Качанова Анастасія Олександрівна
студентка ІІ курсу магістратури
ОП «Художній переклад, літературне редагування
та менеджмент перекладацьких проектів»
Навчально-наукового інституту філології
Київський національний університет ім. Т. Шевченка, Україна

Науковий керівник: Підгрушна Олена Григорівна
кандидат філологічних наук, асистент
кафедри теорії та практики перекладу з англійської мови
Навчально-наукового інституту філології
Київський національний університет ім. Т. Шевченка, Україна

ВІДЕОГРА ЯК ОБ'ЄКТ ЛОКАЛІЗАЦІЇ

З моменту своєї появи відеоігри стали невід'ємною частиною популярної культури й поширеним способом проведення дозвілля для мільйонів людей по всьому світу незалежно від віку, гендеру чи статусу, адже на відміну від традиційних форм медіа, де роль споживача часто обмежена пасивним спогляданням за сюжетом, інтерактивно-рекреаційна природа ігор дає змогу аудиторії відчути себе безпосередніми учасниками подій, поринувши в різноманітні фантастичні світи, епохи та історії.

Утім, отримати доступ до строкатого багатоманіття комп'ютерних розваг в Україні донині залишається досить непростим завданням. Так попри суттєве зростання впродовж останніх років частки мультимедійних продуктів перекладених українською мовою, специфіка ігрової адаптації досі залишаються в такій собі «сірій зоні». Як наслідок, нові типи перекладацьких тактик, завдань та викликів локалізаційного процесу залишаються недостатньо вивченими в контексті сучасних вітчизняних студій.

Локалізацією заведено вважати процес адаптації товарів або послуг, який, беручи до уваги відмінності між різними ринками, покликаний розв'язати низку мовних, культурно-змістових і технічних завдань [4, с. 13]. Усупереч поширеній думці про тотожність локалізації з перекладом, останній є основним, однак не єдиним складником цієї діяльності [2, с. 4], що своєю чергою зумовлює низку принципових відмінностей між цими поняттями. Так тоді як переклад передусім ставить на меті відтворення оригінальних комунікативних ефектів через пошук еквівалентності, локалізація натомість пріоритезує адаптування оригінальних інтенцій до комунікативних та культурних запитів цільової аудиторії.

Попри відмінність своїх підходів до відтворення текстів, обидва ці процеси, однак, ставлять на меті «переконати» цільового споживача в тому, що кінцевий продукт був від початку створений його рідною мовою. Іншими словами, переклад — у традиційному розумінні цього поняття — відтворює зміст, а локалізація відтворює досвід.

Завдяки своїй мультимедійній природі відеоігри, або ж розважальне комп'ютерне програмне забезпечення, що через залучення електронних платформ надає гравцям доступу віртуального середовища [3, с. 4], мають чимало спільного з аудіовізуальними текстами — семіотичними конструктами, які продукують смисли через взаємодію візуальних, авдіальних, вербальних та невербальних кодів [7, с. 29].

Проте інтерактивний характер ігор, який виокремлює їх з-поміж інших видів мультимедійних текстів, передбачає наявність додаткового плану вираження — людологічного (див. Рис. 1). Представлений інтерактивними текстовими і графічними елементами та мультимодальними ігровими механіками, цей важливий пласт дає змогу інтерпретувати твір через безпосередню взаємодію гравця з різноманітними знаковими каналами.

Рис. 1. **Семантичні канали відеоігор**

Так у контексті відеоігор пропонується введення до усталених вимірів третьої осі — каналу сприйняття (англ. *tactile channel*) [6, с. 142] — реалізація якого на різних знакових рівнях гри, стає запорукою ефективної комунікації (див. Рис. 2).

