

5. Беляєва, І. І. Імперативні конструкції в сучасній німецькій мові : прагматичний аспект // Мовознавчі студії. – 2019. – № 2. – С. 87–94.

6. Мельник, Г. П. Практична грамати́ка німецької мови. – Львів : ПАІС, 2016. – 300 с.

7. Маслюк, С. В. Синтаксичні функції дієслова в сучасній німецькій мові : монографія. – Київ : НаУКМА, 2018. – 240 с.

Денкова Ірина

Науковий керівник: Левченко Сергій Павлович,

доктор філософії в галузі менеджменту

Міжнародний університет

ВІДЕОІГРИ ЯК ФЕНОМЕН ПОСТІНДУСТРІАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ

За останні десятиліття ігрова індустрія перетворилася з вузького хобі для ентузіастів у глобальний бізнес, який перевищує за прибутками навіть кіно та музику. Ігри стали частиною культурного простору, впливають на освіту, мистецтво, соціальні процеси та навіть політику. Тому відеоігри можна розглядати як один із найпоказовіших феноменів постіндустріальної економіки. Постіндустріальна економіка базується на сфері послуг, інноваціях, цифрових технологіях та інформаційній діяльності. Саме ці елементи є основою сучасної ігрової індустрії [3].

Одним із найяскравіших прикладів успіху у сфері відеоігор є серія Grand Theft Auto (GTA), створена студією Rockstar Games. Перша частина з'явилася ще в 1997 році, але справжню популярність здобули пізніші проєкти – GTA III, Vice City, San Andreas, GTA IV та GTA V. Кожна гра пропонувала гравцю відкритий світ, свободу дій, кінематографічний сюжет та глибокий соціальний підтекст [1,3]. Як вид розваг, відеоігри – це також потужний бізнес-проєкт: продажі GTA V перевищили 185 мільйонів копій, а прибутки сягнули понад 8 мільярдів доларів, що робить її однією з найприбутковіших розваг в історії

людства. Цей успіх показує, що у постіндустріальній економіці головною цінністю є ідея, контент і досвід користувача, а не фізичний продукт [1, 5]. Гра існує в цифровій формі, але приносить колосальні прибутки через продаж ліцензій, підписок, віртуальних товарів та онлайн-сервісів. Окрему роль у розвитку відеоігор відіграє музика. Вона не лише створює атмосферу, а й формує бренд гри, допомагає гравцеві глибше зануритися у світ подій [1].

Особливо відомий у цій сфері Стів Шнар – музичний директор компанії Electronic Arts (EA). Він відповідає за підбір саундтреків до таких популярних ігор, як FIFA, The Sims, Need for Speed, Battlefield та інших. Саме завдяки йому ігри EA стали не лише технічно досконалими, а й музично впізнаваними. Шнар відкрив світові багатьох молодих виконавців, чії композиції потрапили до ігор і згодом стали хітами. Він створив концепцію, за якою музика у грі – це не просто фон, а повноцінний елемент художнього висловлення. Цей приклад демонструє, як ігрова індустрія взаємодіє з іншими сферами культури – музикою, кіно, дизайном – і перетворюється на платформу для розвитку креативних талантів [3, 4].

Одним із найцікавіших напрямів розвитку сучасних ігор є використання штучного інтелекту (ШІ). Сьогодні ігри навчаються аналізувати поведінку гравців, підлаштовують сюжет, рівень складності та навіть характер персонажів під індивідуальні дії користувача. Наприклад, у майбутніх проєктах Rockstar Games і EA планується створення повністю адаптивних світів, де кожен перехожий у грі матиме власну історію, емоції та пам'ять. Це означає, що ігровий процес стане майже живим – ніби гравець потрапляє у справжнє паралельне місто. Ще одне сучасне явище – метавсесвіт. Це цифрові простори, де гравці можуть не тільки грати, а й працювати, спілкуватися, створювати власний бізнес або мистецтво. Прикладом є Fortnite чи Roblox, які вже стали платформами для концертів, виставок і спільних подій. Відеоігри поступово перетворюються на нову форму соціальної реальності, у якій межа між грою і життям стирається. Це відкриває безмежні можливості для економіки майбутнього. Сьогодні відеоігри формують нові моделі поведінки,

спілкування та мислення. Онлайн-ігри створюють віртуальні спільноти, у яких люди з різних країн об'єднуються для спільної гри, творчості або навчання.

