

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Навчально-науковий інститут філології

Кафедра теорії і практики перекладу з романських мовім. М. Зерова

**ПРОБЛЕМИ ВІДТВОРЕННЯ  
КОМУНІКАТИВНО-ПРАГМАТИЧНОГО ЗМІСТУ ТА ТЕРМІНІВ  
КОРИСТУВАЦЬКОГО ІНТЕРФЕЙСУ  
(НА МАТЕРІАЛІ ІСПАНОМОВНОЇ ТА УКРАЇНОМОВНОЇ ВЕРСІЙ  
САЙТУ  
ІГРОВОЇ ПЛАТФОРМИ STEAM)**

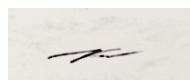
Кваліфікаційна робота  
на здобуття ОС «магістр»  
здобувачки другого рівня вищої освіти  
2 року навчання  
Галузь знань 03 Гуманітарні науки  
Спеціальність 035 Філологія  
Спеціалізація 035.051 Романські мови та літератури  
(переклад включно), перша – іспанська  
ОНП «Загальний і галузевий усний та письмовий переклад  
з іспанської та англійської мов»  
**Фоміної Марії Олександрівни**

Науковий керівник:  
к. філол. н., доцент **Фокін С.Б.**

Рецензент:  
к. філол. н., доцент **Орличенко О.В.**

«Допущено до захисту»  
Протокол засідання кафедри  
теорії і практики перекладу  
романських мов імені Миколи Зерова  
Протокол № 9 від 25.05.2023

Завідувач кафедри проф. Ірина СМУЩИНСЬКА



**Київ – 2023**

## ЗМІСТ

<b>Вступ .....</b>	<b>3</b>
<b>Розділ I. Користувацький інтерфейс як міждисциплінарний об'єкт з дослідження</b>	
1.1. Онтологічні передумови комунікативних проблем у використанні програмного забезпечення .....	11
1.2. Вплив на формулювання та переклад текстів економічних чинників розвитку програмного забезпечення .....	13
1.3. Користувацький інтерфейс крізь призму теорію комунікацій .....	15
1.4. Протиборство локалізації і глобалізації у створенні оригінальних і перекладних текстів інтерфейсу .....	17
Висновки до першого розділу .....	20
<b>Розділ II. Проблематика відтворення мовленнєвих актів користувацького інтерфейсу, комунікативно-прагматичного змісту та термінології</b>	
2.1. Типи еквівалентності .....	22
2.2. Мовні та позамовні чинники перекладацьких трансформацій .....	25
2.3. Динамічність технологічної галузі як перекладацький виклик.....	27
2.4. Проблема відтворення імпліцитного змісту інтерфейсу .....	28
2.5. Проблеми стандартизації ігрової термінології.....	35
2.6. Співвідносні тексти як джерело дослідницької вибірки .....	41
Висновки до другого розділу.....	43
<b>Розділ III Труднощі відтворення комунікативно-прагматичного змісту та термінології користувацького інтерфейсу Steam та шляхи їх подолання</b>	
3.1. Відтворення імпліцитного змісту користувацького інтерфейсу .....	47
3.2. Шляхи відтворення мовленнєвих актів інтерфейсу .....	52
3.3. Шляхи розв'язання проблеми двозначності інтерфейсу .....	59
3.4. Шляхи розв'язання проблеми синонімії інтерфейсу .....	65
3.6. Способи відтворення галузевої термінології у перекладі інтерфейсу .....	70
Висновки до третього розділу.....	76
Висновки .....	79
Список використаних джерел .....	82
Додаток .....	92
Резюме.....	96

## Вступ

Незважаючи на те, що поширення глобалізації та англійської мови у світі є дуже стрімким, цей процес не є таким однозначним, як би нам могло здаватися на перший погляд. Згідно з статистичними даними, за інформацією на 2022 рік, англійською мовою на рівні рідної або другої мови володіє лише 1,5 мільярди людей. У той час населення Землі складає приблизно 8 мільярдів людей [43].

Побачивши ці цифри, можна зрозуміти, що компанії, які вирішують створити користувацький інтерфейс лише англійською мовою, не покривають значну кількість потенційних користувачів. Так, відповідно до часопису Гарвардської бізнес-школи «Harvard Business Review» 72,4% користувачів мережі інтернет зазначають, що вони більш схильні купити продукт, якщо інформація про нього доступна на їх рідній мові. У свою чергу 72,1% зізнаються, що проводять більшу частину свого часу у мережі на веб-сайтах поданих їх рідною мовою[52].

