

УКРАЇНСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ДРАГОМАНОВА

ISSN 2307-3179 (Print)

ВІСНИК АГРАРНОЇ ІСТОРІЇ

НАУКОВИЙ ЖУРНАЛ

Випуск 47-48

Київ - 2024

**ВІСНИК
АГРАРНОЇ
ІСТОРІЇ**

47-48'2024

Науковий журнал

Редакційна колегія:

М.А. Журба (*головний редактор*),
В.А. Вергунов, В.О. Доценко,
М.П. Жолоб, І.А. Коляда, С.С. Падалка,
О.В. Потильчак, В. Сукарев

**BULLETIN OF
AGRARIAN
HISTORY**

Editorial Board Members:

Zhurba M. (*Editor-in-chief*),
Dotsenko V., Koliada I.,
Padalka S., Potylchak O., Sukarev V.,
Vergunov V., Zholob M.

47-48'2024

Scientific journal

УДК 94:63(100)

В 53

DOI: 10.31392/VAN-2024.47-48

Засновник:

– Український державний університет
імені Михайла Драгоманова

*Свідоцтво про державну реєстрацію:
КВ № 19525 – 9325 Р від 13.11.2012 р.*

Відповідно до наказу Міністерства освіти і
науки України № 894 від 10.10.2022 р. журнал
включено до Переліку наукових фахових
видань України (категорія «Б») з історичних
наук (спеціальність 032 історія та археологія)

Журнал індексується в міжнародній
наукометричній базі Google Scholar

Офіційна інтернет-сторінка видання:
<https://agrarian-history.com.ua>

Адміністратор сайту:

С. Діхтяр

Адреса редколегії:

03037, м. Київ,
вул. Освіти, 6, каб. 16
тел.: (097) 130-91-96;
e-mail: zholobb@gmail.com

Друкується за рішенням:

Вченої ради історичного факультету
УДУ імені Михайла Драгоманова
(протокол № 11 від 26.06.2024 р.)

Підп. до друку 02.07.2024

Формат 70 x 108 1/16.

Папір офсет. Друк. різogr.

Ум. автор. арк.: 30

Наклад 50 прим.

Друк: ТОВ «ТВОРИ»

*Автори опублікованих матеріалів несуть повну
відповідальність за підбір, точність наведених фактів,
цитат, економіко-статистичних даних, імен та інших
відомостей.*

**НАЦІЯ ГЕЙМЕРІВ: ТРАНСФОРМАЦІЯ МАСОВОЇ КУЛЬТУРИ США НА
ОСНОВІ ЦИФРОВОЇ ІГРОВОЇ ІНДУСТРІЇ
(КІНЕЦЬ 1940-ВИХ – 1980-ТІ РОКИ)**

Мальований Олександр Олексійович

кандидат історичних наук,
доцент кафедри всесвітньої історії та археології,
Український державний університет імені Михайла Драгоманова, м. Київ
e-mail: o.o.malovanyi@npu.edu.ua
<http://orcid.org/0009-0005-1421-7731>

Шумило Вікторія Тарасівна

студентка бакалаврату,
Український державний університет імені Михайла Драгоманова, м. Київ
e-mail: 20fio.v.shumylo@std.npu.edu.ua

***Анотація.** У статті актуалізовано, що глобальне лідерство США у сфері інформаційно-комунікаційного сегменту, а саме інтерактивних розваг, дозволяє задавати свій вектор розвитку у культурній площині. Американський проєкт масової культури як інструмент конструювання вигідного однорідного глобального середовища став одним із наймасштабніших чинників м'якої сили США. Авторами проаналізовано ключові риси та особливості поширення масової культури США, висвітлено історичні етапи становлення ігрової індустрії регіону. Надано оцінку геймінгу як консолідуючому фактору глобального культурного простору в умовах постіндустріальної епохи.*

***Ключові слова:** масова культура, м'яка сила, культурний імперіалізм, історія ігрової індустрії.*

Постановка проблеми. Феномен американського культурного імперіалізму являє собою своєрідний синтез індивідуалістичних, споживацьких та мультикультурних ідейних орієнтирів, який якісно змінив підхід до трактування сили в геополітичному контексті. Історичний досвід засвідчив, що США вдалося отримати гегемонію в культурній сфері і завдяки цьому поширювати універсальну концепцію масової культури, яка є складовою м'якої сили США й своєрідним стратегічним фактором впливу на глобальний культурний простір.

