

## ЗАСТОСУВАННЯ МЕСЕНДЖЕРІВ В УПРАВЛІННІ ІГРОВИМИ СПІЛЬНОТАМИ

*Андрій Владиславович Левенець*

ORCID: <https://orcid.org/0009-0006-3392-6960>

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро

*Юлія Михайлівна Стасюк*

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-6644-8658>

Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Дніпро

### Вступ

Комунікація є важливим процесом в управлінні будь якою організацією. В сучасному світі важко уявити комунікацію без застосування різноманітних месенджерів – додатків, що дозволяють обмінюватися повідомленнями в режимі реального часу через мережу Інтернет. Привернення уваги та переконання споживачів тісно пов'язані із теоріями комунікації, медіа, психологічними основами сприйняття, опрацювання й запам'ятовування інформації [5].

■ Viber ■ Fb Messenger ■ Telegram ■ WhatsApp

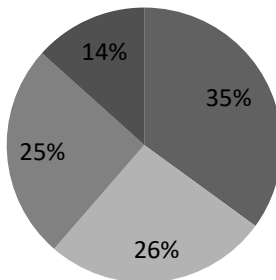


Рисунок 1 – Поширення месенджерів в Україні  
Джерело: сформовано авторами за [4]

Згідно з дослідженнями Hootsuite і We are social, у 2020 році аудиторія месенджерів перевищила 4 мільярди осіб. Тільки у WhatsApp щомісячна аудиторія складала 1,6 млрд людей ("Digitalin 2020", 2020). В Україні, за даними Kantar CMeter, месенджер Viber у січні 2021 року посів третє місце в рейтингу мобільних застосунків серед усіх мобільних пристроїв Android користувачів віком 16-55 років,

Telegram і Facebook Messenger – восьме і дев'яте відповідно ("Рейтинг мобільних додатків", 2021) [4]. Поширення месенджерів відбувається в усіх сферах соціального життя, в тому числі і в середовищі геймерів, що використовують ці застосунки для комунікації всередині ігрових кланів (ігровий клан або спільнота – об'єднання гравців в он-лайн іграх). А ігрові спільноти мають багато спільного з іншими формами організації, тому їх дослідження дозволяє зробити висновки щодо організацій в цілому.

## **МЕТА ТА ЗАДАЧІ**

Ця робота має на меті дослідити особливості застосування месенджерів в управлінні на прикладі ігрових кланів, враховуючи популярність цього засобу комунікації. Основними задачами дослідження є такі:

- Дослідити причини популярності месенджерів в ігрових кланах.
- Дослідити можливості месенджера Discord.
- Порівняти переваги та недоліки популярних месенджерів та визначити найбільш зручний для управління кланами.

## **МАТЕРІАЛИ І МЕТОДИ**

В цьому дослідженні використані такі матеріали як наукові статті, а саме: статті про управління з використанням месенджерів [5, 4, 1], менеджмент [3, 2, 6, 10], гейміфікацію [9], цифровізацію [8] та ігрові клани [7]; а також статистичні данні та власні спостереження. В цій роботі використовуються як емпіричні методи дослідження (спостереження за ігровою спільнотою «OrgCoop») так і теоретичні (аналіз поведінки гравців, порівняння месенджерів, узагальнення тощо)

## **РЕЗУЛЬТАТИ**

В ігрових кланах застосування месенджерів є популярним з кількох причин. По-перше, інформація в чатах гри швидко оновлюється, що не дає змоги зберегти важливі повідомлення. По-друге, месенджери надають можливість чітко окреслити коло осіб, що матимуть доступ до інформації, що важливо, враховуючи постійну конкуренцію між кланами.

Важливою відмінністю ігрових кланів від інших організацій є анонімність учасників, що впливає на їх поведінку. Гравці стають більш впевнені у собі спілкуючись в месенджерах, порівняно з реальним життям. З іншого боку вони можуть відчувати певну безкарність

та поводитись агресивно.

Підводним каменем месенджер-чатів є те, що представник конкурентного клану може вступити до іншого клану з несправжнього акаунту та отримати доступ до важливої інформації. Наприклад, до такої як план розвитку ігрової спільноти, способи заробітку у грі тощо. І обов'язками адміністратора є якраз видалення тих хто залишає клан або поводить ся некоректно, а також додавання нових учасників до чатів, створення чат-ботів тощо.

Чат-боти, в свою чергу, є зручним інструментом інтеграції нових учасників в ігрову спільноту. Вони можуть відповідати на питання про клан, надавати основну інформацію. Тому гравці швидше адаптуються в ігровій спільноті, використовуючи месенджери. І, оскільки існування іграх кланів, як і будь яких інших добровільних об'єднань, ґрунтується на регулярному проведенні нових заходів та постійному залученні нових учасників, чат-боти є дуже зручним інструментом управління спільнотою [2].

