

УДК 008:001.8:794.8
DOI: [https://doi.org/10.17721/UCS.2025.2\(17\).04](https://doi.org/10.17721/UCS.2025.2(17).04)

Іван ФЕДІРКО, студ.
ORCID ID: 0009-0003-2037-4798
e-mail: larum.ivan@gmail.com

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна

МЕТОДОЛОГІЯ АНАЛІЗУ КУЛЬТУРИ ВІДЕОІГОР

Вступ. Відеоігри, що виникли у 1960-х роках і стали масовою культурною практикою наприкінці 1970-х, перетворилися з елементу субкультури на важливу частину глобальної популярної культури. Як продукт креативної індустрії, вони все частіше виконують роль інструменту *soft power*, через який наративи, візуальні образи та культурні коди поширюють ідентичність розробників у світовому просторі. Успішні проекти, як зарубіжні, так і вітчизняні, демонструють потенціал відеоігор у формуванні міжнародного культурного іміджу держав. Відтак аналіз феномена культури відеоігор набуває наукової актуальності. У статті розглянуто підходи дослідження в межах *game studies* та запропоновано рекомендації щодо методології аналізу культури відеоігор.

Методи. Використано методи синтезу, абстрагування, типологізації, індукції, систематизації, узагальнення та порівняння даних, а також дискриптивний метод.

Результати. З'ясовано, що культура відеоігор визначається як комплексна частина сучасної культури, що охоплює процеси створення, споживання, репрезентації та трансмедійну взаємодію ігор з іншими мистецькими формами. Вона включає спільноти гравців і розробників, суспільні уявлення про відеоігри та їхній вплив на культурний простір.

Доведено, що відеогра як медіа вирізняється інтерактивністю, імерсивністю та подібна до *Gesamtkunstwerk*. Вона створює простір для формування цифрової ідентичності та нових форм тілесності в межах геймплею.

Встановлено, що методологічно дослідження культури відеоігор потребує комплексного підходу, який враховує історичний розвиток, соціокультурний контекст і специфіку взаємодії між гравцем і грою.

Висновки: . Культура відеоігор становить багаторіневий феномен, у якому поєднуються технологічні інновації, естетичні стратегії та соціальні практики. Вона охоплює як процес створення ігор, так і активність гравців, які переосмислюють зміст і формують власні наративи. Культура відеоігор не зводиться до споживання контенту – це простір взаємодії, де гра стає медіумом культурного обміну та вираження колективного досвіду.

Дослідження культури відеоігор потребує уваги до особливостей виникнення та поширення відеоігор при виборі об'єкта дослідження. Слід звертати увагу на відмінності у регіональному поділі та маркерах національного продукту. Для ефективного аналізу культури відеоігор слід використовувати міждисциплінарність культурологічного, лудологічного та соціологічного підходів.

Ключові слова: культура відеоігор, відеоігри, медіа, методологія, лудологія.

Вступ

Відеоігри з'явилися ще у 60-х роках 20 століття, і як культурна практика увійшли у життя людства ще з кінця 70-х – початку 80-х років. На своїх початках гравці мали власну субкультуру, але поступово вона стала частиною мейнстрімної популярної культури. Сукупність культурних явищ, символів та значень, пов'язаних із відеоіграми, зазвичай визначають як культуру відеоігор, хоча поле значень, що входять до цього поняття, часто залежить від вибору конкретного дослідника.

У свою чергу, відеоігри як медіа-продукт творчої індустрії є потужним інструментом *soft power*. Завдяки наративам, як візуальним, так і сюжетним, розробники ігор можуть ділитися своїми ідеями з гравцями у всьому світі. Розробники як носії культури часто несвідомо поширюють ідеї, характерні для їх культурної ідентичності. Але деякі країни вже зрозуміли, що фінансова та юридична підтримка розробників, які поширюють потрібний для країни наратив, призводить до позитивних наслідків у зовнішній культурній політиці. Такі нещодавні ігри як "Black Myth: Wukong" від китайської студії Game Science, "Atomic Heart" від російської студії Mundfish та "S.T.A.L.K.E.R. 2: Серце Чорнобиля" від української студії GSC Game World мали значний вплив на світове сприйняття культури країн-розробників.

Тому аналіз відеоігор як окремих медіа та культури відеоігор загалом є перспективним напрямком досліджень. Беручи до уваги особливості вищезазначених феноменів, інструменти та методи аналізу які дозволяють отримати достовірний результат досліджень відрізняються від звичних. У цій статті буде розглянуто ряд досліджень у напрямку *game studies* та ряд методів, які автори цих досліджень обрали, на основі цього будуть запропоновані рекомендації щодо методології аналізу культури відеоігор.

Мета статті – огляд існуючих методів аналізу культури відеоігор та підходів до визначення основоположних понять лудологічного дискурсу; окреслення можливостей їх поєднання у комплексному дослідницькому підході.

Огляд літератури. Поняття "відеогра" та "культура відеоігор" досліджують вже кілька десятиліть, задля повноти картини у статті було представлено праці як сучасних дослідників, так і праці визначних авторів у цій сфері, зокрема було представлено колективну статтю "Video Games in/as Culture: The Evolving Cultural Significance of Video Games", статті Едрієнн Шоу, Генрі Дженкінса, Джона Дові, Хелен Кеннеді, Кіта Вінклера та Т. Л.Тейлор. При розгляді факторів, які впливають на вибір предмету дослідження, було використано ряд праць, як колективних так і незалежних, серед них є збірка статей "Perspectives on the European Videogame" та статті Євгена Малюка, Станіслава Кравчика та Матіаса Вехнера. У статті було розглянуто кілька підходів до вивчення культури відеоігор. Як представників культурологічного підходу було наведено праці вже згаданих Едрієнн Шоу, Генрі Дженкінса, Джона Дові, Хелен Кеннеді, Кейт Вінклера, Т. Л.Тейлор та членів дослідницького консорціуму GAMEHEARTS. Обраними працями для огляду лудологічного підходу стали праці Майкла Ніцше та Річарда Бартла. Як приклад представників соціологічного підходу було обрано колективну статтю "Tracing the Evolution of Video Game Culture in Malaysia", матеріали конференції "Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації" та вже згадану збірку статей "Perspectives on the European Videogame".