Масова культура як ефективна зброя в руках США стала універсальним засобом поширення американізації сфери культури в світі, що співвідноситься з тенденціями глобалізації та модернізації.

З розвитком ігрової індустрії в США почало формуватися поняття «культури відеоігор», а дослідження ігрової культури дозволяє виявити основні тенденції сучасного соціального життя а також моделі споживання та формування ідентичності.

Британський учений-соціолог Гаррі Кроуфорд виокремлює чотири ключові тези, що обумовлюють важливість вивчення відеоігор в контексті суспільно-культурних трансформацій:

- відеоігри є невід'ємною частиною сучасної реальності;
- відеоігри-продукт інтелектуальної діяльності соціуму, а отже відображає найважливіші аспекти людської діяльності в умовах постіндустріальної епохи.
- відеоігри являють собою важливу компоненту масової культури [Muriel, Crawford, 2018, с. 18].

Отже, розгляд ігрової культури як складової феномену американського культурного імперіалізму – актуальний тематичний напрямок в умовах сучасного суперечливого геокультурного поступу. Окреслена тематика міждисциплінарна та містить практичну спрямованість: результати дослідження можуть бути використані під час розробки лекційних курсів дисциплін таких освітніх програм, як: 032. Історія та археологія (комплекс питань історичного розвитку ігрової індустрії регіону), 034. Культурологія (ігрова культура як складова масової культури), 291. Міжнародні відносини, суспільні комунікації та регіональні студії (концепція масової культури у світлі культурної дипломатії; культурний імперіалізм як інструмент м'якої сили США).

Мета наукової розвідки полягає в аналізі змісту та тенденцій масової культури та ігрового її сегменту, зокрема, як невід'ємної складової глобальної політики США в умовах сьогодення.

Історіографічний огляд. З списку використаної літератури можна виокремити кілька основних напрямків аналізу.

Проблема впливу масової культури США на національні культури та специфіки їх подальшої взаємодії розкрита у публікаціях: «The House of Cards Hypothesis: Why London Understands Washington Better than Hollywood» (А. Ратнер) [Ratner, 2014], «Sind die Westdeutschen amerikanisiert worden?» (А.Шильд) [Schildt, 2002], «Entertainment media, cultural power, and post-globalization: The case of China's international media expansion and the discourse of soft power» (Т.Флю) [Flew, 2016], «The global reach of US Popular Culture.» (Т. Уссайфі) [Oussayfi, 2018].

Поп-культура США: деякі автори, такі як: «Drama Power on the Rise? US soft power may increase as a function of Washington dysfunction» (А. Аалтола) [Aaltola, 2014], досліджують питання використання поп-культури у політичній площині.

Відеоігри як складова соціальної історії: автори які розглядають ігри як культурний феномен та цінне джерело для вивчення ментальних студій періоду сучасності «Video Games as Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society» (Д. Мюріел, Г. Кроуфорд) [Muriel, Crawford, 2018], «Gamer nation: Video games and American culture» (Д. Уїлс) [Wills, 2019].

Становлення та розвиток індустрії відеоігор в історичній ретроспективі: публікації в яких історія ігрової індустрії представлена розподілом на історичні етапи за хронологічним принципом, включають «The history of video games» (О. Рехштайнер) [Rechsteiner, 2020], «The History of Gaming: An Evolving Community» (Р. Чехані) [Chikhani, 2015].

Трансформація індустрії відеоігор: проблема еволюції моделі індустрії відеоігор від сприйняття ігор як товару до представлення ігор як сфери послуг

розроблена у публікації «The Coming Evolution of the Video Game Industry» (Е. Вем) [Wham, 2019].

Виклад основного матеріалу. В умовах поглиблення інформаційно-комунікаційної революції парадигма культурного імперіалізму набуває нових форм та характеру впливу. Проявлена у глобальному культурному просторі у вигляді «культурного товару» ідейно-ціннісна концепта США трансформується: від традиційних методів впливу до нових «м'яких» підходів, які відображені у добровільності приймаючої сторони щодо насадження чужої культури [Ratner, 2014]. Саме тому, культура є потужним засобом репрезентації держави, адже у ХХІ столітті культурні цінності як важелі несилкових впливів відіграють провідну роль у сприйнятті тієї чи іншої держави світовою спільнотою.

