

УДК 81.95; 37:004:316.772.5

ВІДЕОІГРИ ЯК ГЛИБОКІ МЕДІА: ВИКЛИКИ ПІД ЧАС РОСІЙСЬКО-УКРАЇНСЬКОЇ ВІЙНИ

ЗІНОВ'ЄВА Тетяна,

канд. мист., доц.,

Національний університет «Одеська політехніка», Одеса, Україна, e-mail: zinovieva@op.edu.ua.

Вступ. Концепція «deep media» (глибоких/глибинних медіа) стала важливою лінзою, через яку можна зрозуміти багатогранну природу сучасних форм медіа. Відеоігри привернули увагу як форма глибоких медіа завдяки їхньому захопливому та інтерактивному характеру.

Актуальність дослідження. Зростання індустрії відеоігор та її зближення із ЗМІ викликають етичні та нормативні міркування, які вимагають дослідження. Особливо актуальне це питання в умовах російсько-української війни, коли розглядуваний засіб виконує роль опору в інформаційних війнах.

Мета дослідження – обґрунтувати роль відеоігор як глибоких медіа під час російсько-української війни.

Методологія. Використано аналіз наукової літератури та джерел, термінологічний аналіз, порівняльний та культурологічний аналіз, аналіз візуальних та текстових елементів комп'ютерних ігор про російсько-українську війну.

Результати. Проаналізовано термін «глибокі/глибинні медіа» на прикладі відеоігор про війну. Визначено проблемні аспекти використання комп'ютерних ігор як засобів опору в інформаційних війнах в умовах російської агресії на території України. Відеоігри про російське вторгнення в Україну, стали платформою для інформування та контрпропаганди. Вони пропонують захоплюючий досвід, що робить їх формою «глибоких медіа» в конвергентному середовищі. Використання відеоігор як імерсивних медіа вимагає делікатного регуляторного підходу, враховуючи їх подвійну роль як культурних артефактів і комерційних продуктів. Етичні та нормативні міркування мають вирішальне значення для регулювання галузі геймдизайну у медіа-середовищі.

Висновки. Відеоігри мають властивості, які узгоджують їх із характеристиками глибоких медіа, зокрема здатністю захоплювати аудиторію, передавати або руйнувати складні наративи та формувати культурний дискурс. Конвергенція медіа та ігрової індустрії підкреслює необхідність етичних і нормативних меж для управління виробництвом, розповсюдженням і споживанням відеоігор у контексті медіавпливу. Підкреслено складність регулювання відеоігор, особливо з точки зору балансу мистецької свободи, комерційних інтересів і суспільних цінностей.

Ключові слова: відеоігри; глибокі медіа; російсько-українська війна; інформаційна війна; конвергенція журналістики та ігрової індустрії.

Вступ. В епоху конвергенції медіа, коли журналістика демонструє надзвичайну здатність до адаптації та пластичності, безліч різноманітних культурних елементів змішується в медіаландшафті. Радіо, телебачення, друковані видання та інтернет інтегруються з різноманітними портативними медіа, блогами, платформами соціальних медіа, додатками для обміну повідомленнями, засобами електронного навчання, мультимедійними публікаціями, адаптивними технологіями на основі штучного інтелекту.

© Зінов'єва Т., 2024

лекту, а також відеоіграми. Усе це об'єднується не лише для передачі, зберігання та відтворення інформації через різноманітні просторові та часові бар'єри, а й формування особливого комунікативного середовища, яке суттєво впливає на колективну свідомість і формує суспільні настрої [18].

Відеоігри в цій багатогранній медіаекосистемі постають як потужний інструмент, здатний як інформувати, так і викликати емоційну реакцію, особливо проти згубних ідеологій, таких як мілітаризм, расизм і тоталітаризм. Комп'ютерні ігри мають потенціал для прискорення процесу цифрової трансформації та доводять свою важливу роль у навчанні журналістів [19]. Завдяки захопливим нарративам та інтерактивній механіці вони пропонують унікальний шлях для виховання критичного мислення та емпатії [22], залучаючи користувачів до тонких досліджень складних соціальних проблем [1]. Отже, відеоігри є динамічними інструментами не лише для розваг, але й для суспільних рефлексій і прогресивних змін. Тож наразі дослідження механізмів, за допомогою яких відеоігри працюють не лише як освітні інструменти, а як медіазасоби або медіапростори, що емоційно впливають і формують громадську думку, є актуальним.

Дослідження відеоігор має довгу історію та значну спадщину [1], [27], [34]. Хоча прийнято вважати відеоігри засобом розваги, а їхній вид – серйозні ігри – засобом навчання [12], [38], [29], [23], [3], [53], сьогодні все більше лунають думки, що вони є новими медіа [9] або видом соціальних мереж [37]. Ми поглиблюємо розпочатий напрямок вивчення відеоігор як нових медіа, розглядаючи їхню типологію [45] та медійний потенціал [44]. При цьому слід враховувати постійне зростання наукових знань та прикладних викликів бурхливого розвитку ІТ-сфери, прикладом якої є штучний інтелект, глибокі фейки, deep-mind-ігри. Станом на 2021 р. у світі налічувалося понад 3,21 млрд гравців у відеоігри, і очікується, що до 2023 р. ця кількість зросте до 3,26 млрд [5], а до 2024 р. – до 3,46 млрд [35]. Нові технології, як-от хмарні та VR-ігри, дозволяють розробникам ігор створювати захопливі враження.

Мета дослідження – обґрунтувати роль відеоігор як глибоких медіа під час російсько-української війни.

Завдання дослідження: конституювати новий термін «глибокі/глибинні медіа» на прикладі відеоігор про війну; визначити проблемні аспекти використання комп'ютерних ігор як засобів опору в інформаційних війнах в умовах російської агресії на території України.

Об'єкт дослідження – комп'ютерні ігри про російсько-українську війну з 2022 р.

Предмет – роль відеоігор як нових глибоких медіа, етичні та нормативні вимоги до таких ігор в умовах війни в Україні.

Джерельну базу теоретичного дослідження склали: наукова література про нові медіа [9], глибокі медіа [25], [32], [33], [17], теорії серйозних ігор, [8], [12], [14], [15], культурологічні праці [2], [48], [54]; законодавство України, що регулює питання свободи слова та моралі ЗМІ [59], [52]; ігрові ресурси (STEAM, itch.io, GooglePlay), а також деякі огляди ігор про події в Україні [60; 61; 63; 50].

Методи дослідження. Мета та завдання дослідження зумовили використання таких методів: аналіз літератури та джерел – для з'ясування стану наукової розробленості питань щодо медійних функцій відеоігор та ключових проблем, пов'язаних з їхньою інтеграцією в засоби масової інформації; термінологічний аналіз – для конституювання нового терміну «глибокі/глибинні медіа», виявлення ознак, що характеризують це поняття; порівняльний аналіз – для простеження міждисциплінарних паралелей у відеоіграх та журналістських продуктах, визначення характеристик комп'ютерних ігор як медійних явищ – на відміну від феноменів розважальної індустрії; культурологічний аналіз – для визначення культурної ролі відеоігор у контексті постмодерну та постправди; аналіз візуальних та текстових елементів комп'ютерних ігор про російсько-українську війну – для демонстрації різних вимірів відеоігор як глибинних/глибоких медіа в умовах інформаційної війни. Механізм дослідження включає такі етапи: аналіз

основних термінів дослідження для визначення основних ознак глибоких медіа; ідентифікація вибірки відеоігор про російсько-українську війну; аналіз текстових, візуальних та нарративних елементів таких ігор крізь призму характеристик глибоких медіа; постановка питання про потенціал медійного впливу ігор в умовах російсько-українського конфлікту, а також теоретичне обґрунтування гіпотези щодо етико-нормативних колізій, що виникають під час використання ігор як засобів масового впливу.