Методи

Проведено аналіз та огляд підходів до визначення та дослідження культури відеоігор та похідних понять. На основі даного аналізу було надані методичні

© Федірко Іван, 2025

рекомендації до проведення дослідження культури відеоігор. Для проведення аналізу та створення методичних рекомендацій було використано такі методи, як синтез, абстрагування, групування, індукція, систематизація, узагальнення та порівняння даних, а також опис результатів.

Результати

Вибір прийомів та методів аналізу культури відеоігор проблематичний для багатьох дослідників, через особливості відеоігор як медіуму та відсутність усталеного визначення поняття "культура відеоігор". Аби уникнути подібних труднощів із окресленням поля досліджень, слід почати із огляду теоретичних засад поняття "культура відеоігор" та окреслення поняття "відеогра".

У цій статті використовується поняття "відеогра" та "комп'ютерна гра" як синоніми, хоча поняття "відеогра" дещо ширше і включає у себе сукупність ігор на усіх комп'ютеризованих пристроях, як-от персональний комп'ютер, ігрова консоль, смартфон чи телефон. Водночас, як випливає із назви "комп'ютерна гра" – це гра виключно для персонального комп'ютера. Також існує поняття ширше за "відеогра" – "електронна гра". У цій статті цей термін не використовується з ряду причин. По-перше, похідним від терміну "електронна гра" було би поняття "культура електронних ігор", яке практично не використовується у науковому дискурсі. По-друге, поняття "електронна гра" включає у себе окрім поняття "відеогра" ще і різноманітні види ігор, де використовується електроніка для створення інтерактивної системи взаємодії з гравцем. Таким чином, до множини поняття "електронні ігри" входять відеоігри, портативні електронні ігри, аркадні автомати, електро-механічні ігри, слот-машини та невізуальні ігри, зокрема звукові ігри. Неможливо ігнорувати роль портативних електронних ігор, аркадних автоматів та електро-механічних ігор у формуванні ранньої культури відеоігор, але водночас азартні електронні ігри та невізуальні ігри мали мінімальний вплив на неї. Тобто, використання терміну "електронна гра" є недоречним у контексті цієї статті.

Стосовно теоретичних засад, заслуговує на увагу колективна стаття Нети Йодович та ін. "Video Games in/as Culture: The Evolving Cultural Significance of Video Games", заснована на матеріалах дослідницького консорціуму GAMEHEARTS. У тій статті автори досліджують культурну вагу відеоігор не лише через економічні показники, але і через повсякденні практики, кросіндустріальні зв'язки й способи, якими ігри формують та віддзеркалюють суспільство. Розглянемо основні тези, представлені дослідниками у роботі.

По-перше, важливою є інтерпретація відеоігор через поняття Ріхарда Вагнера Gesamtkunstwerk. Подібну інтерпретацію відеоігор запропонувала спікерка конференції Еллі Озілі-Вуд, спираючись на попередні роботи таких дослідників як Джейн Мак'онігал та Олександрі Прокопєць (Yodovich et al., 2025). Відеогра як твір поєднує програмування, музику, анімацію, нарратив і дизайн, подібно до того, як опера поєднує драму, музику та образотворче мистецтво. На відміну від Gesamtkunstwerk минулого, відеоігри, як Gesamtkunstwerk сучасності підтримує як роботу великих команд, так і сольну розробку, тому для розробників доступний широкий діапазон перспектив і експериментів. Це твердження також добре узгоджується із визначенням відеоігор як нового "жвавого мистецтва" Генрі Дженкінса, про статтю якого буде згадано пізніше.

По-друге, у статі було зазначено про "вихід" відеоігор за межі притаманних їм платформ, зокрема, про трансмедійність відеоігрових нарративів. Як приклад подібної трансмедійності у статті було наведено появу фільмів та серіалів за іграми, ігрові присутності у музеях, інтеграції з модою і музикою. Також важливою була згадка участі деяких відео ігор у таких кінофестивалях як Tribeca та Venice. Згадано було і про фактори проникнення ігрових технологій та підходів у професійну діяльність та гейміфікацію, але ці явища складно віднести до культури відеоігор, радше до взаємодії відеоігор із культурою та повсякденністю.

По-третє, у статті було розглянуто кілька питань інклюзивності відеоігор. Зокрема, було зазначено про репрезентацію через ігри, того, яким чином вона може бути ефективною на прикладах Papers, Please, This War of Mine, The Pirate Queen та Bury Me, My Love, та те, що водночас було фіксовано гендерні, расові та інші диспропорції як у персонажах ігор, так і в робочій силі індустрії. Іншою стороною інклюзивності, або радше її нестачі, є проблеми "playwall". У своїй доповіді Е. Ослі-Вуд представила концепцію "playwall", щоб описати бар'єри, які заважають людям взаємодіяти з відеоіграми. Усього було зазначено п'ять бар'єрів: культурна стигма, лінгвістичний бар'єр, безликість індустрії, низька медіа-/ігролітерація та інституційні бар'єри. Розглянемо кожний з бар'єрів детальніше. Культурна стигма полягає у тому, що у суспільстві гра у відеоігри не заохочується, і у них як новому медіа частіше шукають ризики для дітей та молоді. Лінгвістичний бар'єр виник у наслідок того, що відеоігрова спільнота початково формувалась як субкультура, і навіть зараз складається із ряду субкультур, які сформовані довкола певної гри, серії ігор, жанру, регіону. Кожна із цих спільнот та відеоігрова спільнота загалом мають сформований запас жаргонізмів. Відеоігровий жаргон властивий як гравцям, так і виробникам ігор, він є спільним їх творінням і містить як терміни, які були запозичені із інших субкультур, так і такі, що були утворені у середині власної. Безликість індустрії викликана тим, що окрім кількох відомих дизайнерів-чоловіків, про творців індустрії як особистостей зазвичай мало що відомо. Відомі зазвичай команди загалом, авторство є колективним, що не дає змогу сприймати відеогра як творчість певного митця. Низька медіалітерація, або ж низький рівень ознайомленості загалом із контролерами – це бар'єр доступності гри як твору для того, хто не є гравцем. Досвід пізнання гри відбувається через процес гри, який є неможливим без розуміння того, як грати. Ця проблема полягає навіть не у тому, що елементи управління складні, але у тому, що не кожен пересічний споживач їх інтуїтивно розуміє. Інституційні бар'єри – це сукупність перешкод для того, щоб представити гру у інституцію, подібної до музею чи галереї, немає чіткого шляху, як продемонструвати враження гри, якщо досвід не був спроектований під подібний вид інституцій. Подібна проблема є у кіно та анімації, але їх сприйняття не має подібної до ігор індивідуальності, чи дійсно можна продемонструвати досвід, якщо для кожного він індивідуальний не лише за результатом сприйняття, але і за самим процесом.