Поняття «м'якої сили», що стало домінантою західної культурно-політичної практики, було введено до наукового дискурсу у 80-х рр. ХХ ст. американським політологом Дж. Наєм. Сутність «м'якої сили» полягає у вмінні державою за допомогою культурницьких важелів впливу привертати увагу та здобувати визнання.

Як слушно зазначає Дж. Най, завдяки «м'якій силі», як складовій культурної дипломатії, держава спроможна не лише посісти провідні позиції на культурній мапі світу, але й «формувати світові тренди та вподобання інших» [Flew, 2016]. Ця теза яскраво відображає практику США як неперевершеного стратега у царині розробки механізмів культурного впливу. Таке формулювання не є безпідставним, зважаючи на впровадження унікальної американської концепції – масової культури, як одного з провідних складників «м'якої сили» США.

Сутність американської «м'якої сили» найбільш точно охарактеризувала колишня прем'єр-міністерка Канади Кім Кембелл: «Відображення Америки наскільки помітне у цьому глобальному селі, що замість того, аби світ імігрував в Америку, Америка імігрувала у світ, дозволяючи людям прагнути бути американцями навіть в далеких країнах» [Aaltola, 2014, с. 12].

Безумовно, причиною світового тяжіння до культури Заходу є багатовекторний та комплексний підхід США до трансляції іміджу держави, а головним ресурсом, що допомагає формувати цей імідж виступає масова культура.

Масова культура - це універсальний ретранслятор американських цінностей, який вже понад століття виконує роль психологічного та соціального фундаменту американського соціуму. Передумовами для формування соціального феномену масової культури стали лібералізм та демократизація у державі, а також дотримання прав на особисту свободу та рівність у самовираженні [Oussayfi, 2018]. Така суспільна картина уособлює ціннісні орієнтири, що є привабливими для світового споживача. Також, посиленню значної ролі масової культури США сприяла перемога у «холодній війні». Таким чином, з цього часу західна візуальна продукція стала символом приналежності до «успішної системи цінностей», а масову культуру, можна з упевненістю назвати промотором західних впливів на теренах країн Центрально-Східної Європи. Ще однією характерною особливістю концептуальної системи масової культури США виступає її розважальна спрямованість, що дозволяє орієнтуватися на різні верстви суспільства та виявляти резистентність до «незахідних» умов [Schildt, 2002]. Тож, масова культура являє собою потужний інструмент впливу та виступає невід'ємною частиною м'якої сили США.

У сучасних умовах модернізації геймінг як складова масової культури постає засадничим фактором поширення впливу США на світовий культурний поступ. Наразі ігровий сегмент ринку є одним із найбільш перспективних і розвивається він досить стрімко. Розвиток технологій зумовив появу нових персональних комп'ютерів, консолей та мобільних платформ, що вплинуло на еволюцію продукції ігрової індустрії. Також з'явилися нові можливості розповсюдження ігор через онлайн платформи такі, як: Epic Games, Steam, GOG та інші.

За даними світового соціологічного сервісу Statista у 2022 р. дохід ринку відеоігор у Сполучених Штатах Америки становив понад 85 мільйонів доларів США. Також за даними онлайн-опитувань у 2022 – 2023 рр. на платформі Statista щодо США:

- 36% гравців у відеоігри належать до вікової групи від 18 до 34 років; 24% - це діти до 18 років, а 6% - люди 65 і старше років;
- у 2023 р. 46% жінок ідентифікували себе як геймери.
- за даними 2022 р. 20% геймерів у США проводять 10 і більше годин на тиждень за грою [Statista. Video gaming in the United States - Statistics & Facts].

Результати опитування від Pingle game studio (партнерський сервіс з розробки ігор, що розширює можливості розробників) за 2022 рік середня зарплата розробника ігор рівня Junior становила 81 000 доларів США в рік, водночас більш кваліфіковані фахівці галузі можуть отримувати від 115 846 доларів США і більше на рік [Pingle game studio. How much do game devs earn in the world: salary analysis by Pingle Game Studio].

Таким чином, репрезентована статистика свідчить про рівень життя фахівців галузі та загальну ринкову динаміку розвитку ігрової індустрії в регіоні.