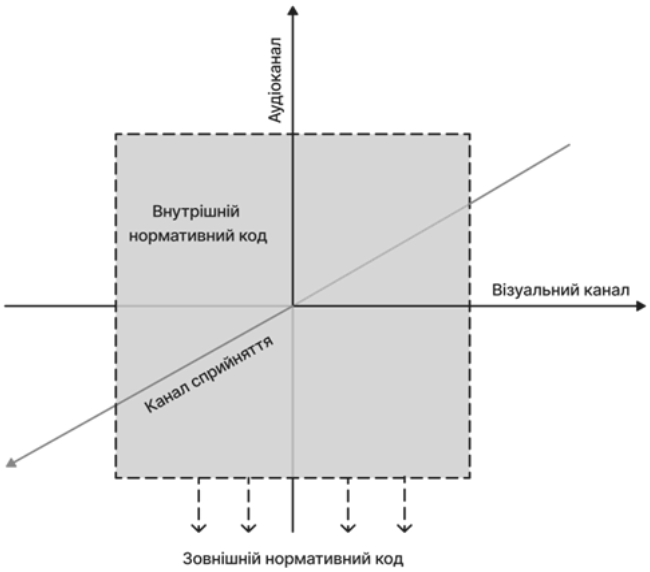

Рис. 2. **Інтерсеміотична структура відеоігор**

Це доводить, що відеоігри є унікальним прикладом інтерактивних мультимедіа, взаємодія семантичних кодів якого передбачає наявність нормативних кодів, які забезпечують взаємодію споживача з віртуальним середовищем у внутрішньо- та позаігровому вимірі.

Унаслідок такої особливості ресурси відеоігор передбачають масивний пласт позатекстових елементів, які супроводжують лінгвістичний код. Залежно від їхнього смислового та культурного забарвлення локалізація, на відміну від перекладу, часто передбачає суттєві маніпуляції зі змістом вихідного продукту, у випадку якщо такі зміни сприятимуть задоволенню запитів цільового споживача. До таких модифікацій зокрема можна віднести:

1) зміна аудіовізуальних елементів (напр. зміна дизайну персонажів, музичного або звукового супроводу);

2) зміна аспектів ігрової механіки (напр. зменшення/збільшення рівня складності, додаткові режими гри);

3) цензура (напр. вилучення або заміна специфічних елементів гри відповідно до традицій та/або законодавства цільової локалі).

Натомість у контексті перекладознавства, в основі локалізації, цілком природно, лежить вербально виражений текст. Так локалізаційний процес передбачає роботу з текстовими, інтерсеміотичними та аудіовізуальними ресурсами [5, с. 155–158], а саме:

1) Внутрішньо ігровий текст (користувацький інтерфейс, описовий та наративний текст, субтитри діалогів тощо);

2) Графічний текст (зображення, мапи, знаки);

3) Аудіо й синематика (діалоги з озвученням, музичний супровід, пісні, фонові звуки, кат-сцени).

Окремої уваги заслуговує такий гібридний елемент ігрових текстів, як змінні — об’єкти програмного коду, які за досягнення необхідних умов замінюються в тексті гри на певні значення [1, с. 88]. Тоді як для аналітичної англійської мови змінні є надзвичайно продуктивним елементом забезпечення функціональності та імерсивності ігор, відтворення таких елементів українською мовою натомість вимагають пошуку перекладацьких рішень, які б дали змогу уникнути можливих граматичних помилок, пов’язаних з узгодженням числа, роду й відмінків.

Отже, відеоігри, як об’єкт локалізації, є не просто різновидом цифрових розваг, а складними інтерактивними мультимодальними культурними артефактами, відтворення яких не обмежується звичним лінгвістичним перекладом. Відповідно адаптування ігрових текстів, окрім високих мовних навичок, обізнаності з вихідною та цільовою культурами та ринками, вимагає від перекладачів розуміння основних принципів кодування і технічної компетентності.

Список використаних джерел:

1. Chojnowski. R. The Practical Aspects of Video Game Localization. *Styles of Communication*. Vol. 8. No. 1. 2016. P. 69–90.
2. Esselink B. A Practical guide to localization. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2000. 488 p.
3. Frasca G. Videogames of the oppressed: Videogames as a means for critical thinking and debate. MS thesis. School of Literature, communication, and culture, Georgia Institute of Technology, 2001. 118 p.
4. Fry D. The Localization Industry Primer. Revised by A. Lommel. 2nd ed. Fechy, LISA Publ. 2003. 50 p. URL: https://www.immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/LISA/L030625P.pdf.
5. O'Hagan M., Mangiron C. Game Localization. *Benjamins Translation Library*. Amsterdam : John Benjamins Publishing Company. 2013. 386 p.
6. Pujol Tubau M. La representació de personatges a través del doblatge en narratives transmèdia. Estudi descriptiu de pellícules i videojocs basats en El senyor dels anells. PhD Dissertation. Universitat de Vic. Universitat Central de Catalunya. 2015. 643 p.
7. Zbalbeascoa P. The nature of the audiovisual text and its parameters. In The Didactics of Audiovisual Translation, J. Díaz Cintas (ed.) Amsterdam & Philadelphia: *John Benjamins*. 2008. P. 21–38