По-четверте, стаття розглядала питання включення відеоігор до культури та мистецтва. Попри повсюдність, ігри часто не визнаються "культурою" у масовій уяві, триває стигма, а традиційні індустрії інколи сприймають ігри як технологічну загрозу чи лише джерело інтелектуальної власності. Автори показують, що

оцінювання ігор лише економічними метриками обмежує розуміння їхнього культурного сенсу та ролі у щоденному житті. З іншого боку, деякі практики з індустрії вбачають своєю метою насамперед створення "приємних" продуктів, інші – будують культурний імідж брендів. Тобто навіть самі виробники ігор не до кінця розуміють, чи роблять вони мистецький твір чи виключно комерційний продукт, перш за все для них важливе задоволення гравця від гри, у тому чи іншому вигляді.

Підіб'ємо проміжні підсумки для цієї статті, перш ніж перейти до наступної. Відповідно до матеріалів статті, відеоігри як медіа мають властивості *Gesamtkunstwerk*, їм властиве колективне авторство без чітко вираженої авторської персоналії. Також культура відеоігор є культурою у сенсі корпоративної культури індустрії, у сенсі субкультури спільноти гравців. Вона існує як частина культури загалом через поширення відеоігрових наративів у нові медіа та щоденні цифрові звички. Ця культура віддзеркалює й формує суспільні дискурси. Вірогідно такого визначення було б досить для опису сучасних тенденцій, але за цілісним визначенням слід звернутись до авторитетних джерел попередніх періодів.

Досить ґрунтовним є дослідження поняття "культура відеоігор" у виконанні Едрієнн Шоу. У своїй статті "What Is Video Game Culture? Cultural Studies and Game Studies" 2010 р. вона критикує попередні підходи до вивчення культури відеоігор, наголошуючи на потребі вивчення ігор як частини культури, а не окремого явища чи субкультури. Шоу апелює до культурних досліджень, зокрема до Р. Вільямса та С. Холла, які трактують культуру не як набір об'єктів, а як процес, систему значень і соціальних практик. Вона пропонує перенести цю процесуальну модель культури на вивчення відеоігор (Shaw, 2010, с. 405). Водночас вона не заперечує і визначення своїх попередників, зокрема Вінклера (Winkler, 2006) – як субкультуру з особливими смаками, Дженкінса (Jenkins, 2006) – як мистецтво, Тейлор (Taylor, 2006) – як професійну практику, Дові та Кеннеді (Dovey & Kennedy, 2006) – як індустріальну дискурсивну структуру, але закликає не обмежуватись цими визначеннями (Shaw, 2010, р. 405–406).

Підхід, який пропонує Е. Шоу, можна узагальнити наступними тезами. По-перше, слід аналізувати не лише геймерів та їх субкультуру, але і процес гри та соціальну взаємодію пересічних гравців (Shaw, 2010, р. 407–409).

По-друге, слід розглядати усі відеоігри, а не лише популярні, узагальнення по жанрам та вибірковість у визначенні культури через тексти створює викривлене уявлення про всю сферу відеоігор (Shaw, 2010, р. 409–411).

По-третє, слід гнучко розуміти практики гри (Shaw, 2010, р. 411–414). Третя теза стосується аналізу усіх аспектів споживання, таких як активна гра, повсякденна гра, соціальний аспект гри, особливості, характерні певним платформам для гри, тілесність, як у формі аватару, так і у формі сенсорного відчуття гравця.

По-четверте, культуру відеоігор не слід відмежовувати від звичайної культури (Shaw, 2010, р. 414–415), явища, які до неї входять, слід вивчати рефлексійно – чому певні гравці, жанри або форми гри стають "нормою", а інші – "відхиленням" (Shaw, 2010, р. 415–417).

По-п'яте, слід приділити увагу трансмедійним взаємодіям ігор та медіа, які афілійовані із гравцями (Shaw, 2010, р. 418). Підхід Е. Шоу досить складно реалізувати, але можна погодитися із багатьма її пунктами, окрім другого – детально проаналізувати кожну гру абсолютно неможливо, узагальнення по

жанрам та приділення уваги саме популярним іграм дозволяє виокремити характерні риси явища, особливо якщо об'єктом аналізу є складна система значень та соціальних практик.

Перш ніж підбити загальні підсумки та запропонувати визначення для терміну "культура відеоігор", слід трохи детальніше розглянути вже згадані роботи Дженкінса, Дові і Кеннеді, Тейлор та Вінклера, щоб мати краще уявлення про теоретичні засади лудології на початку 21 століття. Робота Дженкінса значною мірою відмінна від бачення інших тогочасних дослідників тому слід почати із неї.

Генрі Дженкінс у своїй статті "Games, the new lively art" (2006) пропонує підхід до відеоігор як до нового "жвавого мистецтва", яке перебуває у стадії становлення, подібно до раннього кіно (Jenkins, 2006). Він апелює до книги Гілберта Селдеса "The Seven Lively Arts" (1924), який захищав такі "низові" мистецтва як джаз, комікси, кіно, водевіль, цінуючи їх за інноваційність та демократичність. Окрім того Дженкінс наголошує на ролі ігор як рушійній силі технологій і культури, відеоігри стимулювали розвиток комп'ютерних технологій, а також вони вплинули на сучасне кіно, інсталяції, молодіжну культуру й академічні дослідження. Автор теоретизує на тему естетики відеоігор, на його думку ігри, на відміну від високого мистецтва, відзначаються своєю динамікою, емоційною інтенсивністю, моментами "пікового переживання". Саме тому "знакові моменти", тобто найбільш запам'ятовувані ігрові сцени, дії чи відчуття контролю, є ключовим джерелом художньої цінності ігор. Дженкінс наголошує, що естетика відеоігор не повинна зводитися до кінематографічної картинки, вони мають власну унікальну форму – інтерактивність, рух, просторовий дизайн, перформативність.

