

КОНЦЕПЦІЇ ЛОКАЛІЗАЦІЇ ВІДЕОІГОР

Головацька Ю. Б.

*кандидат педагогічних наук,
викладач кафедри теорії і практики перекладу
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка*

Новосад Ю. І.

*асистент кафедри теорії і практики перекладу
Тернопільський національний педагогічний університет
імені Володимира Гнатюка
м. Тернопіль, Україна*

Як відомо, локалізація відеоігор – це процес адаптації вмісту гри до цільової мови, згідно правових вимог та культурних особливостей. Вона включає в себе переклад тексту відеогри, аудіозаписів та інших частин, які потребують локалізації. Підчас локалізації відеоігор важливо враховувати особливості інтернаціоналізації та культуралізації, які є невід’ємною частиною цього процесу

Локалізації відеоігор містить декілька важливих моментів, про які варто завжди пам’ятати. Це питання, які стосуються історії, а саме минулого і сьогодення. Проблема історичної точності є однією з найбільш важливих для місцевих ринків. Багато культур активно захищають свою історичну спадщину і походження, тому будь-яка альтернативна або неточність у відтворенні тої чи іншої історичної події може отримати значну емоційну реакцію. Історія є важливою темою, але не завжди можна забезпечити повний контекст історичної події у відеогрі. Труднощі може створювати не лише віддалена історія, але й недавня, оскільки пам’ять про останні події дуже свіжа у свідомості людей. Також дуже важливими є питання релігії і різних систем віри. Творцям ігрового контенту необхідно бути уважними до культур, в яких назви їх ігор будуть випущені. Загалом, суспільство, засноване на священних правилах, має тенденцію бути менш гнучким і піддається контексту, в якому з’являється інформація, оскільки воно слідує тому, що вони вважають вищим стандартом, ніж людське судження; тобто, якщо з’являється проблематичний зміст, незалежно від контексту, то існує ймовірність виникнення негативної реакції. Звісно не можна забувати про такі важливі питання, як етнічність і культурні особливості. Головною проблемою є використання етнічних або культурних стереотипів. Таким чином, вище зазначене свідчить про необхідність врахування культуралізації в процесі локалізації відеоігор.

Культуралізація передбачає фундаментальне дослідження відеогри, що уможливорює оцінку цього продукту як на глобальному багатокультурному ринку, так і у конкретному регіоні. Локалізація допомагає геймерам просто

розуміти зміст гри завдяки перекладу, культуралізація дозволяє геймерам взаємодіяти з вмістом гри на більш значущому рівні. Помилки на міжкультурному рівні часто дорого обходяться для розробників і видавців ігор – це не тільки втрата потенційних доходів, але й більш серйозні наслідки, зокрема негативне ставлення громадськості, погіршення корпоративного іміджу та, навіть, напружені відносини з місцевою владою. Культуралізація відеоігор включає в себе три етапи:

1) реактивна культуралізація: мета цього уникнути порушень культурних питань, та дозволити відеогрі бути конкурентоздатною на цільовому ринку.

2) власне локалізація, мета якої зробити вміст відеогри зрозумілим; виконувати «типову» локалізацію, щоб дозволити користувачам зрозуміти гру.

3) проактивна культуралізація: мета цієї частини зробити наповнення гри змістовним і, як результат, адаптувати відеогру для цільової аудиторії [4].

Не менш важливою в процесі локалізації відеоігор є їх **інтернаціоналізація**. Які відомо, інтернаціоналізація – це процес створення фахового тексту незалежно від національної традиції. Основна ідея інтернаціоналізації полягає в заощадженні коштів на локалізації технічної документації до національних стандартів ринків-збуту; націлена на зрозумілість тексту за межами власної культури та можливість повторного використання окремих сегментів тексту для публікації та перекладу різного типу документації на продуктів [1, с. 153].

Тому, щоб локалізація відеогри була успішною, її результатом має бути інтернаціоналізований продукт. Розробники відеоігор роблять типову помилку, вважаючи, що локалізація – це просто «переклад». Як наслідок, вони не можуть підготуватися до локалізації на початкових етапах. Локалізація відеоігор стає легшою, якщо дотримуватися передового досвіду їх інтернаціоналізації, починаючи з початкових кроків проектування. Процес інтернаціоналізації відеогри дає можливість коду та інтерфейсу обробляти та відтворювати вміст гри на кількох мовах. Головною метою інтернаціоналізації відеоігор є усунення існування будь-якої складової в кодовій базі, що відрізняється через місцеві особливості [5].

Однією із найважливіших концепцій, якої потрібно дотримуватись в процесі локалізації відеоігор полягає у здатності відеогри «піддаватись грі» (англ. *playability*), оскільки, вона впливає не тільки на остаточний вигляд продукту, але й на отримання задоволення від ігрового процесу. На базовому рівні локалізація повинна відповідати меті, яка має бути якомога ближчою до мети оригіналу. Однак, через жорсткі графіки розробки відеоігор, дат їх випуску та, можливо, нерозуміння того, які труднощі можуть виникати в процесі локалізації відеогри, переклад відеоігор часто є не достатньо якісним. Як наслідок, багато гравців з різних країн постійно скаржаться на офіційних ігрових форумах та блогах про те, що помилки при локалізації та перекладі часто відволікають їх, а інколи навіть викликають роздратування. Те, що якість

локалізації актуальна для геймерів, підтверджується тим, що вони часто формують аматорські групи перекладачів, для того, щоб покращити рівень локалізації відеоігор [3].

