

## CULINARY TELEVISION PROJECTS AS A BROADCASTER OF NATIONAL CULTURE

**Kovalova Tetiana** – Postgraduate student at the Chair of Cultural studies,  
Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv

In this article the television cultural projects aimed at popularizing national culture and traditions through applied crafts and skills have been examined. Using the example of culinary television shows, the significance of community leaders' initiatives in transforming cultural practices and representations, which contribute to the delineation of national identity, has been identified. The relationship between cuisine as a part of national identity and culture has been analyzed. It has been established that in the process of forming modern states, recipes have become bearers of the values of national, and later post-national, society. It has been noted that currently, television projects influence the overall development of societal culture.

*Key words:* community leader, values, cultural (social) self-awareness, national consciousness, self-awareness, sociocultural development, cultural project, cultural product, creativity.

Надійшла до редакції 20.05.2024 р.

УДК 81'276.1

## ПІДХОДИ ТА ТЕНДЕНЦІЇ ДОСЛІДЖЕННЯ СУБКУЛЬТУР ВІДЕОІГОР У ЗАХІДНОМУ НАУКОВОМУ ДИСКУРСІ НА РУБЕЖІ ХХ – ХХІ СТОЛІТТЯ

**Губернатор Олена Ігорівна** – доктор філософії з культурології,  
Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ, Україна

<http://orcid.org/0000-0003-4197-6184>

DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v48i.799>

[olenagubernator@gmail.com](mailto:olenagubernator@gmail.com)

Розкрито ключові тенденції та підходи у західному науковому дискурсі на рубежі ХХ – ХХІ ст., пов'язаному з проблематикою субкультур відеоігор. Культурологічний (власне (пост) субкультурний) аналіз відеоігор у рамках зарубіжного наукового дискурсу на рубежі ХХ – ХХІ ст. логічно й закономірно підводить до низки суспільно-політичних та етико-філософських проблем. Субкультури відеоігор – молодіжні культурні практики та моделі поведінки геймерів як активних медіа споживачів у віртуальному просторі, що ґрунтуються на змістовному матеріалі, формують ігровий та соціокультурний досвід гравця, розвивають просторове мислення, а також трансформують його культурну ідентичність. При цьому, наголошують зарубіжні дослідники, відеоігри часто спричиняють серйозні адикції, десоціалізують, а інтерактивність створює ілюзію легкості досягнення цілей, що «атрофує» моральну рефлексію і зумовлює «фундаментальну втрату орієнтацій» як наслідок мікшування віртуального та реального в свідомості геймера. Ще однією проблемою, яка активно обговорювалася на рубежі ХХ – ХХІ ст. і потребує осмислення в ключі постсубкультурного підходу, є ототожнення ігор зі споживчими звичками молоді чоловічої статті, що призводить до появи «максулітних упереджень» в науці. Одним із негативних аспектів субкультури відеоігор також є культивування елементу насильницьких дій.

*Ключова слова:* субкультура, відеоігри, молодіжна культура, субкультурна теорія, пост-субкультурний підхід, ігрові практики, геймери.

*Постановка проблеми.* Відомо, що історія комп'ютерних ігор починається в 1950-х рр. і відтоді проходить тривалий шлях – від нехитрого сюжету, найпростіших ігрових моделей та консольних ігрових автоматів у громадських місцях, до, власне, дуже складної графіки, а також продуманого багаторівневого сценарного світу та індивідуального доступу до комп'ютерних ігор у будь-який час. Сьогодні відеогра – складний та багатогранний феномен, що, окрім технологічного, має ще й історико-культурний, естетичний, комунікативний, філософський, прагматичний та етичний виміри. З одного боку, комп'ютерні ігри є частиною ширшого світу ігор зі своєю історією, морфологією та особливим змістом досвіду, а з іншого боку, належать до загальної групи явищ, пов'язаних із гібридизацією художніх і технологічних об'єктів, тобто поряд із комп'ютерною графікою та веб-дизайном є техно-мистецькими гібридами, культивування яких призводить до формування окремої субкультури у складі групи молодіжних рухів і субкультур. На тлі цього культурологи особливу увагу приділяють проблемі самовизначення субкультури відеоігор у сучасній культурі: приналежність до популярної культури та креативних індустрій, а також оригінальні естетичні характеристики нового типу ігор.