Праця Джона Дові та Хелен Кеннеді "Game Cultures: Computer Games as New Media" (2006) доволі масштабна та розглядає теми як ігрового досвіду, так і соціальних та культурних засад гри. Автори визначають культуру відеоігор як сукупність практик, відносин і значень, що виникають у процесі виробництва, споживання та взаємодії просюмера із виробником комп'ютерних ігор. Подібне визначення засноване на аналізі властивостей гри та закономірностей взаємодії з нею. Наступні тези Дові та Кеннеді можна виділити як основоположні. Гра відмінна від усіх попередніх медіа, і тому потребує власних аналітичних інструментів. Вона найбільш масова форма нових медіа, яка поєднує споживання та творення культури. По-друге, гра є інтерактивною, вона відрізняється від інших медіа тим, що її сутність – у взаємодії гравця і системи. Взаємодія гравця і гри не має поділу між текстом (грою) та реципієнтом (гравцем), вона існує лише під час виконання і описується поняттям "геймплей". По-третє, гра є імерсивною, процес гри виходить за межі пасивного споживання, і досвід гри формується через дії гравця, а не через готову історію. По-четверте, відеоігри є простором, де формуються нові ідентичності через оволодіння технологіями. Автори вводять термін "технічність" (technicity), який описує культурний капітал, що ґрунтується на здатності грати, модифікувати, створювати і розуміти технології. По-п'яте, гра є тілесним досвідом, у якому людина і машина поєднані в єдину систему. Це породжує нові форми суб'єктивності – "кіборгові" ідентичності, де людське і технологічне зливаються. Остання теза – це те, що ігри не є ізолюваним явищем. Вони переплітаються з економікою, гендерними відносинами, глобальними мережами і владними структурами. Вони

формують нові простори для співпраці, конкуренції й опору, у тому числі між розробником та гравцем. Межа між гравцем і розробником стирається: модифікації, фан-арт, фан-фікшн, створення карт і модів роблять споживачів просюмерами (prosumer).

Досить схожим є підхід Кіта Вінклера, викладений у його есе "The Business and Culture of Gaming" (2006). Це коротка робота, яка сконцентрована лише на питанні співвідношення економічної та культурної складових гри. На основі матеріалів есе можна виділити наступне визначення поняття "культура відеоігор". Культура відеоігор – це субкультура спільноти, що виникає на перетині бізнесових практик індустрії та культурної участі гравців, де виробники і користувачі подекуди співіснують у спільному культурному просторі, поділяючи цінності, стиль і сенси процесу гри.

Наостанок розглянемо підхід докторки Т. Л. Тейлор. У своїй роботі "Play Between Worlds: Exploring Online Game Culture" (2006) вона пропонує досліджувати відеоігри через спільноти їх гравців, використовуючи етнографію та власний досвід гри. На основі аналізу книги Тейлор можна виділити наступне визначення культури відеоігор: це сукупність соціальних практик, ідентичностей, соціальних взаємин і структур влади, що виникають у межах мережевих ігор. Але ця культура охоплює не лише сам простір гри, до неї належить усе, від спільнот гравців і фан-культури до корпоративного контролю і боротьби за простір. Вона охоплює те, як гравці входять у гру, взаємодіють між собою офлайн і онлайн, створюють зміст, підтримують традиційні ролі та стереотипи, а також конкурують з індустрією за права і владу над ігровим середовищем. Тейлор також досліджує явище "пауер-геймінгу" (power gaming), суть якого полягає у інтенсивній грі із максимальною оптимізацією процесу. Стиль гри, властивий пауер геймерам, ігнорує традиційне уявлення про задоволення від гри (задоволення у значенні терміну fun) і спонукає дослідників до пошуків нового визначення властивостей гри.

Підіб'ємо підсумки: поняття "культура відеоігор" є комплексним, і будь-яке його визначення буде неповним, однак напевно можна визначити загальні властивості та обсяг поняття. Відповідно до вище зазначених джерел, культуру відеоігор можна охарактеризувати як поняття, що охоплює частину загальнолюдської культури, яка формується довкола відеоігор, їх створення, споживання, репрезентації та трансформації у інших медіа. У обсяг даного поняття входить сукупність субкультур гравців та розробників, суспільна думка про відео ігри, трансмедійні зв'язки ігор із іншими творами та їх вплив на культуру загалом. Коли ми зазначаємо субкультури, слід розуміти, що ми не маємо обмежуватись виключно їх характерними властивостями чи взаємодією виключно всередині субкультури, ба більше ми маємо звернути увагу, в першу чергу, на взаємодію із тими, хто є поза межами певної субкультури гравців та взаємодію між членами поза межами характерного для певної субкультури простору. Також дослідження культури відеоігор нерозривно поєднано із дослідженням самих відео ігор як медіа. Як вже було зазначено вище, відеогра відмінна від усіх попередніх медіа, вона відповідає ознакам концепції Gesamtkunstwerk і пізнавана лише через процес взаємодії та занурення у неї.

Після уточнення основоположних понять перейдемо до огляду рівнів аналізу культури відеоігор. Так само як і у інших галузях, існує глобальний, регіональний,

національний та локальний рівні дослідження, але у зв'язку із особливостями відеоігор можуть виникнути труднощі із окресленням предмету дослідження. Найменше труднощів із глобальним рівнем дослідження, адже тут предметом можуть виступати транснаціональні тенденції функціонування та розвитку культури відеоігор та інші глобальні явища.

Складніше визначити предмет на рівні регіонального дослідження. По-перше, виникає стандартна для гуманітаристики проблема категоризації та типологізації, різні типології пропонують різні культурні регіони. По-друге, культура відеоігор доволі молода і на її формування досить сильно вплинули політичні та технологічні особливості регіонів, де вона оформлювалася, відповідно фактори другої половини 20 ст. – початку 21 ст. мали значно більший вплив на формування регіональних особливостей гри ніж традиційні культурні регіони, які формувались тисячоліттями. Для прикладу розглянемо найбільш поширену типологію культурних регіонів, яка виокремлює 6 культурних регіонів. А саме: арабо-мусульманський, африканський, далекосхідний, європейський, індійський та латиноамериканський. Якщо порівняти цю типологію із матеріалами лudoлогічних досліджень, знайдемо досить серйозні невідповідності. Першочергово слід виділити Англо-Америку та Японію як окремі регіони через їх лідерську роль у встановленні трендів культури відеоігор на етапі її зародження (Navarro-Remesal & Pérez-Latorre, 2021, p. 15). Водночас, хоча європейські дослідники намагаються виділити Європу у один регіон (Navarro-Remesal & Pérez-Latorre, 2021, p. 15–39), дослідження явища культури відеоігор країн, які перебували по той бік залізної завіси (Navarro-Remesal & Pérez-Latorre, 2021, p. 91–111; Maluk, 2016), свідчать про значні відмінності та потреби розподілу на два регіони. Також арабо-мусульманський, африканський та латиноамериканський регіони часто поєднують у регіон глобального півдня, вірогідно через те, що ігри там з'явилися пізніше. У випадку, якщо дослідження потребує предмету дослідження спільного для регіону, варто поєднати наявні гуманітарні типології культурних регіонів із списками регіонального розподілу ігор у період поширення явища Region Locking та розумінням історичного контексту 1970-х – 1990-х, таким чином можна побачити взаємодію усталених культур із тогочасними реаліями поширення технологій та відеоігор.