Результати й обговорення. Після вторгнення росії на територію України популярними стали відеоігри на військову тематику, багато з них містять події з реального життя. Комп'ютерні ігри є значною частиною медіаландшафту [6].

Гра допомагає ділитися інформацією та об'єднувати людей навколо своєї історії. Відеогра, як і будь-яка соціальна мережа, не просто технічно створює можливості для інформування та обміну інформацією, а створює субкультуру, втягуючи та залучаючи свого користувача різними методами, які мотивують, зокрема й гейміфікацією (рейтинги, бонуси, статуси, ролі, тощо). Але, на відміну від соціальних мереж, відеоігри створюють глибокий сюжет, особистий досвід для гравця, формують сприйняття та емоційне ставлення до ігрових подій. Тому той, хто отримує цю інформацію, може не тільки переглядати, прокручувати та аналізувати її. Гравець має проживати та переживати сюжет на власному досвіді. Відеогра як форму передачі інформації (повідомлення, нарратив чи культурних кодів) можна оцінити як глибоке медіа.

Як у широкому загалі інтернеті, так й у науковій літературі розуміння глибоких/глибинних медіа перебуває в процесі становлення. В інтернет-просторі до сьогодні точаться дискусії щодо правильності перекладу англомовного слова «deep» [7]: «глибинне» від багатошарове, приналежне до певної глибини, та «глибоке», що «відбувається скрізь».

Наукові праці зі згадками «deep media» більше зосереджуються на інтерактивних властивостях мультимедіа, які можуть бути використані в освіті, музейній справі тощо. Утім, для журналістикознавства корисними є міждисциплінарні роботи про медіаінфраструктуру як про глибоку історію [36], дослідження глибоких медіаметафор у політиках електронного спогаду [33], вивчення медіасторітелінгу [17], глибокого медійного фікшну [32] та мистецтва занурення [31]. У цих працях можна віднайти певні спорадичні характеристики так званого «deep media»:

- IT-основа, багатошаровість системи на основі машинного навчання та, відповідно, штучного інтелекту: «Глибинні медіа функціонують на основі того, що реальність є не лише умовною та непередбачуваною, але й онтологічно множинною, частинкою та хвилиною водночас і одночасно багатьма» [41];

- сугестивний характер та метафоричність медіа: «Глибокі медіа всюди навколо нас, впливаючи на нас способами, про які ми навіть не знаємо» [33];

- ефект присутності та занурення в історію, глибокий нелінійний сторітелінг: «deep media» зосереджується на тому, щоб дозволити гостям зануритися в історію на будь-якому рівні, який вони виберуть» [31];

- наявність ступенів свободи в нелінійній подачі та споживання інформації (сюжету) [17];

- віртуальна реальність, віртуальне оповідання та реалізм віртуальних об'єктів [17].

Обґрунтування концепції «глибоких/глибинних медіа» узгоджується з визначеннями суміжних термінів, таких як «глибоке навчання», «глибокий фейк» й «ігрофікація», або «гейміфікація». Глибинне навчання – це вид машинного навчання, що включає штучні нейронні мережі, які отримують знання з великих наборів даних. Термін «глибинний» походить від кількох шарів нейронних мереж, які полегшують навчання [41, с. 9]. Deepfake походить від поєднання двох понять «глибоке навчання» і «фейк» – техніка синтезу зображень на основі штучного інтелекту для створення неправдивої інформації [41, с. 9]. Гейміфікація є маркетинговою технікою стимулювання (мотивації, маніпуляції) споживчої активності шляхом впровадження

ігрових елементів і механізмів (бонуси, рейтинги, конкурси, безпрограшна лотерея, візуалізація успіхів, ролі та статуси) у неігровий контекст (наприклад, у бізнес, торгівлю, банкінг, управління персоналом, ЗМІ) тощо [14; 11]. Саме гейміфікація, як механізм прихованого управління користувачем, маніпулювання його увагою, бажаннями, цінностями, у медіа стають основою для інформаційних війн.

На нашу думку, термін «deep media» є результатом конвергенції масмедіа та ігрової індустрії, він заснований на технологіях штучного інтелекту (машинного навчання) і технологіях гейміфікації для залучення користувачів до споживання, активного створення та розповсюдження соціально значущої інформації.

Отже, з одного боку, контекстуальний термін «deep media» можна розуміти як глибинне медіа, що являє собою складне багатопланове подання інформації за допомогою нелінійних складних історій, кожний рівень якого може слугувати «глибинною вибухівкою» для розкриття прихованих наративів. Це й вірусний маркетинг, ІПСО або його деконструкція тощо. З іншого боку, термін «глибоке медіа» реалізується через ігрові механізми глибокого (наскрізного та повсюдного) занурення користувача до ігрової історії. У цьому випадку «глибоке медіа» можна ототожнювати з поняттям «імерсивне медіа» (immersion media) [31]. Особливу роль у формуванні стану занурення відіграє емоційна складова ігор. Їхній віртуальний, несерйозний, умовний характер відрізняє ігри, навіть документальні й так звані «data-games», від журналістської продукції. Тому більшість ігор не відповідають принципам журналістики, які передбачають об'єктивність, утримання від особистих думок і перевірки фактів.

Але існують позитивні приклади ігор, які створюються саме журналістами як продукти журналістики даних. Команда незалежного провідного українського видання «Texty.org.ua» має цілу рубрику журналістських ігор, побудованих на відкритих даних, – «#ГРА» (<https://texty.org.ua/tag/hra/>). Такими є аркадні ігри про хабарі, судову владу [49], електронні податкові декларації [56], вгадування зарплат держслужбовців [46], призначення пенсій [57]. У 2018 р. «Тексти» у співпраці з Інститутом масової інформації створили гру «Маніпулятор» проти фейків і дезінформації в ЗМІ [55]. Завдання гравця – «створити найгірше медіа і стати популярним». За даними річного звіту Інституту масової інформації (Україна), у 2018 р. у цю гру грало понад 20 тис. користувачів [51]. Хоча вона була створена до повномасштабного вторгнення російської армії на територію України, ми вважаємо її частиною цієї війни. Адже медіаграмотність населення України відіграла значну роль у момент вторгнення, створивши інформаційний фронт і консолідувавши суспільство. Рубрика «#ГРА» (<https://texty.org.ua/tag/hra/>) постійно оновлюється журналістськими іграми. У рік російського вторгнення на територію України на порталі видання з'явилася гра «Чий це танк?» [47], що мала на меті навчити гравців відрізняти українські танки від ворожих. Гра не лише надає інформацію про моделі танків російсько-української війни, але й навчає алгоритму розпізнавання військової техніки.