*Огляд досліджень і публікацій.* Деякі з останніх робіт по теорії субкультури присвячені полівалентності терміну «субкультура». Дебати Р. Вайнцирля та Д. Магглтона [25; 3] показали, що субкультурні явища доведеться переосмислити та реконцептуалізувати на мінливому соціальному терені нового тисячоліття, де глобальні мейнстріми та локальні субпотіки реартикулюють й реструктурують складними й нерівномірними способами, щоб створити нові, гібридні культурні констеляції. Цей процес, стверджують автори, передбачає критичний перегляд наявних політичних і теоретичних

«ортодоксальних» підходів Центру сучасних культурних досліджень (Centre for Contemporary Cultural Studies) Бірмінгемського університету 1970-х рр. Окремий аспект парадигмальних змін полягає у спробі переглянути та відкинути модель, за якою молодіжні субкультури робітничого класу героїчно чинили б опір підпорядкуванню домінуючим структурам шляхом семіотичної партизанської війни. Сьогодні дослідження, як правило, відображають більш прагматичний підхід порівняно з «романтичним» підходом Центру сучасних культурних досліджень. На хвилі цього критичного «зсуву» культурологічний підхід Манчестерського інституту популярної культури [20-22] супроводжувався «постмодерністськими» науковими пошуками А. Беннетта [2], Д. Магглтона [15] та ін.

*Мета статті* – розкрити основні тенденції та підходи в межах формування на рубежі ХХ–ХХІ ст. наукового дискурсу, пов'язаного з осмислення субкультури відеоігор.

*Вклад основного матеріалу.* Еволюція вище окреслених критичних дебатів породила величезну кількість нових концептів, підходів та дефініцій. Так, А. Сінгх концептуалізував молодіжні групи як «канали» або «підканали», інші автори класифікували їх як «темпоральні субпотоківі мережі», А.

Беннетт запропонував формулювання «нео-племена», С. Редхед наголошував на «клубних культурах» та глобальних молодіжних формуваннях. Як зазначив П. Годкінсон, «не зрозуміло, що робити з цією дивовижною кількістю концепцій і пояснень» [10; 23], за винятком того, що наявну плутанину можна пом'якшити, визнавши, що різні поняття часто використовуються для визначення різних аспектів соціальної реальності. Р. Вайнцирль та Д. Магглтон стверджують, що множення перспектив відкриває світ плуралізму та різних формацій, як-от, «бондаж-панки та анархопанки», «культури протесту DiY», «техно-племена», «сучасні примітиви», «латиноамериканські банди», «нет-готи», «металісти нової хвилі», «net.goths» та ін. Може здатися, що ця панорама більше резонує з тим, що Т. Полгемус [19] описав як «супермаркет стилю», аніж із британською субкультурною теорією 1970-х рр. Така множинність, хоча й неминуча, проте не означає, що до різних соціальних утворень не слід підходити через послідовний теоретичний підхід. Як зазначають П. Годкінсон та В. Дейке, важливо, що прагнення уникнути структурного детермінізму та чітко окреслених колективних ідентичностей, з якими традиційно асоціюється субкультурна теорія, «не змушує теоретиків погоджуватися, або на недостатньо теоретизовані (можливо досить очевидні) твердження про мінливу та складну ідентичність молоді, або на радикальні припущення щодо обраності, індивідуальної відмінності та споживчого вибору» [11; 15]. Іншими словами, під час враховування складності індивідуальних ідентичностей, важливим є прагнення до збереження значення ідентифікованих молодіжних формувань.

«Лімінальні» молодіжні культури намагаються накопичити субкультурний капітал за умови збереження відмінності від інших груп або підгруп, заснованих на «автентичності» та «ідентичності». До аналізу та вивчення складних взаємин влади та ідентичності в субкультурному просторі, молодіжної культури можна підійти з трьох позицій: підхід П. Бурдьє з його дефініціями «смаку», «дистинкції» та «культурного капіталу»; аналіз перформативності та субкультурних ідентичностей Дж. Батлера [4-5]; постмодерністська концепція дослідження молоді М. Маффезолі [14] як виклик традиційно потрактованим соціально-структурним ідентичностям.