Важливе значення для локалізації відеоігор має *транскреація* або креативний переклад. Творчість у процесі локалізації є необхідною частиною перекладу для адекватної передачі тексту. Необхідність уникнути підходу «слово в слово» є особливо гострою в сучасній культурі, де успішне спілкування має першочергове значення. Суть транскреація у свідомій заміні зображень, тексту та посилань, які вважаються занадто культуризованими, щоб бути зрозумілими для цільової аудиторії. Кінцевий продукт – це переклад, який отримує максимальну прихильність цільової аудиторії, але практично не відрізняється від оригіналу.

Рерайтинг (перепарафразування тексту іншими словами) – це ще одна важлива концепція в процесі. А. Лефевеєр розглядає переклад як «найбільш очевидний приклад рерайтингу», і він підкреслює, що «рерайтинг формує еволюцію літератури або культури». Термін «рерайтинг», виходить за межі трансляційного чи комунікаційного потенціалу фактичного тексту, слідуючи іншій творчій мотивації. Хоча відеоігри можуть бути націлені на різну аудиторію, з комунікативної точки зору, їх локалізація може мати схожий вплив на різні системи в суспільстві. Зміни можуть мати місце у відеоіграх, але вони застосовуються локалізаторами за згодою законних власників відеоігри. Яскравим прикладом є гра під назвою Wolfenstein, де всі посилання на нацистську Німеччину, ікони, жести і атрибутику, були вилучені з німецької версії видавництвом компанії Activision, як і вимагала німецька рейтингова група (USK), щоб мати право продати гру в Німеччині [5].

Ще однією концепцією, якою послуговуються в процесі локалізації відеоігор, є *адаптація*. Однією з перших проблем, що виникають при використанні цього терміна, є те, що він присутній у звичайній повсякденній мові і використовується в різних контекстах. Адаптацію часто використовують, коли відбуваються значні зміни, наприклад перехід від одного жанру до іншого, наприклад, перехід від роману до коміксів або відеоігор. Хоча цей термін не використовують в ігровій індустрії, деякі вчені згадують його в академічних дебатах про сутність перекладу, а саме переклад відеоігор.

Вартою уваги також є концепція *трансадаптації*. Трансадаптація спрямована на врахування особливостей укладання субтитрів та аудіоопису, а також використання таких перекладацьких трансформацій та способів перекладу контенту з урахуванням потреб аудиторії з вадами слуху. У цьому контексті, відеоігри мають певні недоліки, оскільки не враховують потреби гравців з вадами слуху і, щоб компенсувати цю нішу на ринку, гравці створили сайт deafgamers.com. Цей веб-сайт містить класифікацію відеоігор розроблено геймерами з вадами слуху, що йде від (А), коли весь вміст голосу чітко відображається на екрані синхронно з дією, до (Е), коли для таких геймерів

неможливо отримати більшу кількість інформації, оскільки вона надається тільки в усній мові [2].

Таким чином, можна зробити висновок, що локалізація відеоігор є складним процесом і вимагає урахування різних концепцій та підходів для досягнення кінцевої мети.

Література

1. Міщенко А. Локалізація та інтернаціоналізація перекладу у контексті міжкультурної комунікації. *Наукові записки. Випуск 104 (1). Серія: Філологічні науки (мовознавство): У 2 ч.* Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2012. С. 151–157.
2. Череднюк Т. Особливості локалізації ігор. Інструкції. URL: <http://sbt.localization.com.ua/article/osoblivosti-lokalizatsiyi-ihor-instruktsiyi/>
3. Dietz F. Issues in localizing computer games. *K. J. Dunne (Ed.), Perspectives in localization.* Amsterdam & Philadelphia, PA : John Benjamins, 2006. P. 121–134.
4. Honeywood R. Best Practices for Game Localization. URL: <https://cdn.ymaws.com/www.igda.org/resource/collection/2DA60D94-0F74-46B1-A9E2-F2CE8B72EA4D/Best-Practices-for-Game-Localization-v22.pdf>
5. O'Hagan M. Game localisation as emotion engineering: Methodological exploration. *M. O'Hagan & Q. Zhang (Eds.), Conflict and Communication: A changing Asia in a globalising world.* New York, NY : Nova, 2016. P. 81–102.

TRANSLATION PECULIARITIES OF AUTOBIOGRAPHICAL GENRE

Горенко І. В.

*кандидат філологічних наук, старший викладач
кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Тернопільський національний економічний університет
м. Тернопіль, Україна*

Гупка-Макогін Н. І.

*кандидат педагогічних наук, доцент
кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Тернопільський національний економічний університет
м. Тернопіль, Україна*

The genre and its immanent traits have long been reflected in literary and philosophical discourse. Approaches to its definition and interpretation range from the complete negation of the genre as a classification category that limits the author's creative realization (B. Croce, J. Derrida, J. Cullen), to the substitution of the genre by