Відеоігри на військову тематику стали широко популярні в Україні після вторгнення росії. Вони пропонують гравцям боротися за загарбниками та перемогати ворога різними способами. Багато з цих ігор використовують реальні події та джерела, що робить їх емоційно впливовими та резонансними серед гравців. Комп'ютерні ігри стали важливою складовою медіаландшафту, що допомагає українському суспільству повідомити всьому світу про руйнівні наслідки російської агресії. Типології таких ігор ми описали в окремій статті: ігри-жарти-меми (ігри деконструктори фейків та пропаганди), документальні ігри, стратегічні навчальні ігри, гра з журналістською даних, ігри з DLC для підтримки України [45].

Найбільш наближеними до журналістського продукту за принципами публіцистики є документальні ігри. Головною особливістю таких ігор було залучення аудиторії до ігрового досвіду, заснованого на реальних подіях, документальних фактах, реальних фотографіях. Головна мета таких ігор – підвищити обізнаність громади про події в Україні під час російської агресії. Наприклад, у грі «UkraineWarStories» показано події

перших місяців війни. Сцени гри засновані на реальних фактах і досвіді очевидців (цивільних жителів), які опинилися на окупованій росіянами території у Гостомелі, Бучі та Маріуполі. У цій грі мета гравця – вижити та втекти зі своїми близькими від окупації. Інтерфейс використовує реальні фотографії з міст [39]. Події військово-тактичного шутера «Героям слава» розгортаються на полях реальних битв [13]. Онлайн-стратегія «Битва за Україну» [6] візуально близька до мапи повітряних подій. Тут гравцям належить переміщувати підрозділи ЗСУ територією України так, щоб вигнати російських окупантів за кордон. Цікаво, що гра мотивує гравців на захист, тому що втрати в грі в обороні менші, ніж в атаці. У грі також є навчальні відео з тактики, використання зброї, знищення ворожої техніки та військових реалій.

Для ігор як засобів масової інформації проблематичними залишаються питання підзвітності та перевірки фактів. Так, більшість авторів ігор, за традицією ігрової індустрії, є анонімними. Це порушує принципи відповідальної журналістики. Вихідні дані для створення ігор не перевіряються. Тож розробник ігор як творець повідомлення перебуває в ролі прихованого блогера. Це питання є актуальним у сучасну епоху постправди, коли емоції відіграють значну роль. Щоб гра не сприймалася як добровільне прийняття та поширення неправдивих новин або дезінформації [42; 43], має бути позначений статус гри: наприклад, game-meme, game-prank, game-fact тощо.

2016 р. Оксфордський словник вибрав «постправду» словом року. Цей термін стосується ситуацій, коли об'єктивні факти мають менший вплив на громадську думку, ніж звернення до емоцій і особистих переконань. При цьому в словнику зазначається, що префікс «пост» належить не тільки до «часу після події, але й означає час, коли зазначена ідея стає несуттєвою або неактуальною» [43]. Це зближує концепт «постправди» з «фікшн», тобто «реальності, створеної на вигадці». В епоху постправди медіа, засновані на емоціях, стають дедалі важливішими як інструмент конструкції та деконструкції наративів.

Естетика гри [16], за вибором розробника, відіграє значну роль у сприйнятті інформації одержувачем. Елементи дизайну необхідні, щоб гравець відчував потрібні емоції. Емоції, які відчуває гравець, заздалегідь запрограмовані за допомогою графіки, музики, текстів, сторітелінгу, налаштувань й обраного ігрового процесу. В українській мові усталеним є ігровий термін «фан» (від англ. «fun»). Його переклад як «веселість», «забава» не буде вельми точним, адже він позначає будь-який емоційний стан без прагматичних цілей. Геймдизайнери визначають «фан» як емоцію, яка не обов'язково має бути позитивною, це здатність ігрової системи стимулювати або дестимулювати гравця. Саме «фан» визначає роль гравця – чи то «руйнівник», чи то «споживач», чи то «творець». Саме «фан» є тією ознакою, що відрізняє розважальні медіа від навчання та журналістики [16]. Але ми можемо спостерігати експансію «фану» на журналістські продукти. Це концепція «вражаючих новини» на каналі «1+1», вплив на громадську думку так званих «медіаекспертів», які діляться не стільки фаховими висновками, скільки страшними або обнадійливими історіями, прогнозами тощо.

Ігри про війну в Україні часто характеризуються інверсією ролей, висміюванням пафосних історій, зверненням до фізичності, нецензурною лексикою. А отже, з точки зору культуруоутворюючих функцій, вони набувають ознак карнавалу. Саме цей культурний механізм відіграв важливу роль у Помаранчевій революції [48]. Карнавальний сміх водночас заперечує й утверджує, вбиває й оживляє: «Він спрямований на все і на всіх (зокрема з самими учасниками карнавалу), увесь світ подається смішним, сприймається й розуміється у аспекті сміху» [2]. Таким був сміх «заколотого апельсина», «шкідливого kota Леопольда», карикатур на «мешканців» Майдану. Таким був нецензурний фольклор антипомаранчевого табору. Через сміх тоталітарні стереотипи-страшилки перетворювалися на кумедні оксюмори. Надзвичайної сили набули ігрові форми протесту та демонстрації громадської думки, різного роду політичні вистави та хепенінги [48].

Сьогодні карнавал функціонує так само, але лідирують вже комп'ютерні ігри про російське вторгнення, численні мему та пранки в соцмережах і месенджерах. Ігри-

жарти-меми є ефективними інструментами деконструкції ворожих наративів і фейків. Це вид гри, спрямованої на викриття та висміювання неправдивої інформації, яку поширюють російські пропагандисти. Ці ігри схожі на меми, анекдоти та народні жарти, тому що вони використовують сатиру та гумор, щоб підкреслити абсурдність фейкових фактів. Серед численних прикладів можемо навести такі: «Putinist Slayer» [4], «Ukrainian fArmy» [40], «Farmers stealing tanks» [28], «Russian warship, go f**d yourself» [24]. Навіть можна назвати російську настільну гру «PutinBingo 2023» [58].

Використання відеоігор у ролі глибоких медіа потребує тонкого підходу до їх регулювання, такого, який визнає їхній потенціал як культурних артефактів і комерційних продуктів. Етичні міркування, такі як забезпечення різноманітності та представництва, захист конфіденційності та безпеки користувачів, а також сприяння відповідальному споживанню, мають бути центральними в будь-якій нормативній базі, що регулює відеоігри в середовищах масової інформації. Нормативні принципи, зокрема прозорість, підзвітність і дотримання професійних стандартів, також мають ґрунтуватися на регулятивних зусиллях, спрямованих на сприяння етичного та сталого медіасередовища. Усе вище зазначене дає змогу виділити такі проблемні аспекти використання комп'ютерних ігор як глибоких медіа – економічний, морально-етичний та когнітивно-емістемологічний.

