

ГЛОБАЛІЗАЦІЯ І ЛОКАЛІЗАЦІЯ КУЛЬТУРИ У ВІДЕОІГРАХ ЯК ЧИННИКИ МІЖКУЛЬТУРНОЇ АДАПТАЦІЇ ТА РЕПРЕЗЕНТАЦІЇ КУЛЬТУРНОЇ ІДЕНТИЧНОСТІ

Василь ВАГЕРИЧ – здобувач освітньо-наукового ступеня кафедри теорії та історії культури, Національна музична академія України «Київська консерваторія», м. Київ
<https://orcid.org/0009-0009-0504-4735>
<https://doi.org/10.35619/ucpmk.52.1177>
vagerichv@gmail.com

Цитування:

Вагерич В. Глобалізація і локалізація культури у відеоіграх як чинник міжкультурної адаптації та репрезентації культурної ідентичності. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку*. 2026. № 52. С. 451–458. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.52.1177>

Здійснено культурологічний аналіз процесів глобалізації та локалізації культури у відеоіграх як складних практик міжкультурної адаптації. Об'єктом дослідження є відеоігри як простір взаємодії глобальних культурних моделей та локальних ідентичнісних кодів, предметом – стратегії міжкультурної адаптації та механізми трансляції культурної ідентичності в ігровому медіумі. Методологія дослідження спирається на компаративний аналіз чотирьох ігрових проєктів, які репрезентують відмінні моделі культурної адаптації: *Ghost of Tsushima* (модель «зовнішньої автентичності»), *The Witcher 3: Wild Hunt* (модель «культурного експорту»), *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl* (модель «національної репрезентації») та *NieR: Automata* (модель «філософського наративу»). Залучено також елементи семіотичного аналізу візуальних та лінгвістичних складових ігрового продукту. У результаті дослідження виокремлено типологію стратегій культурної адаптації у відеоіграх, обґрунтовано розмежування понять «локалізація» та «культуралізація» в контексті ігрової індустрії, проаналізовано механізми трансляції культурних кодів через ігрове середовище, мовну автентичність, візуальну стилістику та наративні практики. Окрему увагу приділено українському кейсу *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl* як прикладу формування та трансляції національної культурної ідентичності через ігровий медіум в умовах повномасштабної війни. Доведено, що гра набуває функції інструменту «м'якої сили», перетворюючи культурну автентичність – українську мову, візуальні коди пострадянського простору, локальну музичну традицію – на конкурентну перевагу в глобальному ігровому просторі. Результати дослідження засвідчують, що відеоігри стали повноцінним простором культурологічного аналізу, в якому процеси глобалізації та локалізації набувають специфічних форм, зумовлених інтерактивною природою медіуму та діяльнісним характером ігрового досвіду.

Ключові слова: відеоігри, локалізація, глобалізація, культурна адаптація, культурна ідентичність, міжкультурна комунікація, м'яка сила, культуралізація, *S.T.A.L.K.E.R. 2*, *NieR: Automata*.

Постановка проблеми. Ігрова індустрія, обсяг якої перевищує 180 мільярдів доларів і охоплює мільярди користувачів у понад 150 країнах, перетворилася на один із каналів міжкультурного обміну [11]. Відеоігри більше не зводяться до розважальної функції – вони формують наративи, транслюють сучасну естетику, уявлення про Іншого та моделюють культурний досвід, недоступний у повсякденності, проте за зовнішньою глобальністю ігрового ринку ховається напруження між універсалізацією та збереженням культурної специфіки, яке стає предметом гострих дискусій у культурології, медіадослідженнях та перекладознавстві. Процес локалізації, що традиційно розумівся як адаптація інтерфейсу та переклад тексту, нині перетворився на стратегію культурної медіації, в якій зіштовхуються інтереси розробників, видавців та аудиторії. Разом із тим, окремі ігрові проєкти набувають статусу інструменту «м'якої сили», стаючи маркерами національної ідентичності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика локалізації відеоігор у перекладознавчому та культурологічному вимірі розроблялась у працях М. О'Хаган та К. Манжірон, які запропонували цілісну концепцію ігрової локалізації як «програмно-опосередкованого культурного досвіду» [10; 11]. Систематичний огляд методів лінгвістичної та культурної адаптації програмного забезпечення представлено у дослідженні М. Пірроне та А. Д'Уліції, де виокремлено сутність процесу, пов'язаного з культурною семіотикою та збереженням ігрового досвіду [12]. Поняття «культуралізації» як окремого, глибшого за локалізацію процесу, обґрунтовано К. Едвардс, яка наголошує на необхідності проактивного врахування культурної сенситивності вже на етапі розробки гри [7].