Як доволі складне соціокультурне утворення гру можна розглянути крізь дифракцію аудиторій і феноменів, заснованих як на конкретних, так і на ширших трансмедійних жанрах та потоках (ігри FPS і MMORPG; жахи, жанри наукової фантастики, спорту, фентезі), частоті ігрових звичок або ставлення до середовища («звичайні» або «хардкорні» гравці, «ретрогеймери», «ранні адепти»), інтерес до компанії та продукту (шанувальники Nintendo, прихильники Sony, шанувальники Final Fantasy, колекціонери Amiga та Psygnosis). Кожна з цих класифікацій певним чином «прорізає» складну мережу соціальних перетинів, які можуть накладатися на інші стилі життя, контексти, сцени, споживання інших медіа тощо.

Н. Кроу та С. Бредфорд здійснили спробу «картографування» культури відеоігор за допомогою молодіжних і субкультурних утворень, які визначили через термін «віртуальні культури», або як практики у віртуальних світах спільнот онлайн-ігор, розглядаючи те, як молодь «конструює та підтримує віртуальні ідентичності у віртуальних соціальних системах» через аналіз гри Runescape [8; 217]. Автори стверджують, що владні відносини виникають через боротьбу та консенсус упродовж усієї динаміки віртуальної культури. Попри евристичний потенціал даного терміну його навряд чи можна розглядати як опис різноманітних соціальних утворень, які підпадають під загальний термін «геймер». Очевидно, що на дискурсивному рівні геймерів описують як послідовних медіаспоживачів. Так, геймер часто характеризується як той, хто належить до широкої групи «гіківських» індивідів або «технарів», як із позиції «домінуючої» культури чи ЗМІ, так і з боку самих геймерів, як засіб утвердження та підтвердження своєї ідентичності. Чимало авторів ототожнювали геймера з хакером, його практиками кібернетичного опору. Однак сукупність ігрових практик, здається, відводить нас далеко від фактичної ідентифікації з будь-яким стереотипом чи унікальним профілем.

(Пост)субкультурна теорія пропонує комплексний погляд на субкультури та батьківську культуру і, таким чином, ставить під сумнів ідею про узгоджені та однорідні утворення в одній площині, які можна легко і чітко розмежувати. Це також свідчить про те, що сучасні молодіжні культури характеризуються набагато складнішими рівнями стратифікації на відміну від простих дихотомій на кшталт протистояння монолітного «мейнстріму» та резистентних субкультур [25; 7]. Із цієї точки зору субкультури можна розглядати в кожному конкретному випадку як місця символічного опору, або як утворення, які беруть участь у нішевому маркетингу власних ідентичностей і, таким чином, вимагають менш строгої позиції щодо дискурсивної та політичної інтеракції. Субкультурна приналежність, звісно, пропонує «приналежність, статус, нормативні вказівки та, що важливо, відмову від домінуючих цінностей» на відміну від «чужих» [11]. Проте, орієнтовані на товар субкультури також можуть жити «споживацькими амбіціями на самому початку»: наприклад, байкери, сноубордисти чи віндсерфери.

