвибочої агітації. Як результат – перемога зі значним відривом від найближчого опонента.

Відеоігри в свою чергу можуть виконувати практично ті ж самі функції. Проблема в тому, що цей вид мистецтва значно молодший за кінематограф, а тому люди, на яких вони можуть потенційно впливати, не мають до них такої ж довіри. Проте, це не означає, що вони не впливають на нас зовсім.

На сучасному етапі ігри вже зайняли місце в головах чималої частки населення планети. Сучасні технології дозволяють не просто передавати історії та дати можливість геймерам постріляти у ворогів, а вносити до ігор важки моральні чи емоційні підтеми.

На прикладі гри Detroit: Become Human у своїй роботі я розглянув ступінь можливого впливу ігор на формування моральних цінностей людини. Методи, які використовували розробники під час створення цієї гри, примушують глядачів не тільки робити вибір та намагатися дістатися до фіналу, але й думати над наслідками кожного свого рішення, бути обережним з кожним рухом чи словом, аби все не пішло шкереберть.

Водночас в ігрових індустрії та спільноті все частіше починають підніматися важливі та важкі теми, що не дуже підходять звичайній розважальній галузі, якою деякі люди вважають ігри. Через ігрову індустрію вже велася боротьба з сексизмом, расизмом та домаганнями до співробітників з боку керівництва великих компаній, і закінчувалося це звільненням «токсичних» людей з посад.

Самі ж відеоігри мають на сучасному етапі достатньо функціоналу для того, аби виступати не просто забавкою, а місцем комунікації, спілкування та обміну інформації. У деяких випадках їх можна вважати заміною соціальних мереж з можливістю провести час зі співбесідником за сюжетом чи новим завданням. Найбільшого успіху в такому прояві комунікативних функцій досягли багатокористувацькі в жанрі MMO, які можуть одночасно об’єднувати в одному віртуальному просторі тисячі гравців з різних куточків світу.

Особливу цінність та популярність фільми та ігри набули під час всесвітньої пандемії. Часи, коли всім доводилося сидіти вдома, всі масові заходи та заклади були закриті, а спілкування стало можливим тільки в інтернеті, проведення часу за фільмом, серіалом чи грою стало приємним способом відволіктися від наявних проблем.

За час пандемії значно збільшилися кінематографічні та відеоігрові спільноти, а люди мали змогу знаходити нові знайомства не полишаючи своїх домівок. Фактично, кіно та ігри стали мостом між усіма людьми, що вимушені були тимчасово відмовитися від реальних зустрічей. Віртуальний світ став непоганою альтернативою реальному.

**СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ**

1. Історія кіно. *Все про кіно*. URL: <https://sites.google.com/site/kinovsepro/istoria-kino>. (дата звернення: 23.02.2021).
2. Вінтерхофф-Шпурк П. Медіасихологія. Основні принципи. Харків: Гуманіт. центр, 2007.
3. Дженнінґз Б., Томпсон С. Основи впливу ЗМІ. М.: Видав. Дім «Вільямс», 2004.
4. Чому кіно важливе? *Одеська кіностудія.* URL: <https://www.odesafilmstudio.com.ua/uk/news/archive/chomu-kino-vazhlive>. (дата звернення: 23.02.2021).
5. Wolf M. J. P. Encyclopedia of Video Games: The Culture, Technology, and Art of Gaming / Ed. by Mark J. P. Wolf. Santa Barbara, – CA: Greenwood, 2012. – 740 p.
6. Purcaru, Bogdan Ion (2014-03-13). Games vs. Hardware. The History of PC video games: The 80's(en). Purcaru Ion Bogdan.
7. Video Game History Timeline. *The Strong: National museum of Play. URL:* <https://www.museumofplay.org/about/icheg/video-game-history/timeline>. (дата звернення: 23.02.2021).
8. Гінзбург С. С. Описи теорії кіно. М.: Мистецтво, 1974.
9. Кінематограф як особливий вид мистецтва. URL: <https://osvita.ua/vnz/reports/culture/10727/>. (дата звернення: 25.02.2021).
10. Сила кінематографу, або чому соціальне кіно здатне змінити реальність? *Міжнародний центр розвитку і лідерства.* URL: <https://ildc.org.ua/statti/syla-kinematografu-abo-chomu-sotsialne-kino-zdatne-zminyty-realnist>. (дата звернення: 25.02.2021).
11. Гавран, І. та Попова, Я. (2019). Роль кінематографа у житті сучасної людини. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Аудіовізуальне мистецтво і виробництво*, 2(2), с.181-187.
12. «Заражение»: как фильм 2011 года предсказал эпидемию коронавируса. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-51817553>. (дата звернення: 06.03.2021).
13. Sansweet, Stephen J. (1998-01-01). Star Wars Encyclopedia (en). Virgin.
14. День «Зоряних війн». Офіційний сайт франшизи. URL: <https://www.starwars.com/star-wars-day>. (дата звернення: 06.03.2021).
15. «The Force Is Strong In This One», Quentin Hardy, Forbes, 04.30.09 — «There’s even an annual „Star Wars Day“ in May („May the fourth be with you“).»
16. Вибори президента України 2014-го року. *Вікіпедія*. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%92%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D1%80%D0%B8_%D0%9F%D1%80%D0%B5%D0%B7%D0%B8%D0%B4%D0%B5%D0%BD%D1%82%D0%B0_%D0%A3%D0%BA%D1%80%D0%B0%D1%97%D0%BD%D0%B8_2014#%D0%92%D1%96%D0%B4%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BE_%D1%83_%D1%80%D0%B5%D1%94%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%97>. (дата звернення: 06.03.2021).
17. Дарт Вейдер вирішив балотуватись у президенти України. *ТСН*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=EFNhnulc5YI>. (дата звернення: 06.03.2021).
18. Постанова «Про відмову в реєстрації Вейдера Д.О. кандидатом на пост Президента України». *Центральна виборча комісія*. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v0195359-14#Text>. (дата звернення: 06.03.2021).
19. Петиція про призначення Дарта Вейдера прем'єром набрала 25 тис. голосів. *УНН*. URL: <https://www.unn.com.ua/uk/news/1511016-petitsiya-pro-priznachennya-darta-veydera-premyerom-nabrala-25-tis-golosiv>. (дата звернення: 06.03.2021).
20. Вибори президента України 2019. *Центральна виборча комісія*. URL: <https://www.cvk.gov.ua/pls/vp2019/wp300pt001f01=720.html>. (дата звернення: 03.04. 2021).
21. Чому серіал «Слуга народу» це агітація Зеленського. *Українська правда*. URL: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/tshevchenko/5c73a178ca5b1/>. (дата звернення: 03.04.2021).
22. Відеоігри визнали видом мистецтва в США. *Укрінформ*. URL: <https://www.ukrinform.ua/rubric-other_news/1188626-vdeogri_viznali_vidom_mistetstva_v_ssha_1011956.html>. (дата звернення: 03.04.2021).
23. Відеоігри винні в масових вбивствах в США, вважають деякі політики. *VGTimes*. URL: <https://vgtimes.ru/news/59412-videoigry-vinovaty-v-massovyh-ubiystvah-v-ssha-schitayut-nekotorye-politiki.html>. (дата звернення: 03.04.2021).
24. Жорстокі відеоігри не викликають агресії у підлітків – психологи. *Кореспондент*. URL: <https://ua.korrespondent.net/tech/science/4065357-zhorstoki-videoihry-ne-vyklykauit-ahresii-u-pidlitkiv-psykholohy>. (дата звернення: 03.04.2021).
25. Як комп’ютерні ігри впливають на наш мозок. *Mapme Club*. URL: <http://mapme.club/poradi/7892-yak-kompyuterni-igri-vplivayut-na-nash-mozok.html>. (дата звернення: 03.04.2021).
26. Detroit: Become Human Review. *IGN Nordic* (en-US). 2018-05-24. URL: <http://nordic.ign.com/detroit-become-human/15304/review/detroit-become-human-review>. (дата звернення: 03.04.2021).
27. Three Billion People Worldwide Now Play Video Games, New Report Shows. *IGN*. URL: <https://www.ign.com/articles/three-billion-people-worldwide-now-play-video-games-new-report-shows>. (дата звернення: 17.04.2021).