У часи великої конкурентності та перенасиченості ринку, компанії борються за кожного клієнта, кожного користувача. У цій боротьбі досвід користувача грає важливу роль, не останнє місце займає враження від веб-сторінки або ж мобільного додатку. Компанії-гіганти вже давно зрозуміли цю перевагу, так, наприклад, усесвітньо відома платформа для оренди житла Airbnb доступна на 62 мовах, сайт для знайомства Tinder локалізував, як свій веб сайт, так і додаток на 56 мов, а загальна кількість відвідувань становить близько 120 мільйонів. Серед рекордсменів можемо побачити вже добре нам відому вільну енциклопедію Wikipedia, яка є відомою не тільки нам, але й носіям інших 319 мов, що зробило Wikipedia одним з найбільш локалізованих веб-сайтів у світі.

Якщо ж казати про перекладацький сторону актуальності цього дослідження, то слід зазначити, що наразі не можна сказати, що аспект користувацького інтерфейсу з точки зору перекладу та локалізації є дослідженим. Якщо пошукати інформацію у мережі інтернет із запитом «переклад користувацького інтерфейсу», або ж «локалізація користувацького інтерфейсу» та проаналізувавши результати пошуку, можна зрозуміти, що більшість знайденої інформації буде відноситися до науково-публіцистичного стилю. Часто такі невеликі статті пишуть або спеціалісти з

локалізації, що ознайомлюють потенційних замовників, або ж електронні журнали певної тематики.

В українському науковому просторі тема локалізації та перекладу користувацького інтерфейсу веб-сайтів, а особливо у сфері розробки відеоігор та інших електронних ресурсів розпочалася відносно нещодавно та ще не набрала повних обертів. Так, певні проблеми, з якими перекладач може зіштовхнутися під час роботи з користувацьким інтерфейсом охоплені у теорії мовленнєвих актів, відтворенні термінів і неологізмів, явищах двозначності і синонімії, імпліцитного змісту тощо. Варто сказати, що як українські, так і іноземні науковці досліджували аспекти, які перетинаються з темою перекладу користувацького інтерфейсу та його проблематики. Так, з іноземних дослідників, які висвітлювали тему впливу мовних та позамовних чинників на переклад, слід виділити Венуті Л., серед українських дослідників варто сказати про Селіванову О.О.[29] та Лободу В.А. [19]. Окрім цього, слід окремо сказати про таких науковців як Найда Ю.А.[26], Бейкер М.[37], які досліджували фундаментальні аспекти еквівалентності. Також, певні проблеми, які можуть виникнути під час перекладу, висвітлені у теорії мовленнєвих актів. Так, Пасенчук Н.В. [26] досліджував теоретичний аспект мовленнєвих актів у перекладі, а Шуляк І.М. [35] транспортування мовленнєвих актів у художньому перекладі. Серед іноземних дослідників, які мали великий вплив на становлення теорії актів, слід назвати Серль Дж. та його учня Дж.-Л. Остіна [63].

У зв'язку зі стрімким розвитком галузі інформаційних технологій виникає також проблема стандартизації термінології, яку висвітлювали у своїх дослідженнях іспанська науковиця Кабре М.Т. [39] та українські перекладознавці Бондаренко Г. С, Кропівна А. В., Кропівний В. М.[18], Півняк Г.С. [68]

Окремо слід виділити науковців які у своїх роботах висвітлювали проблеми локалізації, зокрема проблематику локалізації висвітлювали у своїх роботах Азаров О. Д. [1], Козеровський Д. А.[14], Кравченко В.В.[17], Мазур О. [21]. Також варто згадати роботу Міщенко Л.А.[22], у якій висвітлювалася локалізація у контексті міжкультурної комунікації. Серед іноземних науковців слід виділити Кова Є. [40], яка досліджувала перекладацькі виклики у локалізації, а також Есселінк Б.[42]

Як ми вже зазначали раніше, джерелом нашої дослідницької вибірки будуть виступати співвідносні тексти користувацького інтерфейсу іспанською та українською мовами. Важливість використання таких текстів піднімали такі перекладознавці як Верба Г.Г. [8] та Калустова О.М. [13]. Окремо також можна виділити Біскуп І.П.[3], яка розглядала англомовний дискурс програмного забезпечення у рамках комунікації користувача та комп'ютерної системи.