Найбільше складнощів виникає при дослідженні національних особливостей культури відеоігор, адже відеогра як медіа створюється із метою поширення на широку міжнародну аудиторію, а її творці часто орієнтуються на стандарти глобального ринку. Та все ж деякі дослідники, зокрема Станіслав Кравчик, виділяють поняття національної гри. У своїй статті "What Is a National Video Game?" (2024) С. Кравчик ставить своєю метою розширення поля аналізу відеоігор (Krawczyk, 2024, p. 5). Для цього автор пропонує п'ять основних категорій та одну додаткову для аналізу національної приналежності гри. До основних категорій входить розробник, світ гри, мова, ігровий процес та аудиторія (Krawczyk, 2024, p. 2). Категорія розробника включає у себе фізичне та юридичне розташування студії та її розробників, а також їх етнічний склад (Krawczyk, 2024, p. 3). Світ гри як категорія поділений на дві підкатегорії – простір гри та культурні посилання у наративі (Krawczyk, 2024, p. 3–4). Категорія мови досить очевидна, але С. Кравчик згадує основну мову гри, що вірогідно означає найбільш повну локалізацію. Ігровий процес як категорія аналізу містить у собі механіку, структуру гри,

ігрові жанри та культурну пам'ять. Категорія аудиторії включає у себе як цільову аудиторію, так і реальну, а також усі заходи, які були прийняті розробниками для поширення продукту у певних регіонах. Автор пропонує концентруватись на процесі виробництва та дизайні гри при дослідженні її національної приналежності. Використання поняття національної гри особливо важливе при дослідженні країн, які представили власний продукт на світовому ринку нещодавно або мають незначну присутність на світовому ринку. За період останніх кількох років у індустрії виробництва відеоігор відбувається ріст успішності AA ігор (Wehner, 2025), виробниками яких є студії середньої величини. Подібні студії значно більше пов'язані із певним країнами, що у подальшому може призвести до збільшення кількості ігор, які можна назвати національними.

Визначення предмету дослідження на локальному рівні є найменш проблематичним, але дослідження явищ культури відеоігор на цьому рівні потребує використання характерних методів та підходів. Перейдемо до огляду основних підходів, які використовують дослідники культури відеоігор.

Перш за все, для дослідження відеоігор та культури відеоігор можна і навіть потрібно використовувати культурологічний підхід. Вже зазначені Едрієнн Шоу, Генрі Дженкінс, Т. Л.Тейлор, Джон Дові, Хелен Кеннеді та члени дослідницького консорціуму GAMEHEARTS використовували саме цей підхід. Також слід згадати вітчизняних дослідників, зокрема Юлію Василівну Трач та її медіа аналіз гри як складової культури (Trach, 2021). Особливу увагу при використанні даного підходу слід приділити медіа-теорії та методу цифрової етнографії (Taylor, 2006). Культурологічний підхід надає, напевно, найширший вибір інструментів аналізу та дозволяє дослідити символи, наративи та уявлення, що сформувались у культурі відеоігор. Але існують і недоліки, зокрема слабке охоплення соціальних практик геймерів, відсутність типології для аналізу гри та інструментів аналізу комп'ютерної гри як такої.

Лудологія – це галузь cultural studies, яка досліджує різні аспекти явища гри, один з її напрямків – це дослідження відеоігор. Зі створенням Асоціації дослідників цифрових ігор у 2003 році вчені почали розуміти, що вивчення ігор можна і потрібно вважати окремою галуззю. Будучи молодого галуззю, вона цікавить вчених з різних дисциплін таких як психологія, антропологія, економіка та соціологія, які комбінують існуючі методи та створюють нові у межах своїх міждисциплінарних досліджень. Виокремити саме лудологічний підхід важко, але вірогідно до нього можна віднести методи, викладені у працях Майкла Ніцше "Video game spaces: image, play, and structure in 3D worlds" (2008) та Річарда Бартла "Hearts, clubs, diamonds, spades: players who suit muds" (1996). Розглянемо їх по черзі.

М. Ніцше розглядає ігрові простори, особливості гри як медіа та специфіку її функціонування. Особливу увагу слід приділити планам сприйняття, автор виділяє п'ять просторів (планів) сприйняття гри:

"1. простір, заснований на правилах, що визначається математичними правилами, які задають, наприклад, фізику, звуку, штучний інтелект та архітектуру ігрового рівня;

2. опосередкований простір, який визначається презентацією, тобто простір площини зображення та використання цього зображення, включаючи кінематографічну форму презентації;

3. функціональний простір, що живе у уяві, тобто простір, "вигаданий" гравцями на основі їхнього осмислення наявних образів;

4. ігровий простір, тобто простір гри, який включає в себе гравця і технічні засоби відеоігор; і

5. соціальний простір, що визначається взаємодією з іншими, тобто ігровий простір інших гравців, на яких впливає гра" (Nitsche, 2008, p. 15–16).