Враховуючи відсутність ґрунтовних та комплексних субкультурних студій з ігрової практики в українському академічному полі, спробуємо виокремити кілька важливих тенденцій. По-перше, геймери та культура відеоігор кваліфікуються як складові більших соціокультурних утворень, до яких вони маргінально прив'язані, але, водночас, тісно переплетені з ними – наприклад, клуби, або «віртуальне», яке включало б разом ЗМІ та практики, такі як Інтернет, парки віртуальної реальності та комп'ютерні ігри [7; 22]. У цих випадках ігрові практики інтегровані до ширших процесів і контекстів, детермінованих економічними процесами виробництва та дозвілля. По-друге, загалом, ігри (справді, субкультури в широкому розумінні) також тісно пов'язані з молодіжними культурами. Як стверджують П. Годкінсон і В. Дейке, «зростаючий зв'язок між молоддю та певними видами споживання був ключовою темою досліджень молодіжних культур останніх років» [11; 3]. Особливо важливою є ця тема, оскільки з нею пов'язана проблема панічних станів, стресів й відхилень у ЗМІ, через які ігри часто сприймалися в новій історії як те, на що можна списати усі огріхи та недоліки у поведінці молодих людей. Дійсно, як стверджує Б. Осгербі [18], відеоігри та медіа загалом були тотально присутні у соціокультурному досвіді молоді. Середньостатистична американська дитина зростала у будинку з «трьома телевізорами, трьома магнітофонами, трьома радіоприймачами, двома відеоманітофонами, двома програвачами компакт-дисків, одним програвачем відеоігор і одним комп'ютером» [23; 10]. Схожа ситуація і у Великобританії. Так, С. Лівінгстон і М. Бовілл виявили, що молодь віком від шести до сімнадцяти років витрачали на медіа в середньому п'ять годин на день [13]. Це сприяло тому, що з часом виникли негативні конотації, пов'язані з відеограми, що ідентифікувалися як культурні неприємності та складнощі, девіації. Після таких трагедій, як різанина та бійня у старшій школі Колумбайн, штат Колорадо, поряд із рок-музикою та іншими формати розваг шельмуванню почали піддаватися також комп'ютерні ігри, лунали численні звинувачення на адресу останніх від моралістів та політиків, які швидше знайшли саме у відеоіграх такого собі «цапа-відбувайла», не бажаючи помічати набагато глибші соціально-економічні проблеми [18; 50-53].

На відміну від цих наративів постсубкультурна теорія може бути ефективно використана як антитеза грандіозним проектам і зазіханням, щоб показати, як саме споживання впливає на трансформацію моделей поведінки молоді, які все більше характеризуються ефемерними та індивідуалізованими смаками, практиками та ідентичністю [9]. Це контрастує з наголосом попередніх наукових досліджень на соціально-економічних аспектах і категоріях, які тривіально використовуються для побудови стереотипів. З цієї точки зору субкультуральні студії пропонують ключі до інтерпретації соціальних і політичних тенденцій, які формують сприйняття ігор та ідей, що оточують геймерів у широкому культурному контексті. Оскільки ігри як засіб є відносно новим предметом в академічному дискурсі, то субкультурний аналіз може запобігти доволі популярній тенденції зводити специфіку цих практик до надмірно узагальнених наративів.

Дж. Ньюман підкреслив, що Б. Джонсон визначив фокус бачення відео-ігор як «сміттевої культури», яка редукує гравців до знерухомлених ящиків, які лише моргають й посмикуються, тим самим підтверджуючи свою притомність [12]. У такому трактуванні Дж. Ньюман вбачає панікерську тенденцію, що нівелює роль і значення ігрової культури як такої, пов'язуючи ігровий процес «з культурним занепадом [і] падінням стандартів грамотності та освітніх досягнень [16; 4].

Критичний потенціал постсубкультурного підходу стане у нагоді під час протидії культурному детермінізму. Як зазначає А. Беннетт, інтерпретація сучасної молоді часто спирається на культурну упередженість й ідеалізовані уявлення про минуле: у той час, як «автентичні» молодіжні культури розглядаються як «справа минулого», сучасну молодь часто критикують ті, хто стверджує, що краще за неї знає, що таке молодість, критикують за споживацьку філософію та ідеологію, яка в даному випадку набуває форми «одержимості цифровими дистракціями, такими як відеоігри та текстові повідомлення» [3, 39].

Ще однією проблемою, яка активно обговорювалася на рубежі ХХ–ХХІ ст. і потребує осмислення в ключі постсубкультурного підходу, є ототожнення ігор зі споживчими звичками молодих чоловіків (і,

відповідно, з чоловічим поглядом та ідеологією). Для Д. Робертса та У. Фера, відеоігри є новим засобом, який працює «через екран телевізора» в «мінливому медіа-ландшафті». Незважаючи на те, що за останній час багато чого змінилося після рудиментарної графіки та обмеженого контролю користувача ранніх ігор, частка дівчат і хлопців, які ними користуються, досліджується за допомогою кількісного аналізу і робиться висновок, що відеоігри все ж є популярними значною мірою серед хлопців, особливо в пізньому дитинстві та ранньому підлітковому віці (від 8 до 14 років) [24; 128]. Крім того, очевидно, що відеоігри найбільше приваблюють хлопчиків середньої школи – цей висновок узгоджується з твердженнями про те, що контент більшості відеоігор стереотипний за гендерною ознакою, приваблюючи набагато більше хлопчиків, ніж дівчат [6].