У вітчизняному науковому дискурсі відеоігри, як об'єкт культурологічного аналізу, розглядалися Є. Малоком, який дослідив відеоігру як феномен сучасної медіакультури, зосередившись на питаннях ідентичності та репрезентації [5]. Дослідження субкультур відеоігор у західному науковому дискурсі здійснено О. Губернатор на сторінках збірника «Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку», де проаналізовано трансформацію культурної ідентичності гравця під впливом ігрових практик [1].

Лінгвістичні аспекти локалізації на матеріалі S.T.A.L.K.E.R. досліджувались у роботах Л. Головащенко та М. Лимар, у яких порівняно специфіку перекладу та культурної адаптації [4]. В. Гельмке вивчав локалізацію як потенційний механізм культурного імперіалізму на прикладі модифікації японського контенту для американського ринку [8]. Водночас культурологічний аналіз відеоігор як інструменту глобалізації та локалізації культури, особливо з урахуванням українського контексту, залишається недостатньо розробленим.

Мета статті полягає у культурологічному аналізі відеоігор як простору взаємодії глобальних та локальних культурних моделей, дослідженні стратегій міжкультурної адаптації на прикладі конкретних ігрових проєктів і визначенні ролі відеоігор у формуванні й трансляції культурної ідентичності, зокрема української.

Вклад основного матеріалу дослідження. Відеоігри, як культурний артефакт, посідають важливе місце серед інших форм аудіовізуальної продукції. На відміну від кінематографу чи літератури, де реципієнт залишається в позиції спостерігача, ігровий медіум передбачає діяльнісне занурення: гравець бере участь у його конструюванні, приймає рішення, наслідки яких визначають розвиток сюжету. Інтерактивність перетворює культурне повідомлення на переживання, що суттєво змінює механізми культурної трансляції. Якщо фільм або роман пропонують готовий погляд на культуру, то відеогра моделює середовище, в якому гравець «проживає» культурний досвід, формуючи власне ставлення через дію [5].

Глобалізація ігрової культури проявляється передусім у формуванні універсальних жанрових конвенцій та естетичних моделей, які стають зрозумілими аудиторіям різних країн без додаткової культурної медіації. Франшизи «Mario», «Pokémon» або «Minecraft» транслюють набір візуальних кодів та ігрових механік, що не потребують локальної прив'язки, створюючи ефект «культурної прозорості». Японська ігрова традиція, яка протягом 1980–1990-х років визначала світові стандарти геймдизайну, сприяла поширенню аніме-стилістики, механік покрокових рольових ігор та специфічних нарративних тропів далеко за межі Східної Азії [10]. Battle royale як жанр, популяризований корейським проєктом PUBG та американським Fortnite, миттєво адаптувався в Китаї, Японії та інших регіонах, демонструючи здатність глобальних ігрових тенденцій до локальної реінтерпретації. Проте глобалізація ігрового простору не означає нівелювання культурної специфіки. Навпаки, ринок засвідчує зростання попиту на локально забарвлений контент, здатний поєднувати глобальну доступність із культурною автентичністю. Аналіз чотирьох ігрових проєктів, що репрезентують різні стратегії культурної адаптації, дає змогу виокремити типологію моделей взаємодії глобального і локального у сучасному ігровому медіумі.

Ghost of Tsushima як модель «зовнішньої автентичності». Гра, розроблена американською студією Sucker Punch Productions (Сіетл, штат Вашингтон), поставила перед творчою командою амбітне завдання: зобразити феодальну Японію періоду першої монгольської інвазії 1274 року таким чином, щоб японська аудиторія сприйняла результат як культурно достовірний. Підготовчий етап передбачав два дослідницькі візити на острів Цусіма, проведення польових аудіозаписів природного середовища, фотофіксацію архітектурних пам'яток та співпрацю з Japan Studio, внутрішньою студією Sony в Японії. Культурна верифікація охоплювала залучення істориків-японців, експертів із бойових мистецтв та культурологів для оцінки відповідності зображення матеріальної культури періоду Камакура: архітектури, костюму, зброї та предметів побуту [8]. Візуальна стилізація спиралася на традиції японського живопису та кінематографу, втілену, зокрема, у режимі «Kurosawa Mode», який імітує естетику класичних самурайських фільмів Акіри Куросави через чорно-біле зображення, монофонічний звук та ефекти старіння плівки (як показано на рис. 1). Японська озвучка залучала професійних сейю, зокрема Казую Накаї в ролі протагоніста Дзіна Сакаї. Рецепт гри в Японії підтвердила ефективність обраної стратегії. Японські критики відзначили відсутність відчуття «дискомфорту» від зображення власної культури іноземними розробниками; Famitsu дало високу оцінку. Комерційний успіх із продажами понад мільйон копій у Японії та визнання творчого директора Нейта Фокса почесним громадянином міста Цусіма за внесок у популяризацію культурної спадщини острова засвідчили, що модель «зовнішньої автентичності» здатна генерувати не лише комерційний, а й символічний капітал.