Однак, на жаль, на даний момент нами не було знайдено всеохопного дослідження, яке стосувалося б саме користувацького інтерфейсу та специфіки його перекладу різними мовами, зокрема мовної пари іспанська-українська.

Тому, саме аспекти недостатньої дослідженості даної теми та великий попит на локалізацію, в тому числі і користувацького інтерфейсу, і обумовлює актуальність даної роботи.

**Мета** роботи полягає у дослідженні перекладу користувацького інтерфейсу, виявлення проблематики відтворення мовленнєвих актів, що входять до складу користувацького інтерфейсу, чинників перекладацьких трансформацій та перекладацьких викликів.

Мета роботи буде виявлена за допомогою наступних **завдань**:

- Виявлення особливостей користувацького інтерфейсу як міждисциплінарного об'єкту досліджень.
- Виявлення еквівалентних мовленнєвих актів різномовних користувацьких інтерфейсів.
- Дослідження проблематики відтворення мовленнєвих актів користувацького інтерфейсу.
- Виявлення потенційних труднощів на основі аналізу співвідносних текстів іспанською та українською мовою платформи Steam та інших.
- Виявлення іспансько-українських термінологічних еквівалентів сфери ігрової індустрії.

**Об'єктом** дослідження виступають шляхи встановлення комунікативно-прагматичних та термінологічних еквівалентів при перекладі користувацького інтерфейсу.

**Предметом** виступають еквівалентні мовленнєві акти й терміни користувацького інтерфейсу ігрової платформи іспанською та українською мовами

**Емпіричним матеріалом** для дослідження стали українська та іспанська версії веб-сайту Steam.

**Методи дослідження:** метод зіставного аналізу, метод стилістичного аналізу, а також загальнонаукові методи: спостереження, аналіз, синтез, опис.

**Практичне значення** даної роботи полягає у виявленні та розкритті проблематики відтворення користувацького інтерфейсу, огляду шляхів відтворення комунікаційно-прагматичного змісту та термінології індустрії розробки відеоігор. Подібними дослідженнями можуть користуватися як перекладачі-практики для консультації під час перекладу інтерфейсу відеоігрової тематики, так і молоді вчені, яких цікавить тема перекладу інтерфейсу.

**Теоретичне значення** даної роботи полягає у розкритті перспективності теми перекладу користувацького інтерфейсу, збільшенню кількості студентських робіт, що, у свою, чергу допоможе вирішити більше складнощів у його перекладі та висвітленню проблематики стандартизації термінології у даній галузі.

## Розділ I. Користувацький інтерфейс як міждисциплінарний об'єкт з дослідження

Користувацький інтерфейс (UI) – це набір засобів та правил, який об'єднує в собі компоненти програми за допомогою яких користувач має змогу спілкуватись з програмним забезпеченням чи системою.

Як зазначає Бабіч С.О. до елементів користувацького інтерфейсу входять:

- набір задач користувача;
- елементи управління;
- навігація між сторінками;
- візуальний дизайн екрану;
- відображувана інформація;
- зворотній зв'язок;
- взаємодія, транзакції між користувачами, та сервером. [2, с.11-12]

Користувацький інтерфейс, сам по собі, становить великий інтерес, адже він виступає певним «містком», який полегшує взаємодію користувача та самої інформаційної системи.

Отже, таке спілкування відрізняється від повсякденної комунікації між людьми. У людському мовленні величезну роль відіграє знання ситуації, контексту, людська мова не позбавлена двозначності, помилок, надмірної інформації, недостатньої інформації й незавершених, однак зрозумілих тверджень, гри слів, гумору, стилістичних фігур. Гнучкість людського мислення дозволяє розуміти таку мову, в той час як спілкування з машиною має вписуватися у значно обмеженіші рамки. Можливість висловлення часто лімітується довжиною текстових полів, набором речень чи словосполучень у спадних меню, які не повною мірою, можливо, відповідають первинному комунікативному задуму мовця, а подекуди інтерпретуються неправильно людським комунікантом і машиною, не позбавлені й певної двозначності через невдалі формулювання. Як приклад можна навести оновлення програмного забезпечення Apple, після якого в інтерфейсі поштової скриньки замість функції «Delete email», з'явилася функція «Archive», яка за задумом розробників повинна була б виконувати ті ж самі функції. Після даного оновлення у підтримку Apple почали надходити численні питання з цього приводу. Також як

приклад можна навести випадок, коли у інтерфейсі гри «Eve Online» для виходу з гри потрібно було натиснути «ESC», у той самий час як у більшості випадків дана клавіша використовується для виклику меню. Після скарг користувачів ця проблема була виправлена і «ESC» було замінено на «Logout», у той час як «ESC» наразі і справді відповідає за виклик меню, що значно полегшило користування інтерфейсом.