Як стверджує в особистій розмові очільник ігрової спільноти «OrgCoop» Ростислав Купрій (ігровий псевдонім – RostMaps), для гри в Minecraft найзручнішим месенджером є Discord тому що:

- Є можливість створювати корисних ботів. Наприклад бота, що відповідає на питання, бота що вмикає музику та фільми в голосовому чаті, бота що видає ранги та багато інших.

- Зручна структура серверів. Можна створити канали на різні теми, розподіляти канали на групи. Наприклад, канал для просто спілкування, канал для обговорення розвитку ігрового клану, канал для новин з гри тощо. В кожному чаті можна створити додаткове розгалуження (гілку). Ця гілка може бути доступною як для обмеженого кола осіб, так і для всіх учасників. І це корисно при створенні рівнів управління.

- Наявні ролі. Вони надають доступ до визначеної кількості каналів та гілок і дозволяють розподілити учасників за доступом до інформації.

- В рамках серверу гравці можуть змінити собі нікнейм і фото, при цьому зміни поширюються в рамках серверу та не змінюють профіль гравця. На інших серверах відобразатимуться ті данні, що зазначені в профілі.

- Голосові чати. В Discord наявні голосові чати – аудіоконференції, зручні тим, що учасники можуть долучатися в будь який момент.

Отже, месенджери допомагають у виконанні таких функцій управління як організація, планування та контроль. Далі наведено порівняння популярних месенджерів за їх можливостями.

Таблиця 1 – Порівняння Discord з іншими месенджерами. Створена авторами на основі [5, 7, 1]

Discord	Telegram	FB Messenger	WhatsApp	Viber
<b>Можливість створення ботів</b>				
Є можливість створювати різноманітних ботів, що здатні надавати основну інформацію, роздавати рани, вмикати музику та фільми в голосових чатах та багато іншого	Наявні боти, що спрощують спілкування та Telegram боти також дозволяють легко виставляти рахунки та здійснювати платежі	Є можливість створити бота, що може відповідати на питання	Є можливість створити бота, що може відповідати на питання та збирати статистичні данні	Наявні боти, що спрощують спілкування та Viber боти також дозволяють легко виставляти рахунки та здійснювати платежі
<b>Можливість створення каналів та гілок</b>				
Є можливість розподіляти учасників за доступом до інформації, розподіляти канали за темами обговорення	Є можливість створювати канали але немає такого розгалуження як в Discord	Є можливість створювати канали але немає такого розгалуження як в Discord	Є можливість створювати канали але немає такого розгалуження як в Discord	Є можливість створювати канали але немає такого розгалуження як в Discord
<b>Можливість надавати ролі</b>				
Є можливість надавати ролі, що дозволяє надавати учасникам різні можливості	Є можливість створювати ролі але це не дає змоги контролювати доступ до інформації	Ролі стандартні. Немає можливості створювати персоналізовані ролі	Ролі стандартні. Немає можливості створювати персоналізовані ролі	Ролі стандартні. Немає можливості створювати персоналізовані ролі
<b>Зміна нікнейму для конкретних серверів</b>				
Наявна така можливість, також можна змінити фото для конкретних серверів	Немає такої можливості	Немає такої можливості	Немає такої можливості	Наявна така можливість, також можна змінити фото для конкретних серверів
<b>Наявність голосових чатів</b>				
Наявні голосові чати, з можливістю підключення в будь який момент	Наявні голосові чати, але мають суттєві обмеження	Наявні голосові чати, але мають суттєві обмеження	Відсутні, є тільки запис голосових повідомлень та груповий дзвінок	Відсутні, є тільки запис голосових повідомлень та груповий дзвінок

Як бачимо з таблиці, основні можливості популярних месенджерів дуже схожі але для управління ігровими спільнотами більш зручним є Discord за рахунок можливості створювати складні структури чатів з різним доступом до інформації та рівнями управління. На вибір месенджера впливають також такі характеристики як дизайн та якість зв'язку. На другому місці після Discord за зручністю для управління є Telegram, що має схожий функціонал [1]. Загалом виробники комунікаційних застосунків постійно конкурують між собою, додаючи месенджерам все більше функцій, тому обрання кращого залежить від актуальності порівняння також.

Якщо ж говорити про управління загалом, то месенджери корисні в контексті гейміфікації управління, тобто моделювання управління взаємовідносин з клієнтами, вдосконалення паблік рилейшнз, реклами, маркетингу в соціальних мережах для HR-мотивації та підвищення залученості персоналу, процесів його навчання та ін. [9]. Такий підхід має стимулювати роботу працівників та сприяти процесу їх інтеграції в організацію, оскільки геймери беруть участь у різних соціальних обмінах і завойовують центральні позиції всередині мережі в обмін на вкладений ними час, гроші та спілкування [7, 10].