Економічний аспект. Коли справа доходить до використання ігор як медіаінструментів в економічній сфері, виникає важливе питання про те, чи сприяють вони «спонсорству війни» або створюють «опір російській агресії». Щоб розв'язати цю проблему, важливо знати громадянство розробника гри, хто отримує прибуток від неї та куди йдуть гроші. Дж. Клемент зазначив, що світова індустрія відеоігор – це мільярдний бізнес. У 2022 р. дохід від світового ігрового ринку оцінювався у майже 347 млрд доларів США, причому ринок мобільних ігор приніс приблизно 248 млрд доларів США із загальної суми [6]. Комерціалізація гри породжує проблеми свободи гри як медіа.

Багато ігор, створених українськими розробниками, які відображають сучасні воєнні події, пропонують можливість підтримати українську армію шляхом комерціалізації. Вони можуть використовувати мотивацію гравців до боротьби, але всі внески є добровільними. Існують різні способи зробити свій внесок, як-от: робити пожертви, перенаправляти прибутки від реклами чи внутрішньоігрових покупок, пропонувати платний доступ до гри, а кошти йдуть на допомогу українській армії. Комерціалізацію ігор, які зображують воєнний стан в Україні, можна розглядати як форму волонтерства та підтримки демократії, а також поширення правди про воєнні злочини Росії. Зрештою, гравці самі вирішують, чи хочуть вони зробити внесок і підтримати справу.

Морально-етичні дилеми використання відеоігор полягають у можливій популяризації жорстокості та насильства, розпалювання міжнародної ворожнечі. Війна призвела до поширення фотографій і відео, на яких видно тіла загиблих і поранених ворожих сил. І стриманість не відрізняє відеоігри на цю тему. Розповсюдження таких зображень може мати правові та етичні наслідки.

Згідно зі статтею 300 КК України [52], передбачено заходи відповідальності за везення, виготовлення чи розповсюдження творів, що пропагують культ насильства та жорстокості, расову, національну, релігійну нетерпимість та дискримінацію. Національна експертна комісія України з питань захисту суспільної моралі надає рекомендації, які роз'яснюють ознаки культу насильства та жорстокості. Ця комісія є єдиним органом, що дає визначення цьому терміну. Відповідно до цих вказівок, «культ насильства та жорстокості» визначається як надмірна оцінка творів, які прославляють або пропагують застосування грубої фізичної сили, насильства, тортур, тяжких тілесних ушкоджень або навіть смерті. Це поняття поділяється на такі критерії: наявність прямих закликів до насильства та жорстокості (у друкованому або електронному вигляді, усно), зображень чи звукозаписів, таких як фільми, відеопродукція та комп'ютерні ігри, що містять багато сцен насильства й жорстокості (опис або демонстрація). Зображення насильства та жорстокості, що подаються в позитивному світлі, заохочуючи до

наслідування, а не до засудження. Фізичне насильство та травми людського тіла або будь-якої істоти (наприклад, вогнепальні поранення, відрізання органів або частин тіла) представлені в натуралістичній манері. Інструкції, що визначають цей культ насильства та жорстокості, все ще діють [62].

С. Чернецька вказує, що наразі не існує Національної комісії, відповідальної за рекомендації щодо «культу насильства та жорстокості». Закон «Про захист суспільної моралі», який стосується цього питання, уже втратив чинність. Останні рішення щодо зазначеного питання ухвалювалися в 2017–2018 рр., коли комісія ще діяла. За відсутності комісії чи альтернативного органу стає важко визначити, чи підпадає контент під визначення «культу насильства та жорстокості» [62]. У цьому випадку ігрова індустрія має розробити стандарти моральності ігор. Це не просто вікові обмеження відповідно до рівня насильства в грі. Це зміна ціннісного фокусу ігрового дизайну з «забав насильства» на «відповідальність за насильство». В одній із наших попередніх робіт було запропоновано «Полотно етичних дилем» [20; 21]. Це може стати поштовхом для розвитку ігрової індустрії у межах медійних стандартів.

Щоб запобігти проявам жорстокості та агресії в іграх, деякі розробники дотримуються принципів давньогрецького театру, які підкреслюють дистанційованість і невидовищність. Наприклад, в ігровому процесі «Power&revolution 2022 edition» бої, використання ракет, бомб, вибухових речовин або вогнепальної зброї, протистояння між мітингувальниками та поліцією показуються не реалістично, здалеку та згори, не зображують крові. Гравець може змінювати закони та економіку, пов'язані з наркотиками; зображення та текст завжди показують негативну сторону наркотиків» [10].

Важливо враховувати так звану сексуалізацію війни. «Kiss of War» – платна гра, розроблена французькою студією «tar4fun», є яскравим прикладом сексуалізованого військового контенту. У ній представлені надзвичайно привабливі жінки-снайпери. Гра пропагує ідею, що насильство та вбивства можуть бути приємними [36].

Аксіологічно-когнітивний аспект. Гра, як аксіологічна та когнітивна картина світу, є частиною інформаційної війни. Віртуальний світ гри диктує свою внутрішню ігрову систему цінностей та норм, тож має свої латентні виховні функції, які переносяться в реальний світ. Тому комп'ютерні ігри легко адаптувати до вимог та форм пропаганди. Натомість вчені наголошують на важливості протидії пропаганді [30; 41]. Ігри мають бути майданчиком для політичної сатири та гумору, подібно до карнавалів, вистав українських лялькових театрів [54; 48], мемів та інших форм народної культури, які дають людям радість і сміх. Відеоігри не тільки розважають людей, а й навчають, формують ставлення до певних подій чи явищ.

Висновки та перспективи. Термін «deep media» розглядається контекстуально як новий вид медіа, характерними ознаками якого є технологічна основа на основі машинного навчання та штучного інтелекту, технологічна та сюжетна багатозаровість, сугестивний і метафоричний характер, ефект занурення.

Відеоігри є важливими компонентами глибоких медіа, що здатні не лише ділитися інформацією, але й сприяти залученню спільноти до суспільно важливих питань через захоплюючу розповідь й елементи гейміфікації. А отже, відеоігри можуть впливати на формування громадської думки. На відміну від традиційних ЗМІ, соціальних мереж, вони пропонують користувачам більш глибокий особистий досвід, формуючи сприйняття та емоційну реакцію на події. Як особливий феномен сучасної культури, новий учасник медіаекосистеми, відеоігри в контексті «постправди» та «фікшн» мають бути інструментами для деконструкції неправди, боротьби з рейковими й маніпулятивними нарративами. Зважаючи на процеси конвергенції, стрімке зростання ігрової індустрії, віртуалізації, бурхливий розвиток штучного інтелекту, широке розповсюдження маніпулятивних прийомів гейміфікації практично у всіх аспектах життя сучасних людей, можна констатувати, що відеоігри мають великий потенціал у журналістиці майбутнього. Тому надважливим є превентивне вироблення етичних стандартів для їхніх розробників як одних з конструкторів або дизайнерів реальності постправди.

Використання відеоігор як засобу впливу на масову свідомість створює різні проблеми. Серед них питання, пов'язані з комерціалізацією, свободою ЗМІ та незалежністю розробників. Також виникають занепокоєння щодо моральних й етичних наслідків ігрового контенту, зокрема щодо зображення насильства та війни.