Рис. 1. Ghost of Tsushima «Kurosawa Mode»

Водночас критичний аналіз виявляє обмеження моделі. Гра уникає складної проблематики корейсько-японських відносин, які мають безпосереднє значення для історичного контексту острова Цусіма. Фауна ігрового світу включає біологічні види, не характерні для реального острова. Замок Канеда зображено у типовому японському стилі, хоча історично він був фортецею корейського типу, а склад монгольської армії не відображає значної присутності корейських військ у складі інвазійних сил. Отже, «зовнішня автентичність» передбачає певну селективність у зображенні культурного контексту, підпорядковану естетичній цілісності та комерційній привабливості продукту. В. Гельмке, досліджуючи локалізацію як форму культурного імперіалізму, зауважує, що процес адаптації неминуче передбачає ієрархію культурних елементів, де одні зберігаються, а інші жертвуються заради ринкової прийнятності [8].

The Witcher 3: Wild Hunt та модель «культурного експорту». Альтернативну стратегію демонструє гра польської студії CD Projekt Red, побудована на літературній серії А. Сапковського. На відміну від Ghost of Tsushima, де іноземні розробники прагнуть відтворити чужу культуру, The Witcher 3 адаптує локальний культурний продукт для глобальної аудиторії, здійснюючи «культурну медіацію» слов'янського фольклору через жанрові конвенції західноєвропейського фентезі. Слов'янські міфологічні образи проходять у грі специфічну трансформацію. Полудниця перетворюється на Noonwraith, лісовик стає Leshen, утопець – Drowner, а ботчлінг (Botchling), що базується на польському поронці – дусі ненароджених дітей, є одним із найяскравіших прикладів того, як глибоко вкорінений у локальній культурі образ набуває нового контексту, залишаючись при цьому зрозумілим для міжнародного гравця [11].

Лінгвістична стратегія англійської версії використовує регіональні акценти для диференціації культурних груп: мешканці Скеліге говорять з ірландськими інтонаціями, ніфгаардці – з німецькими, а для надприродних істот обрано валлійські акценти, що створює відчуття інакшості та містичності. Візуальна локалізація інтегрує елементи польської архітектури та народного мистецтва в універсальний фентезійний контекст. Архітектура Оксенфурта та Новіграда базується на північноєвропейських містах пізнього середньовіччя, сільська забудова Велену відтворює побілені стіни та солом'яні дахи традиційних польських сіл, а орнаментальні мотиви включають адаптовані візерунки з регіонів Ловіч та Залип'я. Костюми персонажів поєднують елементи польського контушу та жупану з фентезійною стилістикою. Культурна рецепція гри виявляє характерне для моделі «культурного експорту» протиріччя. Польська аудиторія сприймає The Witcher 3 як вираження національної культурної ідентичності, тоді як міжнародний гравець часто не усвідомлює глибини закладених культурних референцій, інтерпретуючи гру як загальноєвропейське фентезі. Показово, що сам А. Сапковський заперечує надмірну «слов'янізацію» своїх творів, наголошуючи на їхньому інтернаціональному характері, що додатково ускладнює питання про межі культурної ідентифікації ігрового продукту. М. О'Хаган зауважує, що локалізація завжди функціонує як «перемовини» між оригінальним культурним контекстом та очікуваннями цільової аудиторії, і The Witcher 3 демонструє приклад, коли такі перемовини завершуються продуктивним компромісом [10].

S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl та модель «національної репрезентації». Принципово інший підхід до взаємодії глобального й локального демонструє проект GSC Game World, що вийшов у листопаді 2024 року та протягом двох днів розійшовся накладом понад мільйон копій [9]. Гра не лише

зображує специфічне географічне середовище – Зону відчуження навколо Чорнобильської АЕС – а й свідомо позиціонує себе як носій української культурної ідентичності. PR-директор GSC 3. Бочаров під час gamescom 2025 підкреслив: «Ми не хотіли бути українською The Witcher, а хотіли показати щось своє. З початком війни культурна ідентичність стала ще важливішою» [3].