Сервіс моніторингу світового ринку ігор Newzoo подає статистичні дані 2023 р., за якими 600 мільйонів людей по всьому світу вважають себе геймерами, а 44% світових гравців грають у платні ігри, або користуються разовою покупкою ігрових послуг [Newzoo. New free report: Explore the global games market in 2023].

Сьогодні велика кількість ігрових центрів розташована саме у США, тому цю країну по-праву називають Меккою індустрії розробки ігор [Wills, 2019, с. 15]. Однак, історія відеоігор має чималу історію.

Як зазначає О. Рехштайнер, перші спроби розважити себе за допомогою електроніки датуються 1947 р., коли Томас Голл Смід молодший вирішив погратися з електронною променевою трубкою та створив перший ракетний симулятор з саморобними контролерами. Промінь з гармати концентрувався і створював точку, яку вилучали ракетою. На екрані розклеювали папірці, що служили цілями. За допомогою контролерів гравець керував світловим слідом, що створювало відчуття стрільби [Rechsteiner, 2020]. Але, розробник так і не наважився здати цей пристрій у масове виробництво. Однак, цей винахід можна вважати першою електронною грою, за винятком кількох деталей: відсутності відеосигналу, комп'ютера та програмного забезпечення. При створенні використовувалася тільки найпростіша електроніка.

Гра не стала популярною, однак Томас Голл Смід молодший надихнув інших людей і з 1951 р. почалася активна фаза зародження відеоігор. Історія знає трьох людей, які боролися за звання батька індустрії:

- у 1951 р. Ральф Баєр запропонував контролери для управління світловими індикаторами для телевізора.

- у 1952 р. Санді Дуглас виступив зі своїм студентським проєктом «Хрестики-нулики»: на дисплеї відображалася проста розмітка, а гравець міг обирати клітку, в якій з'явиться символ. Цінність його розробки в тому, що людина вперше могла змагатися з комп'ютером у грі.

- у 1958 р. Вільям Хігінботам створив комп'ютерну гру під назвою «Теніс на двох». По-суті, це був перший реальний прототип відеогри.

У 1961 р. Стів Рассел, Мартін Греє та Вейн Вітанем створили те, що ми сьогодні називаємо ігровою студією. І у 1962 р. вийшла перша відеогра «Space war», проєкт став черговим втіленням космічного симулятора [Rechsteiner, 2020].

Однак у 1966 р. Ральф Баєр створює «TV game chassis», я якій один квадратик, що світиться наздоганяє інший. Цю ідею понесли на розгляд голові компанії Герберту Кампманну, який оцінив розробку і виділив фінансування. У 1967 році проєкт був закінчений і отримав назву «Brown box» і став прототипом для «Magnavox Odyssey». У консоль вбудували 16 спортивних ігор для двох гравців, які складно назвати різноманітними. У 1972 році «Magnavox» викупила ліцензію і розпочала виробництво «Magnavox Odyssey». З цього моменту ігрова індустрія отримала перше покоління консолей, а Ральф Баєр – звання батька ігрової індустрії [Hanson, 2015].

З 1972 р. до 1975 р. «Magnavox» продала 330 тисяч пристроїв, а після модель замінили на просту понг-консоль «Odyssey-100».

Згодом головним конкурентом «Magnavox» на ринку ігор стала «Atari», яка у 1972 році випускає ігровий автомат під назвою «Pong».

У 1976 р. на полиці США потрапляє «Video entertainment system» з мікропроцесором fire child F8, який розробив майбутній засновник Intel. Цінність консолі в тому, що вона дозволила «Atari» зробити крок уперед.

У 1977 р. «Atari» виходить на ринок зі своєю «Atari 2600»: модель поставляли з двома джойстиками, а також однією грою «Combat» або «Pacman». З появою «Atari 2600» індустрія відеоігор в США стала повноцінною комерційною сферою. Незабаром компанію залишили кілька програмістів, які у підсумку заснували «Activision». Студія стала першим стороннім розробником відеоігор і надихнула інших йти в індустрію. Після цього ринок відеоігор став наповнюватися проєктами.

З 1983 р. почався період краху індустрії відеоігор, який японці прозвали «Atari-shock»: внаслідок краху індустрія втратила 97 % прибутку і довіру гравців. Індустрія занепадала, однак це стосувалося лише США та Європи [Chikhani, 2015].