Результати дослідження можуть бути корисними для медіапрактиків, політиків і науковців, адже розглядаються потенційні переваги інтеграції відеоігор у мейнстримні ЗМІ разом з етичними проблемами, властивими такій інтеграції. Усе це стане базисом для майбутніх міждисциплінарних досліджень для вирішення складних етичних і нормативних питань, пов'язаних із відеоіграми як глибокими медіа.

1. Abt C. C. *Serious games*. Lanham, New York, London : University press of America, 1987. 57 p. URL: <http://surl.li/qudpb>.
2. Bakhtin M. M. *Rabelais and His World*. 1. ed. Bloomington : Indiana University Press, 1984. URL: https://monoskop.org/images/7/70/Bakhtin_Mikhail_Rabelais_and_His_World_1984.pdf.
3. Bartolomé P. S., Van Gerven T. From the classroom to the game: applying available pedagogical guidelines in game-based learning. 2022 *IEEE Global Engineering Education Conference (EDUCON)* : IEEE. 2022. pp. 466–472.
4. Bunker22. *Putinist Slayer*. Digital game. 2022. URL: <http://pslayer.com/>.
5. Clement J. Number of video gamers worldwide in 2021 to become 3.243,3 millions, 7 Sep 2021. URL: <https://www.statista.com/statistics/293304/number-video-gamers/>.
6. Clement J. Video game market revenue worldwide 2017–2027. Statista, 14 jun. 2023. URL: <https://www.statista.com/topics/868/video-games/>.
7. Deep Learning: глибинне чи глибоке навчання? Ukrainian Language, 2021. URL: <https://ukrainian.stackexchange.com/questions/6529/deep-learning-глибинне-чи-глибоке-навчання>.
8. Djaouti D. et al. A gameplay definition through videogame classification. *International Journal of Computer Games Technology*, 2008. 1–6. URL: <http://dx.doi.org/10.1155/2008/470350>.
9. Dovey J., Kennedy H. W. *Game cultures: Computer games as new media: computer games as new media*. McGraw-Hill Education, 2006.
10. Eversim. *Power & revolution 2022 edition*. Digital game. France. 2022. URL: <http://www.power-and-revolution.com/news.php>.
11. Gartner. Gamification. Gartner Glossary. Marketing Glossary, 30 out. 2019. URL: <https://www.gartner.com/en/marketing/glossary/gamification>.
12. Gee J. P. *What video games have to teach us about learning and literacy*. 1st edition (May 1, 2003). ed. New York: Palgrave Macmillan, 2003. 256: 2, 14, 203–210 p. URL: <http://surl.li/rqohm>.
13. Glory to the Heroes. Digital game. 2023. URL: https://store.steampowered.com/app/2239670/_/?l=ukrainian.
14. Hamari J., Koivisto J., Sarsa H. Does Gamification Work? – A Literature Review of Empirical Studies on Gamification. In *Proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences*. Hawaii. USA. 2014. January 6–9. pp. 3025–3034.
15. Hunicke R., Leblanc M., Zubec R. MDA: A formal approach to game design and game research. *Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI*. 2004. URL: <https://www.cs.northwestern.edu/~hunicke/MDA.pdf>.
16. Kim J., Jung J., Kim S. The relationship of game elements, fun and flow. *Journal of Science and Technology*. 2015. N. 8(8). pp. 405–411. URL: <https://sciresol.s3.us-east-2.amazonaws.com/IJST/Articles/2015/Issue-Supplementary-8/Article19.pdf>.
17. Kosek M. et al. IRIDIUM+ deep media storytelling with non-linear light field video. In *ACM SIGGRAPH 2017 VR Village*. 2017. pp. 1–2. URL: <https://napier-repository.worktribe.com/preview/1413532/IRIDIUM-Deep-Media-Storytelling-with-Non-linear-Light-Field-Video-Paper.pdf>.
18. Lister M. et al. *New Media: A Critical Introduction*: Taylor & Francis, 2009. pp. 51–59.
19. Luhova T. A. Journalism education based on serious games. *OpenEdu*. 2021. N. 11, pp. 92–105. URL: <https://openedu.kubg.edu.ua/journal/index.php/openedu/article/view/2414-0325.2021.118>.
20. Luhova T. et al. The Canvas-Oriented Formalization of the Game Design Processes. *2019 IEEE 2nd Ukraine Conference on Electrical and Computer Engineering (UKRCON)*. Lviv : IEEE, 2019. pp. 1254–1259.
21. Luhova T. Moral and Ethical Scenarios for Educational Computer Games Based on the Robotic Futurology of Stanislaw Lem. In: Bernardes O., Amorim V., Carrizo Moreira. A. *Handbook of Research on Gamification Dynamics and User Experience Design*: IGI Global, 2022. Cap. 18, p. 384–408. URL: <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-4291-3.ch018>.

22. Luhova T., Kolot S. Emotional Intelligence Model in Educational Computer Games. *The 12th IEEE International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications*. 7–9 September. Dortmund, Germany : IEEE, 2023. pp. 846–852. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/10348740>.
23. Mao W. et al. Effects of Game-based learning on students' critical thinking: A meta-analysis. *Journal of Educational Computing Research*. V. 59, N. 8. pp. 1682–1708, 2022. DOI.org/10.1177/07356331211007098.
24. Martian, T. Russian warship, go f**kyourself. Digital game. 2022. URL: <https://martianteapots.itch.io/russian-warship-go-fck-yourself>.
25. Mattern S. Deep time of media infrastructure. In: *Signal traffic: Critical studies of media infrastructures*. 2015. pp. 94–112. URL: https://icd.wordsinspace.net/wp-content/uploads/2015/11/Mattern_DeepTimeMediaInfra_Final.pdf.
26. Maxdmax. Битва за Україну. Digital game. 2022. URL: <https://demo.devs.mx/ukraine/>.
27. Mildner P., Mueller F. F. Design of Serious Games. In: Dörner, R., et al. *Serious games*. Basel, Switzerland: Springer International Publishing, 2016. pp. 57–82. DOI.org/10.1007/978-3-319-40612-1_3.
28. Pixelforest. Farmers stealing tanks. Digital game. 2022. URL: <https://pixelforest.itch.io/farmers-stealing-tanks>.
29. Plass J. L., Homer B. D., Kinzer C. K. Foundations of game-based learning. *Educational psychologist*. 2015. V. 50, n. 4. pp. 258–83. DOI.org/10.1080/00461520.2015.112253.
30. Pomerantsev P. This is not propaganda: Adventures in the war against reality: Faber and Faber Limited, 2019.
31. Rose F. The Art of Immersion: How the Digital Generation is Remaking: WW Norton&Co. 2012. URL: https://www.academia.edu/download/35025431/Resena_The_art_of_inmersion.pdf.
32. Sierra G., Kitchell M. Deep Media Fiction [draft]. *Numéro Cinq VII*, 1, 2016. URL: https://www.academia.edu/download/37722177/Deep_Media_Fiction_pub.pdf.
33. Søndergaard M. The Politics of Electronic Remembrance: A Brief Study of Deep Media Metaphors—in art and other political lifeforms. In *Proceedings of Politics of the Machine (POM)*. Beirut: *British Computer Society*. 2019. pp. 105–108. URL: https://vbn.aau.dk/ws/files/319219718/105_S_ndergaard.pdf.
34. Stofella A.; Fadel, L. M. Fidelity and Play Model: Balancing Seriousness. In: Bernardes O., Amorim, V. *Handbook of Research on Promoting Economic and Social Development Through Serious Games*. IGI Global. 2022. Cap. 1. p. 1– 20. DOI.org/10.4018/978-1-7998-9732-3.ch001.
35. Susic P. 50+ Gamer Demographics Facts in 2023. *Headphones addict*, 24.02.2023. URL: <http://surl.li/qudqp>.
36. Kiss of War. Tap4fun (dev). 2019. URL: <http://surl.li/rolah>.
37. Thorne S. L., Fischer I. Online gaming as sociable media. *Alsic. Apprentissage des Langues et Systèmes d'Information et de Communication*. 2012. V.15, n.1. URL: <https://journals.openedition.org/alsic/2450>.
38. Tobias S., Fletcher J. D., Wind A. P. Game-based learning. In: Spector, J. M.; Al., E. *Handbook of research on educational communications and technology*. New York: Springer Science+Business Media, 2014. pp. 485–503. DOI.org/10.1007/978-1-4614-3185-5_38.
39. Ukraine War Stories. Digital game. 2022. URL: https://store.steampowered.com/app/1985510/Ukraine_War_Stories/.
40. UkrainianArmy. Digital game. 2022. URL: <https://ukrainian.itch.io/ukrainian-farmy>.
41. Walorska A. M. Deepfakes and Disinformation. Potsdam: Friedrich Naumann Foundation for Freedom, 2020. 31 p. URL: <https://shop.freiheit.org/#!/Publikation/897>.
42. Wight C. Post-Truth, Postmodernism and Alternative Facts: Review of Central European Affairs. *New Perspectives*, Prague. 2018. V. 26, n. 3 pp. 17–29. URL: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/post-truth-postmodernism-and-alternative-facts/docview/2204514911/se-2?accountid=14647>.
43. Word of the Year. Oxford Languages, 2016. URL: <http://surl.li/rqofy>.
44. Zinovieva T. Data journalism games: analyzing the use of Ukrainian video games for geopolitical messaging. *Інформаційна освіта та професійно комунікативні технології XXI століття. Матеріали XVI Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 13–15 вересня 2023 року)*. Odessa, 2023. pp. 255–260. URL: <http://surl.li/qudul>.
45. Zinovieva T. War in Ukraine through the lens of interactive media: A typological study of video games. *Yearbook of the Institute of East-Central Europe, Lublin*, v. 21, n. 2. Cooperation Formats in