Культурна ідентичність у S.T.A.L.K.E.R. 2 реалізується через декілька семіотичних рівнів. На рівні візуальної культури гра відтворює характерні елементи пострадянського та специфічно українського середовища: мозаїчні панно на автобусних зупинках, архітектуру радянського модернізму, що набуває нового значення в контексті постапокаліптичного ландшафту, побутові деталі, впізнавані для українського гравця та екзотичні для іноземного (як показано на рис. 2). На лінгвістичному рівні принциповим рішенням стало повне озвучення гри українською мовою за відсутності російської локалізації – вибір, продиктований не лише комерційними, а й ідентичнісними міркуваннями. Із гри було прибрано заплановане російське озвучування, змінено правопис топоніму в підзаголовку з «Chernobyl» на «Chornobyl», а внутрішньоігрова радіостанція транслює українську музику, створюючи аудіальний контекст, що виходить за межі типових жанрових конвенцій пост-апокаліптичних ігор [3].



Рис. 2. S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl

Показовим є контекст рецензії. Гра набула статусу «культурного фронту»: журналіст Я. Кисунько охарактеризував S.T.A.L.K.E.R. 2 як «інструмент м'якої сили», а аналітик О. Покальчук описав його як «приклад асиметричної війни», де культурний вплив підриває наративи противника та зміцнює українську ідентичність на міжнародному рівні [3]. Одночасно з цим виникло явище «лагідної українізації»: відеозаписи з російськими гравцями, які намагаються зрозуміти українську мову під час проходження, стали мемами у соціальних мережах, перетворивши ігровий продукт на несподіваний канал мовного контакту [2]. Із культурологічного погляду S.T.A.L.K.E.R. 2 демонструє модель, відмінну від обох попередніх кейсів. Тут не відбувається ані відтворення чужої культури (як у Ghost of Tsushima), ані адаптації локального для глобального через універсальні жанрові конвенції (як у The Witcher 3). Натомість гра транслює українську культурну специфіку «як є», без пом'якшення або опосередкування, розраховуючи на те, що автентичність середовища сама по собі стане джерелом привабливості. Стратегія ризикована, але успіх гри – понад 5 мільйонів проданих копій – засвідчує, що глобальна аудиторія готова до неопосередкованого культурного досвіду, якщо він підкріплений якісним ігровим продуктом [9].

Дані платформи Steam підтверджують зростання значущості українськомовного сегменту: станом на початок 2026 року частка користувачів з українським інтерфейсом наблизилась до 1%, увійшовши до топ-15 найпопулярніших мов платформи та конкуруючи з італійською, чеською та нідерландською [6]. Перетин порогу в 1% вважається критичною масою, що робить професійну локалізацію комерційно виправданою для великих видавців, а отже, успіх S.T.A.L.K.E.R. 2 створює інфраструктурні передумови для ширшої присутності української мови у глобальному ігровому просторі.

NieR: Automata та модель «філософського наративу». Японська гра студії PlatinumGames за режисурою Йоко Таро (2017 р.) презентує ще один вимір взаємодії культурного та глобального, де замість

географічної або етнічної специфіки на перший план виходить філософська традиція як культурний код. Персонажі гри названі на честь європейських філософів: андроїд 2В (фонетична алозія на гамлетівське «to be or not to be»), машина Паскаль (за Блезом Паскалем), культ Кіркегора, а весь нарративний каркас побудований на переосмисленні абсурдизму Альбера Камю, викладеного в «Міфі про Сізіфа» [13].

Культурологічний інтерес NieR: Automata полягає в тому, що гра здійснює подвійну культурну медіацію: японський розробник артикулює європейську філософську традицію засобами ігрового медіуму, створюючи продукт, який, попри свою японську візуальну естетику, резонує з глобальною аудиторією саме завдяки універсальності філософських питань. Механіка збереження прогресу стає метафорою трансферу свідомості між тілами, порушуючи питання тілесності та ідентичності. Механіка самознищення виступає метафорою внутрішнього конфлікту персонажів та екзистенціального вибору. Структура гри, поділена на три «маршрути», кожен із яких змінює перспективу оповіді, відтворює ніцшеанську концепцію вічного повернення, де циклічність стає не прокляттям, а можливістю переосмислення [14].

Фінальна сцена гри, де гравцеві пропонують знищити власні збережені дані, щоб допомогти незнайомому гравцю пройти останній бій, реалізує камюзіанську ідею солідарності перед обличчям абсурду, перетворюючи ігрову механіку на етичний вибір. Як зазначає Й. Чжао у дослідженні філософських маніфестацій у геймдизайні, «ігрові механіки, коли їх наповнюють філософським змістом, здатні посилювати залученість гравця та спонукати до глибшої рефлексії» [14]. Гра здобула понад 7,5 мільйонів проданих копій, що засвідчує здатність філософсько навантаженого нарративу знаходити комерційний успіх, не жертвуючи інтелектуальною складністю (як показано на рис. 3).