Якщо у класичній теорії перекладу відтворення людського мовлення розглядається під кутом зору численних аспектів і проблем, пов'язаних з непрямомою номінацією і відображенням у перекладі багатства й багатовимірності забарвлених одиниць першотвору, підтексту, прагматики, у спеціальній теорії перекладу, присвяченій мовленню машини, акцент має зміщуватися в бік однозначності, чіткості формулювань, що наближує її до теорії перекладу науково-технічних текстів.

Здебільшого, мета створення інтерфейсу користувача полягає у тому, щоби зробити інтерфейс, який самозрозумілий, ефективний та приємний у керуванні.

Серед основних вимог до користувацького інтерфейсу можна виділити наступні:

- відповідність завдань, що вирішуються користувачем;
- легкість використання;
- керованість;
- відповідність очікуванням користувача;
- недопущення помилок;
- адаптованість;
- легкість вивчення [31, с. 11-13]

Створення користувацького інтерфейсу потребує ряду знань з не тільки, як би здавалося, з очевидних дисциплін як графічний дизайн, інженерія програмних забезпечень та проведення аналітичних досліджень щодо користування певним інтерфейсом, але й також потребує знань у сфері когнітивної психології, адже охоплює поле комунікації між користувачем, тобто людиною та машиною, тобто самим інтерфейсом.

Основною задачею будь-якого інтерфейсу є допомогти користувачу легко та ефективно використовувати певні електронні системи. Адже, 88% онлайн

користувачів з меншою вірогідністю повернуться до сайту на якому мали поганий користувацький досвід [61].

Саме для того, щоб втілити у життя цю основну задачу, розробникам інтерфейсу необхідно мати широку базу знань, а також розуміти потреби, цілі та поведінкові схильності користувачів. Так, перед дизайнерами інтерфейсу стоїть чітке завдання зробити інтерфейс якомога більш інтуїтивним. Якщо мова йде про програвач музики, то типовими були б такі кнопки або ж позначення як «previous» - «play» - «next». Важливо знати свою цільову аудиторію, тому, у випадку якщо сайт розробляється для користувачів Youtube, то було б логічно зробити користувацьке меню вертикальним та розташувати його з лівого боку сторінки, а пошукову стрічку розмістити згори сторінки. Таким чином, побачивши вже знайомий інтерфейс користувач буде відчувати себе більш комфортно та зможе довше залишатися на сторінці [57].

Окрім зазначених вже вище інтердисциплінарних знань, які необхідні для створення користувацького інтерфейсу, необхідно також зазначити, що використання користувацького інтерфейсу не обмежується однією галуззю або ж сферою застосування. Користувацький інтерфейс можна побачити як у мобільних додатках, так і на веб-сторінках та програмних забезпечень для ПК. Для кожного окремого випадку користувацький інтерфейс потребує адаптації. Відповідно до статистичних даних, якщо інтерфейс користувача не є зручним для користування на мобільному пристрої, то 50% користувачів будуть використовувати його рідше, навіть за умови того, що їм подобається продукція [57]. Тому, для коректного відображення інтерфейсу веб-сторінки на будь-якому приладі дизайнери послуговуються адаптивністю. Адаптивний інтерфейс буде відображатися коректно, не залежно від того, з якого пристрою на нього заходить користувач.

Щоб зробити текст зручним для читання на різних екранах, дизайнери враховують такі параметри, як розмір шрифту, розмір міжрядкового інтервалу, відстань між буквами, кольорову палітру та контрастність між текстом та фоном [46].

Якщо мотивація користувачів є зрозумілою (отримати доступні пояснення та кроки щодо використання певного додатку або сайту), то мотивація розробників певного

продукту полягає у його популяризації у світі та залучення якомога більшої кількості користувачів. А саме доступність та зрозумілість інтерфейсу, грає одну з визначних ролей в успішності та популяризації певного продукту.

Перед перекладачем стоїть важливе завдання передати повноту інформації, яку хоче донести до користувачів замовник, при цьому послуговуючись обмеженою кількістю символів.