У 1985 р. «Nintendo» намагається повернути довіру гравців і випускає на американський ринок «Nintendo entertainment system». Спочатку відправили лише 50000 консолей до Нью-Йорку, які на диво швидко розкупили. Так розпочалося третє покоління консолей. «Nintendo» була головою індустрії і диктувала свої жорсткі але справедливі правила. Компанія ввела перевірки якості проєктів і ввела обмеження не більше 5 ігор на рік, а також були введені заходи щодо захисту від піратів, які також грали на руку якості [Wham, 2019].

У тому ж 1985 р. на ринок виходить «Sega» зі своєю «Master system», яка склала серйозну конкуренцію «Nintendo»: компанії почали змагатися між собою, що було вигідно як розробникам, так і гравцям. Перші отримували роботу, а другі – круті проєкти. З того часу індустрія взяла чіткий вектор розвитку і те, що ми бачимо зараз – це просто логічний розвиток розпочатого у 1985 р.

Висновки. У підсумку можна стверджувати, що постачання великої кількості «культурних благ», зокрема в ігровій площині, на світовому рівні дозволяє США встановлювати свої імперативи в царині культури і впливати на світовий культурний поступ. Геймінг як складова мосової культури США виконує консолідуючу функцію об'єднуючи навколо себе усіх дотичних до індустрії. Феномен мосової культури США виступає ґручною системою, яка є резистентною до тих умов, в яких вона втілює свої смисли та цінності. Незважаючи на культурну гегемонію, США вдається проводити блискучу політику «м'якої» сили, що базується на інтеграції західних цінностей з культурними системами інших держав. Такий потужний фактор як ігрова індустрія став потужним інструментом формування світового інформаційно-культурного простору.

References

- Aaltola M, 2014. *Drama Power on the Rise? US soft power may increase as a function of Washington dysfunction*. URL: <http://surl.li/uhddu>
- Chikhani R, 2015. *The History of Gaming: An Evolving Community*. URL: <http://surl.li/uhdkw>
- Flew T, 2016. *Entertainment media, cultural power, and post-globalization: The case of China's international media expansion and the discourse of soft power*. URL: <http://surl.li/uhddj>
- Muriel D, Crawford G., 2018. *Video Games as Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society*, London: Routledge. [in English].
- Muriel D, Crawford G., 2018. *Video Games as Culture: Considering the Role and Importance of Video Games in Contemporary Society*, London: Routledge. [in English].
- Newzoo. *New free report: Explore the global games market in 2023*. URL: <http://surl.li/uhdhe>
- Oussayfi T, 2018. *The global reach of US Populae Culture*. URL: <http://surl.li/uhdfa>
- Pingle game studio. *How much do game devs earn in the world: salary analysis by Pingle Game Studio*. URL: <http://surl.li/uhdgn>
- Ratner A, 2014. *The House of Cards Hypothesis: Why London Understands Washington Better than Hollywood*. URL: <http://surl.li/uhdcd>
- Rechsteiner A, 2020. *The history of video games*. URL: <http://surl.li/uhdib>
- Schildt A, 2002. *Sind die Westdeutschen amerikanisiert worden?* URL: <http://surl.li/uhdfh>
- Statista. *Video gaming in the United States - Statistics & Facts*. URL: <http://surl.li/uhdgb>
- Wham E, 2019. *The Coming Evolution of the Video Game Industry*. URL: <http://surl.li/uhdmy>

THE NATION OF GAMERS: TRANSFORMATION OF THE MASS CULTURE OF THE USA ON THE BASIS OF THE DIGITAL GAME INDUSTRY (THE END OF THE 1940'S AND THE 1980'S)

Oleksandr Malovanyi

Candidate of Historical Sciences,

Associate professor of the Department of World History and Archeology,
Dragomanov Ukrainian State University, Kyiv

Viktoriia Shumylo

Student,

Dragomanov Ukrainian State University, Kyiv

Abstract. *The article updates that the global leadership of the USA in the field of information and communication segment, namely interactive entertainment, allows to set its vector of development in the cultural plane. The American project of mass culture as a tool for constructing a profitable, homogeneous global environment has become one of the largest factors of US soft power. The authors analyzed the key features and peculiarities of the spread of mass culture in the United States, highlighted the historical stages of the formation of the gaming industry in the region. An assessment of gaming as a consolidating factor of the global cultural space in the conditions of the post-industrial era is given.*

Key words: *mass culture, soft power, cultural imperialism, the history of the gaming industry.*