Рис. 3. Промоційний арт NieR: Automata (андроїд 2В)
Джерело: офіційний сайт Square Enix (square-enix-games.com)

Із погляду культурної локалізації NieR: Automata цікава тим, що вона практично не потребувала культурної адаптації при виході на західні ринки, попри суто японську візуальну мову. Філософський код виявився більш «транспарентним», ніж етнографічний чи фольклорний, що ставить під сумнів уявлення про неминучість культурного бар'єру між японською та західною ігровими аудиторіями. Гра демонструє, що культурна специфіка може набувати форми не лише візуальних або лінгвістичних маркерів, а й інтелектуальних моделей, вбудованих у саму структуру ігрового досвіду. Дослідження А. А. Зорагі та М. Кафі підтверджує, що перекладачі ігор дедалі частіше стикаються з необхідністю адаптувати не стільки мовні, скільки концептуальні елементи, що вимагає від них компетенцій на перетині лінгвістики, культурології та філософії [15].

Типологія моделей культурної адаптації. Порівняльний аналіз чотирьох розглянутих кейсів дає змогу виокремити типологію стратегій взаємодії глобального та локального у відеоіграх. Модель «зовнішньої автентичності» (Ghost of Tsushima) передбачає відтворення чужої культури іноземними розробниками через ретельне дослідження, консультації з носіями культури та візуальну вірність. Модель «культурного експорту» (The Witcher 3) адаптує локальний культурний продукт для глобальної аудиторії через універсалізацію специфічних елементів при збереженні культурного ядра. Модель «національної репрезентації» (S.T.A.L.K.E.R. 2) транслює культурну специфіку без опосередкування, перетворюючи автентичність на конкурентну перевагу. Модель «філософського нарративу» (NieR: Automata) використовує інтелектуальну традицію як культурний код, що виявляється менш залежним від етнографічної специфіки і легше перетинає культурні бар'єри. Моделі не є взаємовиключними:

конкретний ігровий проект може поєднувати елементи декількох стратегій. Проте кожна з них пропонує відмінну відповідь на базове культурологічне питання про те, яким чином локальне здатне набувати глобального значення, не втрачаючи при цьому своєї специфіки.

Технологічні та економічні тенденції ігрової локалізації. Стрімкий розвиток технологій штучного інтелекту та машинного навчання трансформує індустрію локалізації відеоігор. Нейронні мережі застосовуються для попереднього перекладу текстового контенту, системи аналізу культурного контексту допомагають ідентифікувати потенційно проблемні елементи, а автоматизовані інструменти контролю якості виявляють лінгвістичні та функціональні помилки вже на ранніх етапах [12]. Водночас, як засвідчує практика, автоматизація не здатна замінити культурологічну експертизу: машинний переклад відтворює лексику, але втрачає конотації, не розпізнає культурних алюзій та нечутливий до регіональних нюансів. Ринкові тенденції вказують на зростання інвестицій у локалізацію. Прогнозований обсяг глобального ринку відеоігор – понад 520 мільярдів доларів до 2027 року – стимулює попит на якісну адаптацію, особливо для ринків Азіатсько-Тихоокеанського регіону та Латинської Америки [11]. Тенденція до одночасних глобальних релізів AAA-проектів вимагає паралельної локалізації на десятки мов, що перетворює процес на логістичний виклик промислового масштабу.

Правові виклики додають локалізації додатковий вимір складності. Директиви Європейської Комісії щодо віртуальних валют, посилення вимог до захисту персональних даних, різноманітність систем вікових рейтингів та культурно-специфічні обмеження на зображення насильства, релігійних символів чи надприродних істот вимагають від розробників комплексного підходу, в якому лінгвістична, культурна та правова адаптація інтегровані в єдиний процес [12]. Гіперлокалізація як окремий тренд передбачає створення ультра-адаптованого контенту для вузьких цільових аудиторій, що засвідчує рух від стандартизованої глобалізації до диференційованого підходу.

Мовна автентичність та феномен «оригінальної мови». Окремої уваги заслуговує тенденція, яка набуває дедалі більшого поширення серед ігрової спільноти: вибір мови гри не за критерієм зручності, а за критерієм культурної відповідності. Гравці все частіше обирають мову розробників або мову ігрового сетингу: Metro Exodus – з українською озвучкою, Assassin's Creed Unity – французькою, Ghost of Tsushima – японською. Оригінальна озвучка передає емоційні нюанси та культурні конотації, які неминуче зазнають трансформацій у перекладі [4].