Такі події, як Worlds з League of Legends або The International з Dota 2, перетворюються на справжні спортивні свята, які дивляться мільйони фанатів у всьому світі. Це доводить, що відеоігри стали не просто хобі, а глобальною індустрією з власною культурою, економікою і навіть зірками [3].

Феномен відеоігор – це приклад того, як творчість, технології й економіка можуть поєднуватися у єдиній системі. Ігри на кшталт GTA або проєкти компанії EA доводять, що сучасна економіка вже не залежить від заводів і фабрик, а від інтелекту, інновацій і цифрового контенту. У постіндустріальному суспільстві відеоігри стають одним із найважливіших символів часу: вони поєднують у собі мистецтво, науку, бізнес і комунікацію, відкриваючи нові горизонти для людської уяви та економічного розвитку [3].

Література:

1. Від GTA до Sims: 13 крутих саундтреків комп'ютерних ігор, які варто згадати. *СЛУХ – медіа про музику та все, що навколо неї*. URL: <http://slukh.media/texts/legendary-games-ost/> (дата звернення: 05.11.2025).
2. Games - Worldwide | Statista Market Forecast. *Statista*. URL: <https://www.statista.com/outlook/amo/media/games/worldwide?srsId=AfmBOoq2Jhp76EYmxX5AWbge-n4SanYOBmR9BTJxlw5umxpECJcUaCQe> (date of access: 05.11.2025).
3. Lufkin B. How online gaming has become a social lifeline. *BBC*. URL: <https://www.bbc.com/worklife/article/20201215-how-online-gaming-has-become-a-social-lifeline> (date of access: 05.11.2025).
4. Steve Schnur. *World Soundtrack Awards*. URL: <https://www.worldsoundtrackawards.com/persons/steve-schnur> (date of access: 05.11.2025).
5. Take-Two announces GTA 6 budget – not \$2 billion, but still the most expensive game in history. *ITC.ua*. URL: <https://itc.ua/en/news/take-two->

announces-gta-6-budget-not-2-billion-but-still-the-most-expensive-game-in-history/ (date of access: 05.11.2025).

DOI <https://doi.org/10.32837/11300.31020>

Дмитрієв Євген, Фрумкіна Арина
Міжнародний університет

ВИКОРИСТАННЯ НЛП-МЕТАМОВНИХ СТРУКТУР У ПРОФЕСІЙНІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Сучасна сфера продажів дедалі більше орієнтується не лише на продукт чи послугу, а передусім на якість комунікації між продавцем і клієнтом. Успіх професійної взаємодії сьогодні визначається не кількістю аргументів, а здатністю розуміти потреби співрозмовника, виявляти приховані мотиви та будувати діалог на основі довіри й емпатії. Саме тому дедалі більшої актуальності набувають психолінгвістичні інструменти, які дозволяють підвищити ефективність мовленнєвої поведінки фахівців сфери обслуговування та бізнесу.

Одним із таких інструментів є **метамовна модель нейролінгвістичного програмування (НЛП)**, що поєднує лінгвістичний аналіз, когнітивну психологію та практичну комунікативну майстерність. Її застосування у сфері продажів відкриває нові можливості для точного виявлення запиту клієнта, усунення непорозумінь і побудови переконливих аргументів без маніпуляції. Метамовні структури допомагають продавцю працювати не лише зі словами, а з глибинними смислами – тим, що стоїть за висловлюванням, але не завжди усвідомлюється самою людиною.

Використання НЛП-метамовних структур у професійній комунікації, зокрема у сфері продажів, становить один із найефективніших психолінгвістичних інструментів удосконалення мовленнєвої поведінки фахівців, орієнтованої на результативну взаємодію з клієнтом. У контексті нейролінгвістичного програмування метамодель мови розглядається як