Як справедливо зазначає А. Чубань: «Крім безпосередньо перекладу тексту сайту, необхідно також перекласти всі елементи графіки й оформлення: кнопки, меню, флеш-заставки, а також елементи коду сайту, заголовки, позначки-теги, ключові слова, описи та ін. При перекладі веб-сайту важливо враховувати фактори, які впливають на його показники у пошукових системах. Переклад повинен здійснюватися з урахуванням вимог оптимізації для пошукових систем, щоб забезпечити ефективну присутність сайту в результатах пошуку. Під час перекладу сайту потрібно знати й враховувати особливості стилістики вихідних і одержуваних текстів, а також такі параметри, як доступність, простота й лаконічність викладу інформації». [34]

Окрім цього, перекладачу важливо розмовляти однією мовою з цільовою аудиторією. Адже необхідно якомога краще та доступніше передати інформацію з користувацького інтерфейсу та зробити це природно, тобто таким чином, щоб користувачі під час відвідування сайту відчували знайому їм атмосферу та не виникало відчуття чужинності. Саме для цього великі корпорації залучають професійних локалізаторів.

Крім міждисциплінарності самого користувацького інтерфейсу, варто сказати й про багатогранність локалізації. Локалізація поєднує в собі знання комп'ютерних та перекладацьких наук та формується на перетині маркетингових інформаційних та перекладацьких дисциплін. Окрім цього, локалізація тісно пов'язана з міжкультурними комунікаціями. [12, с.50]

Певні зміни у культурі та настроях суспільства, можуть значно вплинути на процес та кінцевий результат локалізації та перекладу користувацького інтерфейсу. Як приклад, можна навести гендерно-інклюзивну лексику, яка нещодавно набула поширення і спричинила зміни у перекладі та локалізації. Зокрема, низка платформ,

таких як LinkedIn, Adobe, Google та Apple оновили програмний інтерфейс для того, щоб включити гендерно-інклюзивну опцію they/them. Більш детально інші чинники будуть розглянуті у наступному пункті.

### **1.1. Онтологічні передумови комунікативних проблем у використанні програмного забезпечення.**

Як ми й зазначали коротко у попередньому пункті, існує ряд зовнішніх факторів та обставин, які можуть впливати на процес локалізації.

Для обґрунтування даного твердження ми вважаємо доречним використати приклад реалій українського суспільства.

Так, нам слід звернутися до закону України про забезпечення української мови як державної. У частині шостій статті 27 Закону йдеться про використання державної мови у сфері користувацьких інтерфейсів. «Інтернет-представництва, що реалізують товари і послуги в Україні та зареєстровані в Україні Версія інтернет-представництва державною мовою повинна мати не менше за обсягом та змістом інформації, ніж іншомовні версії, та завантажуватись за замовчуванням для користувачів в Україні» [65, с.81].

Отже, в Україні на рівні закону існує зобов'язання перекладати або ж локалізувати веб-сторінки. Окрім цього, повномасштабна війна значно посприяла популяризації української мови у суспільстві. Люди почали все більше використовувати українську мову у якості основної, тому, відповідно і зріс попит на локалізацію різноманітних ресурсів. Так, вперше за всю історію існування української версії користувацького інтерфейсу на платформі Steam, українська мова зайняла 16 місце з 28-ми робочих мов даної веб-сторінки. Станом на 12 грудня показник становив 0,43%. Отже, у пікові години доби платформою користуються одночасно 129 000 україномовних користувачів. Це найбільший показник який можна було побачити, а раніше він становив всього 0,06% [67].

Тому, як ми могли побачити, попит на український інтерфейс на міжнародних платформах продовжує зростати і користується наразі великим попитом. За даними Київського міжнародного інституту соціології 58% українців спілкуються у

повсякденному житті виключно або переважно українською мовою. За останні чотири роки цей показник зріс на 9%. Також, кількість тих, хто користується українською в інтернеті, зросла вдвічі. При цьому 80% опитаних вважають, що українська має бути основною в усіх сферах [4]. Зокрема, таку тенденцію можна побачити у відеоіграх. Якщо раніше ігор, локалізованих українською мовою майже не було, то зараз можна помітити, все більше і більше новин про ще одну гру, яку було локалізовано українською. Звичайно, не кожна локалізація виконана професійними агентствами. Часто локалізацію виконують волонтери, і не кожен з них є професійним перекладачем.

Також престиж української мови зріс і за межами нашої країни. Так, посиляючись на статистику популярного у світі застосунку з вивчення іноземних мов Duolingo, Після повномасштабного вторгнення російських військ в Україну понад 1,3 мільйона людей у всьому світі почали вивчати українську мову на знак солідарності. За даними сервісу, найбільше зростання інтересу до української мови зафіксували в Ірландії (2229%), Німеччині (1651%), Польщі (1615%), Нідерландах (1590%) та Чехії (1513%) [38].