Випадок S.T.A.L.K.E.R. 2 продемонстрував, що мовний вибір у грі здатний набувати політичного виміру. Відмова від російської локалізації перетворила українську мову на невід'ємний елемент ігрового досвіду, а не на одну з альтернатив у мовному меню. Для іноземного гравця українська озвучка стала частиною «автентичного» середовища Зони відчуження, тоді як для українського – актом культурної самоідентифікації через ігровий медіум. Феномен засвідчує, що мова у відеогрі функціонує не лише як інструмент комунікації, а й як культурний маркер, здатний визначати рамку сприйняття ігрового простору [6].

Відеоігри як інструмент культурної дипломатії. Аналіз розглянутих кейсів засвідчує, що відеоігри дедалі активніше функціонують як канал «м'якої сили», здатний формувати уявлення про країну та культуру серед глобальної аудиторії. The Witcher 3 перетворила Польщу на «культурний бренд» у свідомості мільйонів гравців, Ghost of Tsushima стимулювала туристичний інтерес до острова Цусіма, а S.T.A.L.K.E.R. 2 став маркером української присутності у глобальному медіапросторі в умовах війни [3]. Механізм культурної дипломатії через відеоігри має специфіку, яка відрізняє його від традиційних форм. Ігровий досвід передбачає значно глибшу залученість реципієнта: гравець проводить у грі десятки годин, що перевищує тривалість контакту з будь-яким кінематографічним продуктом. Інтерактивність забезпечує емоційне залучення, яке формує стійкіші асоціації, ніж пасивне споживання. Ігрова спільнота генерує вторинний контент – стріми, огляди, мемі, фанарт – що багаторазово підсилює культурне повідомлення, виводячи його за межі первинної аудиторії гри [9].

Українська ситуація є показовою у контексті зв'язку між культурною дипломатією та ігровим медіумом. Наявність розвиненої індустрії відеоігор – один із козирів України у просуванні «м'якої сили». На зовнішньому ринку ігри транслюють образ країни, здатної створювати конкурентоспроможний культурний продукт навіть в умовах повномасштабної війни. На внутрішньому – відеоігри з українською локалізацією стають «точками солідарності», що формують спільну культурну ідентичність поза травматичним досвідом [3]. О. Губернатор зауважує, що ігрові практики трансформують культурну ідентичність гравця, і в умовах війни відеогра набуває додаткової функції – інструменту національної самоідентифікації через культурний артефакт [1].

Висновки. Проведений аналіз засвідчує, що відеоігри перетворилися на повноцінний простір культурологічного дослідження, в якому процеси глобалізації та локалізації набувають специфічних форм, зумовлених інтерактивною природою медіуму. Локалізація відеоігор виходить далеко за межі

лінгвістичної адаптації, охоплюючи візуальну семіотику, аудіальний контекст, ігрову механіку та правові аспекти, що перетворює її на комплексну стратегію культурної медіації.

Виокремлені моделі культурної адаптації – «зовнішня автентичність», «культурний експорт», «національна репрезентація» та «філософський наратив» – демонструють різні способи розв'язання напруження між глобальною доступністю та культурною специфікою. Кожна з них пропонує відмінну відповідь на питання про те, яким чином локальні культурні коди здатні функціонувати у глобалізованому ігровому просторі, зберігаючи свою ідентичнісну значущість.

Український кейс S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl засвідчує здатність відеогри виконувати функцію інструменту «м'якої сили», транслюючи культурну ідентичність через ігрове середовище, мовну автентичність та візуальні коди. Комерційний успіх гри спростовує уявлення про необхідність культурного пом'якшення для досягнення глобальної привабливості та створює прецедент для інших локальних ігрових індустрій.

NieR: Automata демонструє, що культурна специфіка може набувати інтелектуальної форми, де філософська традиція стає культурним кодом, менш залежним від етнографічних маркерів і здатним транспарентно перетинати культурні бар'єри. Подальше дослідження взаємодії глобального та локального у відеоіграх потребує врахування технологічних змін, пов'язаних із застосуванням штучного інтелекту у процесах локалізації, а також поглибленого аналізу впливу ігрового досвіду на формування культурних уявлень аудиторії.