Комп'ютерний код першого простору встановлює основні правила гри, виступаючи в ролі "закону", який керує ігровим світом. Гравець не стикається з кодом і не має стикатись, хоча бувають винятки – якщо трапляється збій або гравець порушує правила гри. Вони взаємодіють з грою через опосередковану площину, яка приховує базовий код, але представляє результати його виконання. Простір правил, хоча і є математично визначеним, але також включає у себе творчий аспект геймдизайну розробника гри. Аналіз цього рівня сприйняття дає результати подібні до аналізу літературного стилю автора. Через опосередкований та функціональний простори відбувається процес гри (play), та саме у поєднанні цих просторів існує "геймплей" у визначенні Дові та Кенеді. Функціональний простір – простір свідомості гравця, саме цей простір гри слід аналізувати, коли ми хочемо дізнатись про досвід гри. Ігровий простір – це простір фізичної взаємодії гравця та гри, таким чином саме у ньому найкраще виражені звички гри гравця, які є складовою культури відеоігор. П'ятий, соціальний простір, є простором взаємодії між гравцем та іншими гравцями і суспільством. Загалом, даний простір найкраще піддається аналізу. Кожен із просторів сприйняття, виділених М. Ніцше, послідовно впливає на наступний, але простори з 3 по 5 впливають на інші у зворотному порядку. Також важливою є концепція "місць спільних історій", яка корелює із методом цифрової етнографії. Тейлор, М. Ніцше називає процес становлення простору у грі "місцем спільних історій", як поступове набуття значимості простору для певної групи гравців через їх взаємодію та спільну діяльність. Такі місця можуть слугувати координаційними центрами для соціальної взаємодії, розповіді історій та культурного самовираження. Таким чином, гравці створюють значимість простору через взаємодію із ним подібно до того, як утворюються місця пам'яті у реальному світі. Дослідження подібних "місць спільних історій" за допомогою методів, запропонованих Тайлор, надасть значний об'єм інформації щодо соціальної взаємодії гравців певної гри.

Стаття Р. Бартла дає таксономію типів гравців. Остання була створена для гравців багатокористувачьких онлайн-ігор жанру MUD, але нині її також застосовують до гравців однокористувачьких відеоігор. Тип багатокористувачьких ігор, для яких була створена таксономія, відмінний від більшості існуючих відеоігор, і хоча робота Р. Бартла є основою для дослідження психології геймерів, однак наступні дослідження відзначили певні обмеження. Зокрема, Нік Йі стверджував, що компонентна структура забезпечує більшу пояснювальну силу, ніж категорійна. Фактори мотивації Бартла були проаналізовані на предмет кореляції за допомогою факторного аналізу на основі вибірки з 7000 гравців ММО. Одним з результатів було те, що тип "дослідника" Р. Бартла не з'явився і, що більш важливо, його підфактори "дослідження світу" та "аналіз ігрової механіки" не корелювали (Yee, 2005). Джон Радофф запропонував нову чотириквadrантну модель

мотивації гравців (занурення, співпраця, досягнення та конкуренція), яка має на меті поєднання простоти з основними мотиваційними елементами, що застосовуються до всіх ігор (Radoff, 2011). Тобто, модель Р. Бартла піддавалась змінам та покращенням іншими авторами, і у своєму первинному вигляді недостатньо ефективна, на думку деяких дослідників. Водночас простота та розмитість категорійної структури тієї таксономії дозволяє з легкістю модифікувати її та змінювати під потреби власного дослідження. Перейдемо до огляду цієї системи. Р. Бартл пропонує поділяти гравців за джерелом отримання ними задоволення від гри та способом гри, приділяючи увагу дії та взаємодії гравця зі світом гри та іншими гравцями. Таким чином, автор виділяє чотири основні джерела задоволення від гри :

I) Досягнення в ігровому контексті.

Гравці ставлять перед собою цілі, пов'язані з грою, і енергійно намагаються їх досягти. Зазвичай це означає накопичення та розпорядження великою кількістю цінних скарбів, або прорубати шлях крізь орди мобів (тобто монстрів, вбудованих у віртуальний світ).

II) Дослідження гри.

Гравці намагаються дізнатися якомога більше про віртуальний світ. Хоча спочатку це означає мапування його топології (тобто вивчення ширини MUD), пізніше це переходить до експериментів з його фізикою (тобто вивчення глибини MUD).

III) Спілкування з іншими.

Гравці використовують комунікативні засоби гри та застосовують рольові ігри, які вони породжують як контекст для спілкування (та іншої взаємодії) зі своїми колегами-гравцями.

IV) Нав'язування іншим.

Гравці використовують інструменти, надані грою, щоб заподіяти страждання (або, в рідкісних випадках, допомоги) іншим гравцям. Там, де це дозволено, це зазвичай включає в себе придбання певної зброї та її застосування з ентузіазмом до персонажа іншого гравця в ігровому світі" (Bartle, 1996).

Данні джерела задоволення є основою розподілу гравців за типами і описують кожний із них. Р. Бартл дає кожному із типів гравців назву: атчівери, дослідники, соціалізатори та кіллери, у відповідному порядку до цитованих видів задоволення. Автор розміщує типи гравців на полі координат, де по вертикальній осі позначено ступінь дії згори та взаємодії внизу, а по горизонтальній – цільовий об'єкт діяльності, інший гравець зліва та світ гри справа. Відповідно до такої системи координат та подальших пояснень, наданих Р. Бартлом, можна виділити наступні визначення типів гравців. Кіллери – це тип гравців, які перш за все цінують односторонню взаємодію (дію) із іншими гравцями, шляхом негативного або позитивного впливу на процес гри інших, прямим чи опосередкованим чином. Соціалізатори є таким типом гравців, які прагнуть до взаємодії з іншими гравцями, як у межах гри, так і просторах, пов'язаних з нею, як віртуальних так і фізичних. Даний тип гравців вважатиме цінною взаємодію із грою, якщо матиме можливість поділитись нею із іншими. Дослідники прагнуть до взаємодії із світом гри шляхом глибинного аналізу простору та правил віртуального світу, як шляхом прямого дослідження, так і через вияв власної творчості. Атчівери – це тип гравців, які прагнуть до інтенсифікації процесу гри шляхом осягнення усього змісту гри, навіть якщо подібне осягнення не має раціонального сенсу.

Лудологічний підхід може здатись обмеженим порівняно із іншими підходами, але він прекрасно доповнює їх та здатен запропонувати ефективні вирішення проблем при дослідженні певних явищ у культурі відеоігор.

