

УДК 81'25:004.946:316.77

**Литвинова В. М.,
студентка,
Національний університет «Запорізька політехніка»**

**Лещенко Г. А.
кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри «Іноземна філологія та переклад»,
Національний університет «Запорізька політехніка»**

ЛОКАЛІЗАЦІЯ ВІДЕОІГОР ЯК ФОРМА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

У сучасному світі відеоігри посідають провідне місце в культурному просторі та фактично стали невід'ємною складовою глобальної культури, що об'єднує людей різних країн і континентів. Завдяки розвитку інтернету та цифрових платформ ігри почали охоплювати багатомільйонну аудиторію, тому локалізація та переклад ігрового контенту є необхідною умовою для забезпечення повноцінного

ігрового досвіду. Феномен комп'ютерних відеоігор як невід'ємна складова частина сучасного інтернет-дискурсу ставав об'єктом наукових розвідок, в тому числі й лінгвістичних [3, с. 22-36].

Дослідники й фахівці галузі наголошують, що локалізація відеоігор це не лише переклад текстового матеріалу, а й комплексна адаптація ігрового продукту до мовних та культурних особливостей певного регіону [4, с. 376]. Такий процес передбачає, як наголошує О'Хаган, активну співпрацю розробників, перекладачів і спеціалістів із культурної адаптації [6, с. 98]. Схожу думку поділяє й українська дослідниця Юлія Онищенко, яка зазначає, що «локалізація – це особливий різновид технічного перекладу, що здійснюється в дискурсі комп'ютерних технологій, і спрямований на комплексне відтворення текстової частини програмної продукції засобами іншої мови» [2, с. 2]. Тобто, локалізацію можливо розглядати як варіант перекладу, коли мова йде, наприклад, про переклад технічних текстів або матеріалів зі сфери комп'ютерних технологій. Іншими словами, локалізація є міждисциплінарним поняттям, а успіх цього процесу залежить від поєднання теорії та практики філологічної і комп'ютерної наук. Таким чином, переклад у сфері ігрової індустрії не можна розглядати як механічну заміну слів однієї мови іншою. Локалізатор повинен враховувати культурні й поведінкові особливості гравців іншої лінгвокультурної спільноти аби забезпечити той самий емоційний ефект, який задумали автори.

У цьому контексті соціокультурний підхід розглядається як простір міжкультурної взаємодії. Залучаючи мільйони гравців із різних країн, ігри стають платформою обміну культурними кодами. Дж. Фіске під культурним кодом розуміє систему знаків, керованих «певними правилами, які поширені серед представників певної культури, і яка призначена для генерації та циркулювання смислів у цій культурі та для цієї культури» [5, с. 356]. Саме тут локалізація відеоігор набуває ключового значення, оскільки виступає інструментом міжкультурної комунікації, забезпечуючи зрозумілість та доступність ігрового контенту для різних культурних спільнот. Вибір перекладацької стратегії – доместикації чи форенізації – визначає, яким чином гравець буде взаємодіяти з культурним кодом: через адаптований, близький до власного досвіду контент чи через автентичне знайомство з іншою культурою [1, с. 89–95].

Отже, локалізація відеоігор є складним багаторівневим процесом, який виходить далеко за межі традиційного перекладу. Вона поєднує лінгвістичні, культурні та технічні аспекти, забезпечуючи адекватне відтворення змісту та культурних кодів оригіналу. Від вибору

перекладацьких стратегій – доместикації чи форенізації – залежить, як саме гравець сприйматиме культурний контент: як адаптований під його власні реалії чи як автентичний досвід знайомства з іншою культурою. Саме тому процес локалізації потребує не лише глибоких знань мови, але й розуміння культурних особливостей, психології аудиторії та принципів ігрового дизайну.

Література

1. Мазур О. Локалізація як явище перекладу. *Актуальні питання гуманітарних наук. Мовознавство. Літературознавство*. 2021. Вип. 35. Том 7. С. 89–95.
2. Онищенко Ю. К. Глобалізація, локалізація та переклад: синоніми, антоніми чи взаємодоповнюючі поняття? *Мовні і концептуальні картини світу*: збірник наукових праць. К., 2005. Вип. 16. Кн. 2. С. 6.
3. Bernal-Merino M. On the Translation of Video Games. *The Journal of Specialized Translation*. 2006. № 6. P. 22–36.
4. Chandler H. M. *The Game Localization Handbook*. [2nd ed.]. Charles River Media, 2005. 376 p.
5. Fiske J. *Television culture*. London : Routledge, 1999. 356 p.
6. O'Hagan M., Mangiron C. *Game Localization*. Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins Publishing Company, 2013. 98 p.