Список використаної літератури

1. Губернатор О. Підходи та тенденції дослідження субкультур відеоігор у західному науковому дискурсі на рубежі XX – XXI століття. *Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку* : наук. зб. 2024. Вип. 48. С. 369–374. URL: <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v48i.799>
2. Зарицька Ю. Росіяни вчать українську мову в грі S.T.A.L.K.E.R. 2: «лагідна українізація» в дії. *StudWay*. 2024. 25 листоп. URL: <https://studway.com.ua/rosiyany-vchat-ukrayinsku-movu-v-gri-s-t-a-l-k-e-r-2-lagidna-ukrayinizacziya-v-diyi/>
3. Кисунько Я. Культурний фронт України: S.T.A.L.K.E.R. 2 і його шлях до становлення як «національного продукту». *КиївВлада*. 2024. 23 листопада. URL: <https://kyivvlada.com.ua/territoria-rozumu/kulturnyj-front-ukrayiny-s-t-a-l-k-e-r-2-i-jogo-shlyah-do-stanovlennya-yak-nacziionalnogo-produktu/>
4. Головащенко Л. С., Лимар М. Ю. Локалізація і переклад комп'ютерних ігор на прикладі відеогри «S.T.A.L.K.E.R.: Тінь Чернобиля». *Закарпатські філологічні студії*. 2022. Вип. 5. Ч. 2. С. 15–22. URL: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2022/5_2022/part_2/4.pdf
5. Малюк Є. О. Відеогра як феномен сучасної медіакультури : автореф. дис.... канд. культурології : 26.00.01. Київ, 2021. 20 с. URL: <https://www.researchgate.net/publication/365203617>
6. Українська мова в геймінгу: від фан-перекладів до AAA-дубляжу. *HBJ*. 2026. 24 січня. URL: <https://journal.gen.tech/post/igry-z-ukrainskoyu-ozvuchkoyu-top-5-dlya-itshivtsiv>
7. Edwards K. Beyond Localization: An Overview of Game Culturalization. *Fun for All: Translation and Accessibility Practices in Video Games* / ed. C. Mangiron, P. Orero, M. O'Hagan. Bern : Peter Lang, 2014. P. 287–303. URL: <https://ru.scribd.com/document/770962468/Fun-for-All-Translation-and-Accessibility-Practices-in-Video-Games-by-Carmen-Mangiron-Pilar-Orero-Minako-O-Hagan>
8. Helmke W. Cultural Imperialism and Video Game Localization: A Case Study of Revelations: Persona. *Games and Culture*. 2024. URL: <https://doi.org/10.1177/15554120241251523>
9. How Stalker 2 is Winning Over the World and Showcasing Ukraine. *MK Translations*. 2024. December. URL: <https://mk-translations.ua/en/blog/how-stalker-2-is-winning-over-the-world-and-showcasing-ukraine/>
10. O'Hagan M. Game Localisation as Software-mediated Cultural Experience: Shedding Light on the Changing Role of Translation in Intercultural Communication in the Digital Age. *Multilingua*. 2015. Vol. 34(6). P. 747–771. URL: <https://doi.org/10.1515/multi-2014-0062>
11. O'Hagan M., Mangiron C. Game Localization: Translating for the Global Digital Entertainment Industry. Amsterdam : John Benjamins, 2013. 374 p. URL: <https://ru.scribd.com/document/551606091/Benjamins-Translation-Library-Minako-O-Hagan-Carmen-Mangiron-Game-Localization-Translating-for-the-Global-Digital-Entertainment-Industry-John-Be>
12. Pirrone M., D'Ulizia A. The Localization of Software and Video Games: Current State and Future Perspectives. *Information*. 2024. Vol. 15(10). 648. URL: <https://doi.org/10.3390/info15100648>
13. Vela J. Where Silicone Meets Silicon: Analyzing NieR: Automata as a Subversive Postfeminist Text with Respect to Marxism, Existentialism and Feminism. *Communication Honors Theses*. 2024. No. 34. URL: https://digitalcommons.trinity.edu/comm_honors/34
14. Zhao Y. Mechanisms of Meaning: Absurdism and Realism in Game Design as Philosophical Manifestations in NieR: Automata and Metal Gear Solid. *Proceedings of the DAI 2023*. Atlantis Press, 2024. P. 436–449. URL: <https://www.atlantis-press.com/proceedings/dai-23/125998099>
15. Zoraqi A. A., Kafi M. Profiles, Perceptions, and Experiences of Video Game Translators. *Games and Culture*. 2025. URL: <https://doi.org/10.1177/15554120231223329>