Наостанок слід згадати про соціологічний підхід. У цій статті вже було згадано про збірку статей "Perspectives on the European Videogame" (2021), але також слід згадати про нещодавнє дослідження "Tracing the Evolution of Video Game Culture in Malaysia" (2024) та дослідження, представлені на конференції "Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації" (2025). Ці дослідження активно використовують соціологічний підхід. Зокрема у "Tracing the Evolution of Video Game Culture in Malaysia" автори використовують соціологічні опитування та статистичні дослідження популяції для того, щоб визначити особливості місцевої культури відеоігор (Maimunah et al., 2024). Автори, роботи яких представлені у збірці "Perspectives on the European Videogame", використовують різноманітні підходи для вивчення культури відеоігор, але більшість з них приділяє значну увагу поширеності досліджуваного явища та контент-аналізу (Navarro-Remesal & Pérez-Latorre, 2021). Багато учасників конференції "Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації" використовують статистичні показники та математичні моделі для аналізу явищ у полі культури відеоігор (2025, р. 212–218), хоча метою учасників конференції не є аналіз саме культурної складової, їх данні є неймовірно цінними для дослідження культури відеоігор. Завдяки статистичним показникам та аналізу програмного забезпечення можна отримати данні про досвід гравця та поширеність явища, що, у свою чергу, дає можливість прослідкувати закономірності розвитку та формування сучасної культури відеоігор. Подібний підхід гарно підходить для визначення домінантних соціальних груп серед гравців, їх практик і контекстів гри. Водночас, обмежуючи дослідження лише цим методом, складно віднайти культурну семантику гри та її змісти.

Отже, культура відеоігор потребує комплексного та різностороннього підходу до її вивчення. Різні аспекти гри та культури, що утворилась довкола неї, потребують відповідних інструментів для аналізу. Дослідження відеоігор та культури відеоігор корисні для розуміння сучасних тенденцій у культурі загалом і можуть відкрити нові перспективи на звичні елементи нашої повсякденної діяльності. Медійний аспект гри також не слід недооцінювати, оскільки сама гра може бути потужним інструментом впливу на споживачів. Також і взаємовплив ігор та інших медіа призводить до виникнення нових конотацій та систем значень у культурі.

Дискусія і висновки

Культура відеоігор є комплексним поняттям, яке охоплює частину сучасної загальнолюдської культури, що сформувалась довкола відеоігор, їх створення, споживання, репрезентації та трансформації у інших медіа. До обсягу цього поняття входить сукупність субкультур гравців та розробників, суспільна думка про відеоігри, трансмедійні зв'язки ігор із іншими творами та їх вплив на культуру загалом.

Дослідження культури відеоігор нерозривно поєднане із дослідженням самих відеоігор як медіа. Відеогра відмінна від усіх попередніх медіа, вона найбільш масова форма нових медіа, поєднуючи споживання та творення культури. Гра є інтерактивною та імерсивною. Гра створює простір формування нової цифрової ідентичності та має специфічні тілесні

практики. Взаємодія гравця і гри не має поділу між грою та гравцем, вона існує лише під час виконання і описується поняттям "геймплей". Водночас, гра як твір відповідає ознакам концепції Gesamtkunstwerk і поєднує у собі властивості різних видів мистецтва.

Методологія дослідження культури відеоігор вимагає уваги до вибору предмету дослідження та підходів для його вивчення. При виборі предмету дослідження слід звернути увагу на історію розвитку та поширення відеоігор, щоб вірно визначити територіальні та часові межі досліджуваного явища. Вибір наукових методів та підходів до аналізу відеоігор вимагає розуміння того, який саме аспект гри та культури відеоігор входить до обраного вами явища, та які якісні показники важливі для розкриття обраного питання.

Ця стаття створена, щоб заохотити досвідчених науковців та молодих дослідників вивчати культуру відеоігор та відеоігри. Вона покликана допомогти на початку шляху у цій сфері та надати зачіпки для майбутніх робіт. Відеоігри – це нове медіа, яке швидко та безупинно розвивається. Цей розвиток несе як нові загрози, так і нові скарби.

Джерела фінансування. Дане дослідження не отримало гранту від установ у публічному, комерційному або некомерційному секторах. Фінансування забезпечено Київським національним університетом імені Тараса Шевченка.

Список використаних джерел

- Малиук, Є. О. (2016). Відеоігри в Україні: генеза та історична еволюція у 80–90-х роках ХХ століття. *Питання культурології*, 32, 111–127. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.32.2016.155722>
- Комп'ютерні ігри та мультимедіа як інноваційний підхід до комунікації (2025). Матеріали V Всеукраїнської науково-технічної конференції молодих вчених, аспірантів і студентів, Одеса, 25–26 вересня 2025 р. Видавництво ОНТУ. <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/49846/187045.pdf?sequence=2&isAllowed=y>
- Трач, Ю. (2021). Computer games as a component of culture and a subject of cultural research. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 2, 61–64. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2./2021.239932>
- Bartle, R. (1996). *Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs*.
Dovey, J., & Kennedy, H. (2006). *Game cultures: Computer games as new media*. Open University Press.
- Jenkins, H. (2006). 1 games, the new lively art. У *The wow climax* (с. 19–40). New York University Press. <https://doi.org/doi:10.18574/nyu/9780814743706.003.0005>
- Krawczyk, S. (2024). *What is a national video game?* <https://doi.org/10.26503/di.v2024i2.2323>
- Maimunah, T., Md Syed, M. A., & Izyanie, R. (2024). Tracing the evolution of video game culture in malaysia: A sociohistorical analysis. *International Journal of Creative Multimedia*, 5, 64–87. <https://doi.org/10.33093/ijcm.2024.5.2.5>
- Navarro-Remesal, V., & Pérez-Latorre, Ó. (2021). *Perspectives on the European videogame*. Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.5117/9789463726221>
- Nitsche, M. (2008). *Video game spaces: Image, play, and structure in 3D worlds*. MIT Press.
- Radoff, J. (2011, 19 травня). *Game player motivations*. Metavert Meditations | Jon Radoff | Substack. <https://meditations.metavert.io/p/game-player-motivations>
- Shaw, A. (2010). What is video game culture? Cultural studies and game studies. *Games and Culture*, 5(4), 403–424. <https://doi.org/10.1177/1555412009360414>
- Taylor, T. L. (2006). *Play between worlds*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/5418.001.0001>

Wehner, M. (2025, травень). *The comeback of mid-budget "AA" games*. Medium. <https://matthiaswehner.medium.com/the-comeback-of-mid-budget-aa-games-19885e251ef4>

Winkler, W. K. (2006). The business and culture of gaming. У J. P. Williams, S. Q. Hendricks & W. K. Winkler (Ред.), *Gaming as culture: Essays on social reality, identity, and experience in fantasy games*. NC: McFarland and Company.