Хоч цей аналіз і зосереджується на, мабуть, одній із ключових субкатегорій, яку використовують для опису геймерів (підлітків), все ж висновки вказують на обмеження цього підходу. По-перше, теза про те, що «багато чого змінилося з часів рудиментарної графіки та обмеженого контролю користувача ранніх ігор» за відсутності чітких критеріїв, здається, не підкріплена жодною аргументацією. Це також свідчить про погане історичне розуміння досягнень середовища, оскільки приклади дуже «художніх» чи «складних» ігор можна простежити до самих витоків цього середовища. По-друге, дійсно важко заперечити, що ігри переважно є чоловічо-орієнтованою практикою, проте наразі кількісних результатів недостатньо для дослідження розмаїття залученої аудиторії, включно з ігровими практиками жінок. Гендерний аналіз в іграх, до цього переважно присвячений критиці жіночих і нормативних стереотипів у лівій частці «традиційних» відеоігор, може виграти від апробації субкультурного підходу щодо альтернативного споживання, як-от, у випадку з етнографією «атипових» чи творчих гендерних ігрових практик [1], або через історичне дослідження маргінальних сфер розробки жіночих ігор [17].

Незалежно від того, чи зможуть ігрові субкультури скласти конкуренцію на символічному рівні «природності» класових і гендерних стереотипів, тим не менш, важливо підходити до ігрових культур, уникаючи «маскулінних упереджень», які зумовлюють фокусування дослідницької уваги на чоловічих стилях і субкультурах. Питання можливого надмірного спрощення аналізу аудиторії відеоігор у зв'язку з трансмедійним споживанням зумовлює необхідність використання комплексного підходу на базі соціально-політичних й ідеологічних чинників розвитку відеоігор. Чимало історичних й не менш фундаментальних аспектів ігрових практик могли залишитись поза увагою порівняно з більш зрозумілими і популярними питаннями. Навіть субкультурну теорію часто критикували за спробу сформувати надмірно фіксоване враження про культурні кордони між групами молодих людей, роблячи в деяких випадках акцент на нетиповій девіантній меншості так, що мінливі та диференційовані рівні індивідуальної прихильності були недооцінені, а жіночі групи виведені за рамки субкультурного аналізу. Оскільки на початку XXI ст. чітке розмежування між чоловічою та жіночою молодіжними культурами нівелюється, важливо проаналізувати «чоловічі» ігрові практики, уникаючи великих наративів на користь емпіричних, якісних методів та етнографічного аналізу.

*Висновки.* Отже, бачимо, що культурологічний, чи то (пост)субкультурний, аналіз відеоігор у рамках зарубіжного наукового дискурсу на рубежі XX – XXI ст. логічно й цілком закономірно підводить до низки суспільно-політичних та етико-філософських проблем. Субкультури відеоігор – молодіжні культурні практики та моделі поведінки геймерів як активних медіа споживачів у віртуальному просторі. Вони вимагають уваги, концентрації, швидкої реакції та логічного мислення. За часту містять серйозний змістовний матеріал (літературні і кінообрази, культурно-історичні дані, психологічні завдання, зразки художньої культури), який впливає на формування ігрового та соціокультурного досвіду геймера, не кажучи вже про просторовість ігрового наративу, що допомагає розвивати просторове мислення, та обізнаність у новітніх технологіях. При цьому, наголошують дослідники, відеоігри часто спричиняють серйозні адикції, десоціалізують, а інтерактивність створює ілюзію легкості досягнення цілей, що «атрофує» моральну рефлексію і зрештою зумовлює серйозний патологічний ефект – «фундаментальну втрату орієнтацій» (П. Вірільйо) як наслідок «мікшування» віртуального та реального в свідомості геймера. Ще однією проблемою, яка активно обговорювалася на рубежі XX – XXI ст. і потребує осмислення в руслі постсубкультурного підходу, є ототожнення ігор зі споживчими звичками молодих чоловіків. Подібні «маскулінні упередження» у межах західних (як-от, британських) субкультурних студій потребують серйозної деконструкції, тим більше, що на початку XXI ст. різниця між чоловічою і жіночою молодіжними культурами нівелюється за рахунок розвитку сучасних цифрових технологій, тому важливо проаналізувати «чоловічі» ігрові практики, уникаючи великих наративів на користь емпіричних та якісних методів. Одним із негативних аспектів субкультури відеоігор також є культивування елементу насильницьких дій. Після таких трагедій, як різанина та бійня у старшій школі Колумбайн, штат Колорадо, поряд із рок-музикою та іншими форматами розваг шельмуванню почали піддаватися комп'ютерні ігри, лунали численні звинувачення на їх адресу від моралістів та політиків, які не завжди помічали соціально-економічні причини цієї проблеми, на чому наголошують представники постсубкультуральних студій.