Central and Eastern Europe: Determinants, Current State of Affairs, and Perspectives. 2023. pp. 213–229. DOI.org/10.36874/RIESW.2023.2.11.

46. Гроші, метри, два авта. Digital game. Журналістика даних. TEXTY.ORG.UA, 2016. URL: https://texty.org.ua/d/static/decl_game/.

47. Дроздова Є., Кельм Н., Бондаренко А. Чий це танк? Упізнай своїх. Гра-тренажер. Data journalism. TEXTY.ORG.UA, 2022. URL: <https://texty.org.ua/projects/105597/upiznaj-svoyih-gra-trenazher-chij-ce-tank/>.

48. Зінов'єва Т. Карнавал як культурний механізм сучасної України. Аркадія. Одеса, 2005. Т. 2, N. 8. С. 25–29.

49. Зірвати мантію. Онлан-гра. TEXTY.ORG.UA, 2021. URL: https://texty.org.ua/d/2021/judge_game/#/.

50. Івахненко Д., Гадамський Д. Ігрові симулятори, на яких можна почати опановувати бойові навички. TEXTY.ORG.UA, 2024. URL: <http://surl.li/qudve>.

51. Інститут масової інформації. Річний звіт 2018, 2018. URL: <https://imi.org.ua/upload/media/2019/09/02/5d6ca90a20a94-zvit-imi-2018-2.pdf>

52. Кримінальний кодекс України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 2001, № 25–26, ст. 131. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>.

53. Лугова Т. Ігровий дизайн-орієнтований підхід до розробки навчальних дисциплін вищих навчальних закладів. Інформаційні технології та засоби навчання. 2021. Вип. 81, N. 1. С. 235–254. URL: <https://www.oai.org.ua/index.php/itlt/article/download/3265/1770>.

54. Лугова Т. Український вертеп: синтаксис, семантика, прагматика, динаміка. Beau Bassin: LAP DAMBERT Academic Publishing, 2018. 465 p.

55. Маніпулятор. Онлайн-гра. TEXTY.ORG.UA, 2018. URL: <https://texty.org.ua/d/manipulator-game/index.html>.

56. Михайлишин Я., Солодько П., Герасименко В. Declarations-GO. Онлайн-гра. TEXTY.ORG.UA, 2016. URL: <https://texty.org.ua/d/declarations-game/>.

57. Оксимець О., Ткаченко Л., Герасименко В. Признач собі пенсію. TEXTY.ORG.UA, 2017. URL: <https://texty.org.ua/d/pension-game/#>.

58. Перязев В. Гендерно нейтральний Бог і гра «путін-бінго 2023»: Інтернет вибухнув жартами про виступ диктатора. Telegraf, 2023. URL: <http://surl.li/qudwb>.

59. Про медіа: Закон України. Документ 2849-IX. Чинний, 11.02.2024. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.

60. Прямий. Війна-2022: дев'ять найкращих ігор для ПК за мотивами російського вторгнення в Україну. Прямий, 2022. URL: <https://prm.ua/viyna-2022-ta-videoihry-dlya-pk/>.

61. Трикіша О. Шість ігор про війну в Україні: рятуй Чорнобаївку та збивай путіна з гармати. Сьогодні, 2022. URL: <http://surl.li/rokyu>.

62. Чернецька С. ЗМІ і війна: особливості поширення інформації та фото під час воєнного стану. Платформа прав людини, 2022. URL: <http://surl.li/rokyz>.

63. Яковлева О. Надавати ляпасів Путіну та потопити російські кораблі? Легко! Відеоігри про війну в Україні. Вікна, 2022. URL: <http://surl.li/rokzm>.

1. Abt, C.C. (1987), *Serious games*, University press of America, Lanham, New York, London, 57 p., available at: <http://surl.li/qudpb>.

2. Bakhtin, M.M. (1984), *Rabelais and His World*, 1. ed., Indiana University Press, Bloomington,, available at: https://monoskop.org/images/7/70/Bakhtin_Mikhail_Rabelais_and_His_World_1984.pdf.

3. Bartolomé, P.S. & Van Gerven, T. (2022), «From the classroom to the game: applying available pedagogical guidelines in game-based learning», *2022 IEEE Global Engineering Education Conference (EDUCON)*, IEEE, pp. 466–472.

4. Bunker22 (2022), Putinist Slayer, Digital game, ago, available at: <http://pslayer.com/>.

5. Clement, J. (2021), «Number of video gamers worldwide in 2021 to become 3.243, 3 millions», available at: <https://www.statista.com/statistics/293304/number-video-gamers/>.

6. Clement, J. (2023), «Video game market revenue worldwide 2017–2027, Statista», available at: <https://www.statista.com/topics/868/video-games/>.