References

1. Hubernator O. Pidkhody ta tendentsii doslidzhennia subkultur videoior u zakhidnomu naukovomu dyskursi na rubezhi XX–XXI stolittia. *Ukrainska kultura: mynule, suchasne, shliakhy rozvytku*, 2024. 48. P. 369–374. <https://doi.org/10.35619/ucpmk.v48i.799>
2. Zarytska Yu. (2024, November 25). Rosiiany vchat ukrainsku movu v hri S.T.A.L.K.E.R. 2. *StudWay*. <https://studway.com.ua/rosiiany-vchat-ukrayinsku-movu-v-gri-s-t-a-l-k-e-r-2-lagidna-ukrayinizacziya-v-diyi/>
3. Kysunko Ya. (2024, November 23). Kulturnyi front Ukrainy: S.T.A.L.K.E.R. 2. *KyivVlada*. <https://kyivvlada.com.ua/territoria-rozumu/kulturnyj-front-ukrayiny-s-t-a-l-k-e-r-2-i-jogo-shlyah-do-stanovlennya-yak-nacziionalnogo-produktu/>
4. Holovashchenko L. S., & Lymar, M. Yu. Lokalizatsiia i pereklad kompiuternykh ihor. *Zakarpatski filolohichni studii*, 2022. 5 (2). P. 15–22.
5. Maliuk Ye. O. *Videohra yak fenomen suchasnoi mediakultury* [Abstract of thesis]. Kyiv, 2021.
6. Ukrainska mova v heiminhu. (2026, January 24). *HBJ*. <https://journal.gen.tech/post/igry-z-ukrainskoyu-ozvuchkoyu-top-5-dlya-itshivtsiv>
7. Edwards, K. (2014). Beyond Localization. In C. Mangiron et al. (Eds.), *Fun for All* (pp. 287–303). Peter Lang.
8. Helmke, W. (2024). Cultural Imperialism and Video Game Localization. *Games and Culture*. <https://doi.org/10.1177/15554120241251523>
9. MK Translations. (2024). How Stalker 2 is Winning Over the World. <https://mk-translations.ua/en/blog/how-stalker-2-is-winning-over-the-world-and-showcasing-ukraine/>
10. O'Hagan, M. (2015). Game Localisation as Software-mediated Cultural Experience. *Multilingua*, 34(6), 747–771.
11. O'Hagan, M., & Mangiron, C. (2013). *Game Localization*. John Benjamins.
12. Pirrone, M., & D'Ulizia, A. (2024). The Localization of Software and Video Games. *Information*, 15(10), 648.
13. Vela, J. (2024). Where Silicone Meets Silicon. *Communication Honors Theses*, 34.
14. Zhao, Y. (2024). Mechanisms of Meaning. *Proceedings of the DAI 2023* (pp. 436–449). Atlantis Press.
15. Zoraqi, A. A., & Kafi, M. (2025). Profiles, Perceptions, and Experiences of Video Game Translators. *Games and Culture*.

UDC 008:794.072

GLOBALIZATION AND LOCALIZATION OF CULTURE IN VIDEO GAMES AS FACTORS IN INTERCULTURAL ADAPTATION AND THE REPRESENTATION OF CULTURAL IDENTITY

Vasyl VAHERYCH – Postgraduate Student (PhD Candidate) at the Department of Theory and History of Culture, Ukrainian National Tchaikovsky Academy of Music, Kyiv, Ukraine.

The current article investigates globalization and localization in video games through the prism of intercultural adaptation processes. Specifically, video games as a medium for global cultural trends vs. local identity codes are analyzed, and the main types of cultural adaptation and cultural code transmission within gaming are discussed. The methodology involves comparative analysis of four video game projects featuring distinct approaches to intercultural adaptation: *Ghost of Tsushima* (external authenticity), *The Witcher 3: Wild Hunt* (cultural export), *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl* (national representation), and *NieR: Automata* (philosophical narrative). In addition, semiotic analysis of visual and verbal signs of video games is performed.

As a result, the research provides a typology of approaches to cultural adaptation in video games, discusses the peculiarities of localization vs. culturalization in the gaming industry, and explores the process of cultural code transmission via games in terms of the authenticity of language, visual aesthetic, and storylines. Special attention is paid to the case of Ukraine and *S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chernobyl* as an example of the formation and transmission of national cultural identity in gaming during full-scale war. The findings prove that video games serve as soft power tools to use cultural identity (including language, visuals, and music) as a competitive advantage in the international gaming market. In turn, the findings confirm the legitimacy of video games as a topic for cultural studies and explain the unique nature of globalization and localization in the industry due to the interactive and active nature of gaming.

Key words: video games, localization, globalization, cultural adaptation, cultural identity, intercultural communication, soft power, culturalization, *S.T.A.L.K.E.R. 2*, *NieR: Automata*.

Стаття отримана 2.12.2025

Стаття прийнята 8.01.2026

Стаття опублікована 28.05.2026