### Список використаної літератури

1. Anthropy A. Rise of the Videogame Zinesters. New York : Seven Stories Press, 2012. 208 p.
2. Bennett A. Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste. *Sociology*. 1999. Vol. 33 (3). P. 599–617.
3. Bennet A. As young as you feel. Youth as a discursive construct. In P. Hodkinson & W. Deicke (Eds.), *Youth Cultures. Scenes, Subcultures and Tribes*. New York-London : Routledge, 2007. P. 23-36.
4. Butler J. *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London : Routledge, 1990. 272 p.
5. Butler J. *Bodies that Matter: On the Discursive Limits of «Sex»*. London : Routledge, 1993. 288 p.
6. Calvert S. *Children's journeys through the information age*. Boston : McGraw-Hill, 1999. 298 p.
7. Chatterton P., Hollands, R. *Urban Nightscapes. Youth cultures, pleasure spaces and corporate power*. London & New York : Routledge, 2003. 285 p.
8. Crowe N., Bradford, S. Identity and structure in online gaming. Young people's symbolic and virtual extensions of self. In P. Hodkinson & W. Deicke (Eds.), *Youth Cultures. Scenes, Subcultures and Tribes*. Routledge : New York-London, 2007. P. 217-230.
9. Furlong A., Cartmel, F. *Young People and Social Change: Individualization and Risk in Late Modernity*. Buckingham (UK) : Open University Press, 1997. 141 p.
10. Hodkinson P. *Goth. Identity, Style and Subculture*. Oxford : Berg, 2002. 288 p.
11. Hodkinson P., Deicke, W. (Eds). *Youth Cultures. Scenes, Subcultures and Tribes*. London-New York : Routledge, 2007. 280 p.
12. Johnson B. The writing is on the wall – computer games rot the brain. *The Telegraph*. 2006, December 28. URL: <https://www.telegraph.co.uk/comment/personal-view/3635699/The-writing-is-on-the-wall-computer-games-rot-the-brain.html>
13. Livingstone S., Bovill, M. *Young People, New Media: Final Report of the Project*. In *Children, Young People and the Changing Media Environment*. LSE Report. Media@LSE, London, UK, 1999. URL: [http://eprints.lse.ac.uk/21177/1/Young\\_people\\_new\\_media\\_%28LSERO%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/21177/1/Young_people_new_media_%28LSERO%29.pdf)
14. Maffesoli M. *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London : Sage, 1996. 176 p.
15. Muggleton D. *Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*. Berg, Oxford, 2000. 198 p.
16. Newman, J. *Playing with videogames*. London-New York : Routledge, 2008. 224 p.
17. Nooney L. A Pedestal, A Table, A Love Letter: Archaeologies of Gender in Videogame History. In *Game Studies. The international journal of computer game research*. 2013. Vol. 13 (2). URL: <https://gamestudies.org/1302/articles/nooney>
18. Osgerby B. *Youth Media*. London-New York : Routledge, 2004. 318 p.
19. Polhemus T. *Streetstyle*. London : Thames & Hudson, 1994. 144 p.
20. Redhead S. *Unpopular Cultures: The Birth of Law and Popular Culture*. Manchester : Manchester University Press, 1995. 136 p.
21. Redhead S. *From Subcultures to Clubcultures: An Introduction to Popular Cultural Studies*. Oxford : Blackwell, 1997. 152 p.
22. Redhead S., Wynne, D., O'Connor, J. (Eds). *The Clubcultures Reader: Readings in Popular Cultural Studies*. Oxford : Blackwell, 1997. 260 p.
23. Rideout V., Foehr U., Roberts D., Brodie M. *Kids & Media @ the New Millennium: Executive Summary*. Menlo Park, CA : Henry J. Kaiser Family Foundation, 1999. 57 p. URL: <https://www.kff.org/wp-content/uploads/2013/01/kids-media-the-new-millennium-executive-summary.pdf>
24. Roberts D. F., Foehr, U. G. *Kids & Media in America*. Cambridge University Press, Cambridge, 2004. 380 p.
25. Weinzierl R., Muggleton D. (Eds). *The Post Subcultures Reader*. Oxford-New York : Berg, 2003. 324 p.