7. Ukrainian Language (2021), Deep Learning: hlybynne chy hlyboke navchannia?, available at: <https://ukrainian.stackexchange.com/questions/6529/deep-learning-глибинне-чи-глибоке-навчання>.

8. Djaouti D. et al. (2008), «A gameplay definition through videogame classification», *International Journal of Computer Games Technology*, 1–6, DOI.org/10.1155/2008/470350.

9. Dovey, J. & Kennedy, H.W. (2006), *Game cultures: Computer games as new media: computer games as new media*, McGraw-Hill Education.
10. Eversim (2022), *Power & revolution 2022 edition*, Digital game, France, available at: <http://www.power-and-revolution.com/news.php>.
11. Gartner (2019), *Gamification*. Gartner Glossary, Marketing Glossary, available at: <https://www.gartner.com/en/marketing/glossary/gamification>.
12. Gee, J.P. (2003), *What video games have to teach us about learning and literacy*, 1st edition (May 1, 2003), Palgrave Macmillan, New York, 256: 2, 14, 203–210 p., available at: <http://surl.li/rqohm>.
13. Glory to the Heroes (2023), *Digital game*, available at: https://store.steampowered.com/app/2239670/_/?l=ukrainian.
14. Hamari, J., Koivisto, J. & Sarsa, H. (2014), «Does Gamification Work? – A Literature Review of Empirical Studies on gamification», *In proceedings of the 47th Hawaii International Conference on System Sciences*, Hawaii, USA. January 6–9, pp. 3025–3034.
15. Hunicke, R., Leblanc, M. & Zubec, R. (2004), «MDA: A formal approach to game design and gameresearch», *Proceedings of the AAAI Workshop on Challenges in Game AI*, available at: <https://www.cs.northwestern.edu/~hunicke/MDA.pdf>.
16. Kim, J., Jung, J. & Kim, S. (2015), «The relationship of game elements, fun and flow», *Journal of Science and Technology*, no. 8(8), pp. 405–411, available at: <https://sciresol.s3.us-east-2.amazonaws.com/IJST/Articles/2015/Issue-Supplementary-8/Article19.pdf>.
17. Kosek, M. et al. (2017), «IRIDIUM+ deep media storytelling with non-linear light field video», *In ACM SIGGRAPH 2017 VR Village*, pp. 1–2, available at: <https://napier-repository.worktribe.com/view/1413532/IRIDIUM-Deep-Media-Storytelling-with-Non-linear-Light-Field-Video-Paper.pdf>.
18. Lister, M. et al. (2009), *New Media: A Critical Introduction*, Taylor & Francis, p. 51–59.
19. Luhova, T.A. (2021), «Journalism education based on serious games», *OpenEdu*, no. 11, pp. 92–105, available at: <https://openedu.kubg.edu.ua/journal/index.php/openedu/article/view/2414-0325.2021.118>.
20. Luhova, T. et al., (2019), «The Canvas-Oriented Formalization of the Game Design Processes», *2019 IEEE 2nd Ukraine Conference on Electrical and Computer Engineering (UKRCON)*, IEEE, Lviv, p. 1254–1259.
21. Luhova, T. (2022), «Moral and Ethical Scenarios for Educational Computer Games Based on the Robotic Futurology of Stanislaw Lem», In: Bernardes, O., Amorim, V., Carrizo Moreira. A. *Handbook of Research on Gamification Dynamics and User Experience Design*: IGI Global, Cap. 18, pp. 384–408, DOI.org/10.4018/978-1-6684-4291-3.ch018.
22. Luhova, T. & Kolot, S. (2023), «Emotional Intelligence Model in Educational Computer Games», *The 12th IEEE International Conference on Intelligent Data Acquisition and Advanced Computing Systems: Technology and Applications*, 7–9 September, IEEE, Dortmund, Germany, pp. 846–852, available at: <https://ieeexplore.ieee.org/abstract/document/10348740>.
23. Mao, W. et al. (2022), «Effects of Game-based learning on students' critical thinking: A meta-analysis», *Journal of Educational Computing Research*, v. 59, no. 8, pp. 1682–1708, DOI.org/10.1177/07356331211007098.
24. Martian, T. (2022), «Russian warship, go f**k yourself, Digital game», available at: <https://martiantepots.itch.io/russian-warship-go-fck-yourself>.
25. Mattern, S. (2015), «Deep time of media infrastructure», *Signal traffic: Critical studies of media infrastructures*, pp. 94–112, available at: https://icd.wordsinspace.net/wp-content/uploads/2015/11/Mattern_DeepTimeMediaInfra_Final.pdf.
26. Maxdmax (2022), *Битва за Україну*, Digital game, available at: <https://demo.devs.mx/ukraine/>.
27. Mildner, P. & Mueller F.F. (2016), «Design of Serious Games», Dörner, R., et al. *Serious games*, Springer International Publishing, Basel, Switzerland, pp. 57–82, DOI.org/10.1007/978-3-319-40612-1_3.
28. Pixelforest (2022), *Farmers stealing tanks*, Digital game, available at: <https://pixelforest.itch.io/farmers-stealing-tanks>.
29. Plass, J.L., Homer, B.D. & Kinzer, C.K. (2015), «Foundations of game-based learning», *Educational psychologist*, v. 50, no. 4, pp. 258–283, DOI.org/10.1080/00461520.2015.112253.
30. Pomerantsev, P. (2019), *This is not propaganda: Adventures in the war against reality*: Faber and Faber Limited.
31. Rose, F. (2012), *The Art of Immersion: How the Digital Generation is Remaking*: WW Norton & Co, available at: https://www.academia.edu/download/35025431/Resena_The_art_of_inmersion.pdf, 2012.