## ВИСНОВКИ

Отже, в ігрових кланах застосування месенджерів є популярним за рахунок можливості зберігати повідомлення та можливості чітко окреслити коло осіб, що матимуть доступ до інформації. Найбільш зручним для управління ігровими кланами є Discord, бо в ньому можна створити складну структуру чатів з ролями, яка відображатиме структуру клану. В інших застосунках така функція відсутня.

Загалом, месенджери є зручним інструментом управління, що дозволяє, як бачимо на прикладі ігрових кланів, організувати ефективну комунікацію, створювати рівні управління в чатах, інтегрувати нових учасників за допомогою чат-ботів та розподіляти учасників за доступом до інформації. Такі застосунки допомагають управлінцю розуміти своїх підлеглих. А чим краще менеджер-керівник розуміє, що таке група та чинники її ефективності, добре володіє мистецтвом ефективного управління групою, тим більше вірогідності, що він зможе підвищити продуктивність праці окремого підрозділу і організації в цілому [3]. Сучасним компаніям варто звернути увагу на можливості месенджерів та аналізувати актуальні переваги кожного, оскільки новим у стратегії цифрового лідерства є відмова від процесу пошуку одного оптимального рішення та перехід до широкого моделювання ринкової поведінки за допомогою цифрових технологій. Найбільшу перевагу отримують ті компанії, які можуть поєднати цифрову співпрацю в екосистемах із щирістю своїх намірів [8].

## ПОСИЛАННЯ

1. Констанчук В., Єфремов М. Що Таке Telegram-бот. *Житомирський державний технологічний університет*. 2018.  
URL: <https://conf.ztu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/02/68-1.pdf> (дата звернення: 22.05.2023).
2. Крупський О. П., Левенець А. В. Особливості прийняття

управлінських рішень в неприбуткових громадських організаціях на прикладі ГО «Дуїт». *Економіка і менеджмент 2023 :перспективи інтеграції та інноваційного розвитку* Дніпро, 2023. С. 102–104. URL: [https://www.confcontact.com/2023-ekonomika-i-menedzhment/10\\_Krupsky-Levenets.pdf](https://www.confcontact.com/2023-ekonomika-i-menedzhment/10_Krupsky-Levenets.pdf) (дата звернення: 21.05.2023).

3. Крупський О. П., Намлієв Є. В. Професійна культура майбутнього менеджера: психолого-педагогічні аспекти й чинники формування. *Теорія і практика професійного становлення особистості в соціокультурному просторі: монографія*. Дніпропетровськ: Акцент ПП, 2014. С. 257–281. URL: <https://essuir.sumdu.edu.ua/handle/123456789/50419> (дата звернення: 21.05.2023).

4. Маранчак М. Месенджер-маркетинг як напрям управління онлайн-репутацією (ORM) компанії. *Український журнал з бібліотекознавства та інформаційних наук*. 2021. №. 7. С. 115-126. URL: <http://librinfosciences.knukim.edu.ua/article/view/233318> (дата звернення: 21.05.2023).

5. Сохацька О. М., Легкий О. А. Ефективність цифрових маркетингових комунікацій: від постановки мети до оцінювання результату. *Маркетинг і цифрові технології*. 2017. Т. 1. №. 2. С. 4-31. URL: <https://www.mdt-opu.com.ua/index.php/mdt/article/view/13> (дата звернення: 22.05.2023)

6. Aldjic K., Farrell W. Work and Espoused National Cultural Values of Generation Z in Austria. *European Journal of Management Issues*. 2022. Vol. 30. №. 2. P. 100-115. <https://doi.org/10.15421/192210>

7. Howe W. T., Lee S. K. Social exchange is in the game: Communication and resource flow in a Xbox gaming clan. *First Monday*. 2018. URL: <https://doi.org/10.5210/fm.v23i8.8316>

8. Makedon, V., Krasnikova, N., Krupskiy, A., Stasiuk, Y. Arrangement of digital leadership strategy by corporate structures: a review. *Economic Studies*. 2022. Vol.31. №8. P. 19-40. URL: [https://www.iki.bas.bg/Journals/EconomicStudies/2022/2022-8/02\\_Nataliya-Krasnikova.pdf](https://www.iki.bas.bg/Journals/EconomicStudies/2022/2022-8/02_Nataliya-Krasnikova.pdf) (access date: 05/21/2023).

9. Romat Y., Biliavska Y. Gamification and its perception by generation «Z». *Scientific Notes of Ostroh Academy National University, "Economics" Series*. 2020. Vol. 1. P. 23–28. URL: [https://doi.org/10.25264/2311-5149-2020-17\(45\)-23-28](https://doi.org/10.25264/2311-5149-2020-17(45)-23-28) (date of access: 21.05.2023).

10. Zayed N. M. et al. The Power of Compensation System (CS) on Employee Satisfaction (ES): The Mediating Role of Employee Motivation (EM). *Economies*. 2022. Vol. 10. №. 11. P. 290. <https://doi.org/10.3390/economies10110290>.