### References

1. Anthropy A. (2012). Rise of the Videogame Zinesters. New York: Seven Stories Press.
2. Bennett, A. (1999). Subcultures or Neo-Tribes? Rethinking the Relationship between Youth, Style and Musical Taste. *Sociology*, 33 (3), 599–617.
3. Bennet, A. (2007). As young as you feel. Youth as a discursive construct. In P. Hodkinson & W. Deicke (Eds.), *Youth Cultures. Scenes, Subcultures and Tribes* (pp. 23-36). New York-London: Routledge.
4. Butler, J. (1990). *Gender Trouble: Feminism and the Subversion of Identity*. London: Routledge.
5. Butler, J. (1993). *Bodies that Matter: On the Discursive Limits of “Sex”*. London: Routledge.
6. Calvert, S. (1999). *Children's journeys through the information age*. Boston: McGraw-Hill.
7. Chatterton, P., & Hollands, R. (2003). *Urban Nightscapes. Youth cultures, pleasure spaces and corporate power*. London & New York: Routledge.
8. Crowe, N., & Bradford, S. (2007). Identity and structure in online gaming. Young people's symbolic and virtual extensions of self. In P. Hodkinson & W. Deicke (Eds.), *Youth Cultures. Scenes, Subcultures and Tribes* (pp. 217-230). Routledge: New York-London.
9. Furlong, A., & Cartmel, F. (1997). *Young People and Social Change: Individualization and Risk in Late Modernity*. Buckingham (UK): Open University Press.
10. Hodkinson, P. (2002). *Goth. Identity, Style and Subculture*. Oxford: Berg.
11. Hodkinson, P., & Deicke, W. (Eds). (2007). *Youth Cultures. Scenes, Subcultures and Tribes*. London-New York: Routledge.
12. Johnson, B. (2006, December 28). The writing is on the wall – computer games rot the brain. *The Telegraph*. URL: <https://www.telegraph.co.uk/comment/personal-view/3635699/The-writing-is-on-the-wall-computer-games-rot-the-brain.html>
13. Livingstone, S., & Bovill, M. (1999). *Young People, New Media: Final Report of the Project*. In *Children, Young People and the Changing Media Environment*. LSE Report. Media@LSE, London, UK. URL: [http://eprints.lse.ac.uk/21177/1/Young\\_people\\_new\\_media\\_%28LSERO%29.pdf](http://eprints.lse.ac.uk/21177/1/Young_people_new_media_%28LSERO%29.pdf)

14. Maffesoli, M. (1996). *The Time of the Tribes: The Decline of Individualism in Mass Society*. London: Sage.
15. Muggleton, D. (2000). *Inside Subculture: The Postmodern Meaning of Style*. Berg, Oxford.
16. Newman, J. (2008). *Playing with videogames*. London-New York: Routledge.
17. Nooney, L. (2013). A Pedestal, A Table, A Love Letter: Archaeologies of Gender in Videogame History. In *Game Studies. The international journal of computer game research*, 13 (2). URL: <https://gamestudies.org/1302/articles/nooney>
18. Osgerby, B. (2004). *Youth Media*. London-New York: Routledge.
19. Polhemus, T. (1994). *Streetstyle*. London: Thames & Hudson.
20. Redhead, S. (1995). *Unpopular Cultures: The Birth of Law and Popular Culture*. Manchester: Manchester University Press.
21. Redhead, S. (1997). *From Subcultures to Clubcultures: An Introduction to Popular Cultural Studies*. Oxford: Blackwell.
22. Redhead, S., Wynne, D., & O'Connor, J. (Eds). (1997). *The Clubcultures Reader: Readings in Popular Cultural Studies*. Oxford: Blackwell.
23. Rideout, V., Foehr, U., Roberts, D. & Brodie, M. (1999). *Kids & Media @ the New Millennium: Executive Summary*. Menlo Park, CA: Henry J. Kaiser Family Foundation. URL: <https://www.kff.org/wp-content/uploads/2013/01/kids-media-the-new-millennium-executive-summary.pdf>
24. Roberts D. F., & Foehr, U. G. (2004). *Kids & Media in America*. Cambridge University Press, Cambridge.
25. Weinzierl, R., & Muggleton, D. (Eds). (2003). *The PostSubcultures Reader*, Oxford-New York: Berg.