28. Виручка світової індустрії відеоігор перевершила доходи кіно і спорту. *Interfax*. URL: <https://www.interfax.ru/world/742705>. (дата звернення: 17.04.2021).
29. Matchmaking (video games). *Vikipedia (eng)*. URL: <https://en.wikipedia.org/wiki/Matchmaking_(video_games)>. (дата звернення: 17.04.2021).
30. Мультиплеєр. *Лінчакін*. URL: <https://linchakin.com/%D1%81%D0%BB%D0%BE%D0%B2%D0%B0%D1%80%D1%8C/%D0%BC/%D0%BC%D1%83%D0%BB%D1%8C%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%BB%D0%B5%D0%B5%D1%80/>. (дата звернення: 17.04.2021).
31. Lockley, Greg (3 червня 2014). MOBA: The story so far. *MCV*. URL: <http://www.mcvuk.com/news/read/moba-the-story-so-far/0133335>. (дата звернення: 17.04.2021).
32. The Development of MMORPG Culture and The Guild. *Research gate*. URL: <https://www.researchgate.net/publication/283281457_The_Development_of_MMORPG_Culture_and_The_Guild>. (дата звернення: 17.04.2021).
33. Warner Bros. дала офіційну відповідь на звинувачення виконавця ролі Кіборга в «Лізі справедливості». *Geek.Informator*. URL: <https://geek.informator.ua/warner-bros-dala-oficzijnu-vidpovid-na-zvynuvachennya-vykonavczya-roli-kiborga-v-lizi-spravedlyvosti/>. (дата звернення: 17.04.2021).
34. Рей Фішер більше не збирається працювати з головою DC Films. *Geek.Informator*. URL: <https://geek.informator.ua/rej-fisher-bilshe-ne-zbyrayetsya-praczyuvaty-z-golovoyu-dc-films/>. (дата звернення: 17.04.2021).
35. Погрожував кар'єрі Чудо-жінки і відмовлявся слухати акторів: як Джосс Уідон працював над першою версією «Ліги справедливості». *Інформатор.ua*. URL: <https://informator.ua/uk/pogrozhuvav-karyeri-chudo-zhinki-i-vidmovlyavsya-sluhati-aktoriv-yak-dzhoss-uidon-pracyuvav-nad-pershoyu-versiyeyu-ligi-spravedlivosti/>. (дата звернення: 17.04.2021).
36. Офіційно: режисерській версії «Ліги Справедливості» від Зака Снайдера бути! *Geek.Informator*. URL: <https://geek.informator.ua/oficzijno-rezhyserskij-versiyi-ligy-spravedlyvosti-vid-zaka-snajdera-buty/>. (дата звернення: 17.04.2021).
37. «Смерть 2020-му». *Netflix*. URL: <https://www.netflix.com/title/81332175>. (дата звернення: 24.04.2021).
38. «Смерть 2020-му». Як творці «Чорного дзеркала» познущалися з важкого року і згадали про Україну. *BBC*. URL: <https://www.bbc.com/ukrainian/press-review-55677575>. (дата звернення: 24.04.2021).
39. Video shows officer kneeling on neck of black man who died. *Associated Press*. May 26, 2020. URL: <https://apnews.com/article/us-news-ap-top-news-ahmaud-arbery-arrests-mn-state-wire-9157e1bdc0f99797bcdc25e6f243aa19>. (дата звернення: 24.04.2021).
40. Вбивство Джорджа Флойда: що ми дізналися за час суду над Дереком Шовін. *BBC*. URL: <https://www.bbc.com/russian/news-56800517>. (дата звернення: 24.04.2021).
41. «Крим – шлях на батьківщину». *YouTube*. URL: <https://www.youtube.com/watch?v=N-ttlj-T2Uc>. (дата звернення: 08.05.2021).
42. Росія визнала своє військове втручання в Криму - Псакі про фільмі «Крим. Шлях на Батьківщину». *Interfax*. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/political/255430.html>. (дата звернення: 08.05.2021).
43. «Може шокувати»: YouTube не сподобався пропагандистський фільм про окупацію Криму росіянами. *Уніан*. URL: <https://www.unian.ua/politics/krim-shlyah-na-batkivshchinu-youtube-poperediv-pro-shokuyuchiy-kontent-novini-ukrajina-11350519.html>. (дата звернення: 08.05.2021).
44. Кримських школярів змушують дивитися фільм «Крим. Шлях на Батьківщину». *Crimea SOS*. URL: <https://krymsos.com/news/krimskikh-shkolyariv-zmushuyut-divitisya-film--krim-shlyakh-na-batkivshchinu--video/>. (дата звернення: 08.05.2021).
45. Schmitz, Greg Dean (June 9, 2017). Wonder Woman Sequel Details Emerge, And More Movie News. Rotten Tomatoes. URL: <https://editorial.rottentomatoes.com/article/wonder-woman-sequel-details-emerge-and-more-movie-news/>. (дата звернення: 08.05.2021).
46. Ubisoft Family Accused of Mishandling Sexual Misconduct Claims. *Bloomberg*. URL: <https://www.bloomberg.com/news/articles/2020-07-21/ubisoft-sexual-misconduct-scandal-harassment-sexism-and-abuse>. (дата звернення: 15.04.2021).
47. Blizzard відсторонила кіберспортсмена за підтримку Гонконгу - тепер проти компанії виступають навіть її співробітники. RTVI. URL: <https://rtvi.com/topics/sotrudniki-blizzard-vystupili-protiv-diskvalifikatsii-igroka-za-podderzhku-gonkonga/?related=292116>. (дата звернення: 15.04.2021).
48. У World of Warcraft відбулася благодійна пробіжка гномів. MMOboom. URL: <http://mmoboom.ru/games/world-of-warcraft/9514-v-world-of-warcraft-sostoyalsya-blagotvoritelnyy-probeg-gnomov>. (дата звернення: 15.04. 2021).
49. Головна сторінка сайту World of Warcraft: Classic. URL: <https://worldofwarcraft.com/en-us/wowclassic>. (дата звернення: 15.04.2021).