32. Sierra, G. & Kitchell, M. (2016), «Deep Media Fiction [draft]», Numéro Cinq VII, 1, available at: https://www.academia.edu/download/37722177/Deep_Media_Fiction_pub.pdf.
33. Søndergaard, M. (2019), «The Politics of Electronic Remembrance: A Brief Study of Deep Media Metaphors—in art and other political lifeforms», In *Proceedings of Politics of the Machine (POM)*, British Computer Society, Beirut, pp. 105–108, available at: https://vbn.aau.dk/ws/files/319219718/105_S_ndergaard.pdf.
34. Stofella, A. & Fadel, L.M. (2022), «Fidelity and Play Model: Balancing Seriousness», In: Bernardes, O., Amorim, V. *Handbook of Research on Promoting Economic and Social Development Through Serious Games*, IGI Global, available at: <https://doi.org/10.4018/978-1-7998-9732-3.ch001>, Cap. 1, pp. 1–20.
35. Susic, P. (2023), «50+ Gamer Demographics Facts in 2023», Headphones addict, available at: <http://surl.li/qudq>.
36. Kiss of War (2019), Tap4fun (dev), available at: <http://surl.li/rolah>.
37. Thorne, S.L. & Fischer, I. (2012), «Online gaming as sociable media», *Alsic. Apprentissage des Langues et Systèmes d'Information et de Communication*, v. 15, no. 1, available at: <https://journals.openedition.org/alsic/2450>.
38. Tobias, S., Fletcher, J.D. & Wind, A.P. (2014), «Game-based learning», In: SPECTOR, J.M.; AL., E. *Handbook of research on educational communications and technology*, Springer Science+Business Media, New York, pp. 485–503, Doi.org/10.1007/978-1-4614-3185-5_38.
39. Ukraine War Stories (2022), Digital game, available at: https://store.steampowered.com/app/1985510/Ukraine_War_Stories/.
40. Ukrainiane Army (2022), Digital game, available at: <http://surl.li/rqomx>.
41. Walorska, A.M. (2020), *Deepfakes and Disinformation*, Friedrich Naumann Foundation for Freedom, Potsdam, 31 p., available at: <https://shop.freiheit.org/#!/Publikation/897>.
42. Wight, C. (2018), *Post-Truth, Postmodernism and Alternative Facts: Review of Central European Affairs*, New Perspectives, Prague, v. 26, no. 3, pp. 17–29, available at: <https://www.proquest.com/scholarly-journals/post-truth-postmodernism-and-alternative-facts/docview/2204514911/se-2?accountid=14647>.
43. Word of the Year (2016), Oxford Languages, available at: <https://languages.oup.com/word-of-the-year/2016/>.
44. Zinovieva, T. (2023), «Data journalism games: analyzing the use of Ukrainian video games for geopolitical messaging», *Information education and professional communication technologies of the 21st century. Materials of the XVI International Scientific and Practical Conference (Odesa, September 13–15, 2023)*, Odesa, pp. 255–260, available at: <http://surl.li/qudul>.
45. Zinovieva, T. (2023), «War in Ukraine through the lens of interactive media: A typological study of video games», *Yearbook of the Institute of East-Central Europe*, Lublin, v. 21, no. 2, Determinants, Current State of Affairs, and Perspectives, Cooperation Formats in Central and Eastern Europe, pp. 213–229, DOI.org/10.36874/RIESW.2023.2.11.
46. TEXTY.ORG.UA (2016), Money, meters, two cars [Hroshi, metry, dva avta], Digital game, Data journalism, available at: https://texty.org.ua/d/static/decl_game/.
47. Drozdova, Ye., Kelm, N. & Bondarenko, A. (2022), «Whose tank is this? Get to know yours. Simulator game. Data journalism», *TEXTY.ORG.UA*, available at: <https://texty.org.ua/projects/105597/upiznaj-svoyih-gra-trenazher-chij-ce-tank/>.
48. Zinovieva, T. (2005), «Carnival as a cultural mechanism of modern Ukraine», *Arkadiia*, Odesa, v. 2, no. 8, pp. 25–29.
49. TEXTY.ORG.UA (2021), Tear off the mantle [Zirvaty mantiiu], Online game, available at: https://texty.org.ua/d/2021/judge_game/#/.
50. Ivakhnenko, D. & Hadomskyi, D. (2024), «Game simulators on which you can begin to master combat skills», *TEXTY.ORG.UA*, available at: <http://surl.li/qudve>.
51. Institute of Mass Information (2018), Annual report 2018, available at: <https://imi.org.ua/upload/media/2019/09/02/5d6ca90a20a94-zvit-imi-2018-2.pdf>
52. Criminal Code of Ukraine (2001), Information of the Verkhovna Rada of Ukraine, BBP, no. 25–26, article 131, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>.
53. Luhova, T. (2021), «Game design-oriented approach to the development of academic disciplines of higher educational institutions», *Information Technologies and Learning Tools*, 81, no. 1, pp. 235–254, available at: <https://www.oai.org.ua/index.php/itlt/article/download/3265/1770>.
54. Luhova, T. (2018), *Ukrainian nativity scene: syntax, semantics, pragmatics, dynamics*, LAP DAMBERT Academic Publishing, Beau Bassin, 465 p.

55. TEXTY.ORG.UA (2018), Manipulator. Online game, available at: <https://texty.org.ua/d/manipulator-game/index.html>.
56. Mykhailyshyn, Ya., Solodko, P. & Herasymenko, V. (2016), Declarations-GO. Online game. *TEXTY.ORG.UA*, available at: <https://texty.org.ua/d/declarations-game/>.
57. Oksymets, O., Tkachenko, L. & Herasymenko, V. (2017), Set yourself a pension [Pryznach sobi pensiiu]. Online game, *TEXTY.ORG.UA*, available at: <https://texty.org.ua/d/pension-game/#>.
58. Pieriaziev, V. (2023), «Gender-neutral God and the game «putin Bingo 2023»: the Internet exploded with jokes about the dictator's speech», *Telegraf*, available at: <http://surl.li/qudwb>.
59. About media: Law of Ukraine. Document 2849-IX, available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.
60. Priamyi (2022), War 2022: The nine best PC games based on the Russian invasion of Ukraine, available at: <https://prm.ua/viyna-2022-ta-videoihry-dlya-pk/>.
61. Trykisha, O. (2022), «Six games about the war in Ukraine: save Chornobayivka and shoot putin down with a cannon», *Sohodni*, available at: <http://surl.li/rokyq>.
62. Chernetska, S. (2022), «Mass media and war: peculiarities of the dissemination of information and photos during martial law», *Human Rights Platform*, available at: <http://surl.li/rokyz>.
63. Yakovlieva, O. (2022), «Slap putin and sink russian ships? Easily! Video games about the war in Ukraine», *Vikna*, available at: <http://surl.li/rokzm>.

UDC 81.95; 37:004:316.772.5

VIDEO GAMES AS DEEP MEDIA: CHALLENGES DURING THE RUSSIAN-UKRAINIAN WAR

Zinovieva Tetiana, PhD (Art History), Associate Professor, Odesa Polytechnic National University, Odesa, Ukraine, e-mail: zinovieva@op.edu.ua.

ORCID – <https://orcid.org/0000-0002-3573-9978>

Introduction. The concept of “deep media” offers a valuable perspective on understanding modern media, with video games particularly noteworthy for their immersive and interactive nature.

Relevance. Given the growth of the video game industry and its intersection with media, ethical and regulatory inquiries are pertinent, especially in light of events like the Russian-Ukrainian war, where military-themed video games play a role of resistance in information wars.

The purpose of the study is to substantiate the role of video games as deep media during the Russian-Ukrainian war.

Methodology. Employing scientific literature analysis, terminological scrutiny, comparative and cultural analyses, alongside examination of visual and textual aspects of computer games depicting the war.

Results. The study scrutinizes the concept of deep media and identifies challenges surrounding the use of video games for resistance amidst information warfare due to Russian aggression in Ukraine. Video games depicting the invasion serve as platforms for information dissemination and counter-propaganda. Leveraging video games as deep immersive media necessitates careful regulation, given their roles as cultural artifacts, tools of mass influence, and commercial products. Ethical and regulatory frameworks are vital for governing game design in media landscapes.

Conclusions. Video games exhibit characteristics aligning with deep media, capable of captivating audiences, conveying complex narratives, and shaping cultural discourse. The convergence of media and gaming industries underscores the need for regulatory oversight, balancing artistic freedom, commercial interests, and public values.

Keywords: *video games, deep media, Russian-Ukrainian war, information warfare, convergence of journalism and gaming industry.*

Стаття надійшла до редакції 8.02.2024

Рекомендовано до видання 10.03.2024