### **APPROACHES AND TRENDS OF VIDEO GAMES SUBCULTURES RESEARCH IN THE WESTERN SCIENTIFIC DISCOURSE AT THE TURN OF THE 20<sup>th</sup> – 21<sup>st</sup> CENTURY**

**Hubernator Olena** – PhD in Philosophy Kyiv National University of Culture and Arts,  
Kyiv, Ukraine

In the article the key trends and approaches in the western scientific discourse at the turn of the 20<sup>th</sup> – 21<sup>st</sup> century were opened which connect with the problem of video games subcultures. Cultural (actually, (post)subcultural) analysis of video games in the frames of foreign scientific discourse at the turn of the 20<sup>th</sup> – 21<sup>st</sup> century logically and naturally leads to a number of socio-political, ethical and philosophical problems. Subcultures of video games are youth cultural practices and models of gamers' behavior as active mediaconsumers in virtual space that are based on the meaningful material, forming playing and socio-cultural gamer's experience, developing space thinking and also transforming his cultural identity. Herewith, foreign researchers emphasize that video games often make serious addictions, de-socialize, and interactivity creates the illusion of easy achievement of goals, which «atrophies» moral reflection and causes a «fundamental loss of orientation» as a result of «mixing» the virtual and real in the mind of the gamer. One more problem that was actively discussed at the turn of the 20<sup>th</sup> – 21<sup>st</sup> century and needs understanding in the key of the post-subculture approach is equating games with the consumption habits of male youth, which leads to the emergence of «maxillary bias» in science. One of the negative aspects of the video game subculture is also the cultivation of violent acts.

*Key words:* subculture; video games, youth culture; subcultural theory; post-subcultural approach; game practices; gamers.

Надійшла до редакції 28.04.2024 р.

**УДК 316.7:17.025.1:316.3**

### **КУЛЬТУРОЛОГІЧНІ ДОМІНАНТИ У ВИЗНАЧЕННІ «МОРАЛЬНИХ АВТОРИТЕТІВ» СУСПІЛЬСТВА**

**Дячук Валентина Павлівна** – кандидат культурології, доцент, доцент кафедри арт-менеджменту та івент-технологій, Національна академія керівних кадрів культури і мистецтв,  
м. Київ

<https://orcid.org/0000-0003-1638-3192>

DOI: <https://doi.org/10.35619/ucpmpk.v48i.800>  
vdiachuk@dakkim.edu.ua

У сучасних умовах деконструкції системи цінностей у світі, потужної дезінформації та популізму, наявність моральних авторитетів дає можливість українцям не втратити віру у перемогу демократії і свободи та зі зброєю відстоювати власну державність, стати прикладом сміливості та мужності. Надзвичайно актуальною для України є й необхідність визначити власний цивілізаційний і культурний вимір, культурологічні домінанти. Важливими постають питання довіри, адже створення відповідного середовища вимагає говорити правду незалежно від кон'юнктури або особистої вигоди та ставати моральними авторитетами. *Мета статті* – визначити процеси формування українських культурних домінант, проаналізувати об'єктивні та суб'єктивні фактори, які дозволяють визначити феномен «морального авторитету» який впливає на суспільну думку і дії суспільства. *Методологія дослідження* полягає у використанні традиційних методів пізнання: історико-генетичного, культурологічного та порівняльного, а також залучення сучасних теорій розвитку, зокрема синергетики та глобального еволюціонізму. *Наукова новизна* полягає у тому, що вперше встановлено вплив ціннісних домінант культури народу на ментальну та психологічну структуру особистості в її визначенні моральних авторитетів. Доведено, що переосмислення у суспільній свідомості