Yee, N. (2005). *Motivations of Play in MMORPGs*. <https://doi.org/10.26503/di.v2005i1.239>

Yodovich, N., Bagnall, G., Crawford, G., Gislam, C., & Stukoff, M. (2025). Video games in/as culture: The evolving cultural significance of video games. *International Journal of the Sociology of Leisure*. <https://doi.org/10.1007/s41978-025-00184-6>

References

- Maliuk, Ye. O. (2016). Video games in Ukraine: genesis and historical evolution in the 1980s and 1990s. *Pytannia kulturolohii*, 32, 111–127. <https://doi.org/10.31866/2410-1311.32.2016.155722> [in Ukrainian]
- Computer games and multimedia as an innovative approach to communication (2025). V All-Ukrainian Scientific and Technical Conference of Young Scientists, Postgraduate Students and Students, Odessa, September 25–26, 2025. [V All-Ukrainian Scientific and Technical Conference of Young Scientists, Postgraduate Students and Students, Odessa, September 25–26, 2025. ONTU. <http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/49846/187045.pdf?sequence=2&isAllowed=y> [in Ukrainian]
- Trach, Y. (2021). Computer games as a component of culture and a subject of cultural research. *National Academy of Managerial Staff of Culture and Arts Herald*, 2, 61–64. <https://doi.org/10.32461/2226-3209.2./2021.239932>
- Bartle, R. (1996). *Hearts, clubs, diamonds, spades: Players who suit MUDs*.
Dovey, J., & Kennedy, H. (2006). *Game cultures: Computer games as new media*. Open University Press.
- Jenkins, H. (2006). 1 games, the new lively art. In *The wow climax* (pp. 19–40). New York University Press. <https://doi.org/doi:10.18574/nyu/9780814743706.003.0005>
- Krawczyk, S. (2024). *What is a national video game?* <https://doi.org/10.26503/di.v2024i2.2323>
- Maimunah, T., Md Syed, M. A., & Izyanie, R. (2024). Tracing the evolution of video game culture in malaysia: A sociohistorical analysis. *International Journal of Creative Multimedia*, 5, 64–87. <https://doi.org/10.33093/ijcm.2024.5.2.5>
- Navarro-Remesal, V., & Pérez-Latorre, Ó. (2021). *Perspectives on the European videogame*. Amsterdam University Press. <https://doi.org/10.5117/9789463726221>
- Nitsche, M. (2008). *Video game spaces: Image, play, and structure in 3D worlds*. MIT Press.
- Radoff, J. (2011, May 19). *Game player motivations*. Metavert Meditations | Jon Radoff | Substack. <https://meditations.metavert.io/p/game-player-motivations>
- Shaw, A. (2010). What is video game culture? Cultural studies and game studies. *Games and Culture*, 5(4), 403–424. <https://doi.org/10.1177/1555412009360414>
- Taylor, T. L. (2006). *Play between worlds*. The MIT Press. <https://doi.org/10.7551/mitpress/5418.001.0001>
- Wehner, M. (2025, May). *The comeback of mid-budget "AA" games*. Medium. <https://matthiaswehner.medium.com/the-comeback-of-mid-budget-aa-games-19885e251ef4>
- Winkler, W. K. (2006). The business and culture of gaming. In J. P. Williams, S. Q. Hendricks, & W. K. Winkler (Eds.), *Gaming as culture: Essays on social reality, identity, and experience in fantasy games*. NC: McFarland and Company.
- Yee, N. (2005). *Motivations of Play in MMORPGs*. <https://doi.org/10.26503/di.v2005i1.239>
- Yodovich, N., Bagnall, G., Crawford, G., Gislam, C., & Stukoff, M. (2025). Video games in/as culture: The evolving cultural significance of video games. *International Journal of the Sociology of Leisure*. <https://doi.org/10.1007/s41978-025-00184-6>

Отримано редакцією журналу / Received: 15.10.25
Прорецензовано / Revised: 23.10.25
Схвалено до друку / Accepted: 24.11.25

Ivan FEDIRKO, Master's Student
ORCID ID: 0009-0003-2037-4798
e-mail: iarum.ivan@gmail.com
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

A METHODOLOGY FOR THE ANALYSIS OF VIDEO GAME CULTURE

Background. *Since their emergence in the 1960s and their rise as a mass cultural phenomenon in the late 1970s, video games have evolved from a subcultural element into an important component of global popular culture. As products of the creative industry, they increasingly serve as instruments of soft power, disseminating the identity of their developers worldwide through narratives, visual imagery, and cultural codes. Successful projects demonstrate the potential of video games in shaping the international cultural image of states. Thus, the analysis of games as a medium and as a phenomenon of video game culture acquires scientific relevance. The article examines research approaches within game studies and offers methodological recommendations for the analysis of video game culture.*

Methods. *The study employs methods of synthesis, abstraction, grouping, induction, systematization, generalization, and data comparison, along with descriptive analysis of results.*

Results. *Video game culture is a multifaceted phenomenon that integrates technological innovation, aesthetic strategies, and social practices. It encompasses both the development of games and the activities of players, who reinterpret content and create their own narratives. Games are a way for people to share experiences and express themselves. // Video game culture extends beyond content consumption, providing a space for interaction in which games act as a medium for cultural exchange and the expression of collective experience.*

Paying close attention to how and why video games emerge and spread is an essential part of studying video game culture. Consideration should be given to differences in regional division and national product markers. An effective analysis of video game culture requires an interdisciplinary combination of cultural, ludological, and sociological approaches.

Conclusions. *It has been determined that video game culture is a complex part of contemporary culture that encompasses the development, consumption, representation, and transmedial interaction of games with other art forms. It includes communities of players and developers, public perceptions of video games, and their impact on cultural spaces.*

It has been proven that the video game as a medium is distinguished by interactivity and immersion and is comparable to a Gesamtkunstwerk. Video games facilitate the formation of digital identities and new forms of corporeality within gameplay. The article argues that studying video game culture requires a comprehensive methodological approach that considers its historical development, sociocultural context, and the specifics of player–game interaction.

Keywords: *video game culture, video games, media, methodology, game studies.*

Автор заявляє про відсутність конфлікту інтересів. Спонсори не брали участі в розробленні дослідження; у зборі, аналізі чи інтерпретації даних; у написанні рукопису; в ухваленні рішення про публікацію результатів.

The author declares no conflicts of interest. The funders had no role in the design of the study; in the collection, analyses or interpretation of data; in the writing of the manuscript; in the decision to publish the results.