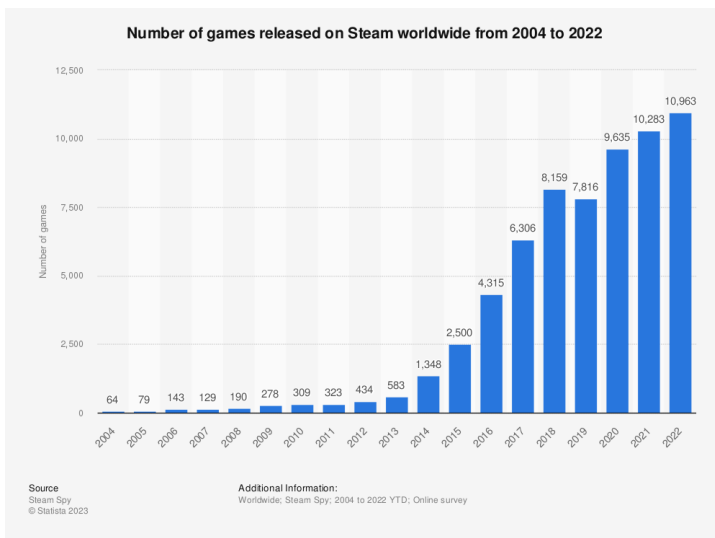
Іспанська мова ж має зовсім інше положення у світі, адже, згідно зі статистикою 2023 року приблизно для 486 мільйонів осіб іспанська є рідною мовою. Саме це робить іспанську другою у світі мовою за кількістю носіїв. Окрім цього, додатково 75 мільйонів осіб, використовують іспанську у якості другої мови. Також іспанська є однією з найбільш вживаних мов у мережі Інтернет та поступається тільки англійській та китайській мові [43].

Отже, можемо зрозуміти, що українська та іспанська мови мають дуже значну кількісну різницю у поширеності, іспанська, у цьому випадку є більш вживаною. Іспанська мова традиційно вважається плюроцентричною, у той час українська — моноцентричною. Однак, також ми можемо спостерігати, як певні екстралінгвістичні чинники можуть посприяти поширенню мови як у межах країни-носія мови, так і за кордоном. Такі явища напряму впливають на збільшення локалізації користувацьких інтерфейсів як на веб сайтах, так і у мобільних застосунках.

## 1.2. Вплив на формулювання та переклад текстів економічних чинників розвитку програмного забезпечення

Як ми вже зазначали раніше, наразі великі компанії прагнуть залучити якнайбільше аудиторії та покрити найбільшу кількість країн у світі.

Якщо казати про світ відеоігор, то у цьому випадку економічний чинник стає очевидним. Щороку кількість відеоігор опублікованих на вже зазначеній раніше платформі Steam тільки зростає. Більш детально ознайомитися зі статистикою ми можемо на наступному зображенні:



[Зображення: <https://www.statista.com/statistics/552623/number-games-released-steam>]

Зокрема, такий різкий зріст у розробці відеоігор пов'язаний з явищем коронавірусу та локдауну. Відповідно, для того щоб охоплювати все більшу кількість аудиторії та примножувати свої прибутки компанії звертаються до перекладу та локалізації.

Так, експерти зазначають, що після проведеного аналізу відгуків користувачів про ігри різних типів, вони дійшли висновку, що у 16% усіх відгуків згадується локалізація, у позитивному або ж негативному ключі. Публічна критика для розробника, у свою чергу, складає перепону, адже спільнота дуже прислухається до думок один одного [7].

Великі технологічні компанії теж виявляють інтерес до ігор: Amazon Games працює з 2012 року, Microsoft хоче купити Blizzard-Activision, Apple запустила свою службу підписки на відеоігри, ці та багато інших новин ми можемо бачити щодня.

Для того щоб локалізація вийшла успішною, все ж потрібно врахувати ряд культурних особливостей та факторів. Не можна відкидати важливість культури у цьому процесі. У іншому випадку компанії можуть зіткнутися з серйозними проблемами та навіть втратити частину своєї аудиторії.

Наприклад, одного разу, представництво компанії Xbox на Середньому Сході потрапило у неприємну ситуацію. В одній з ігор, яку опублікувала компанія, використали цитування одного з віршів священної книги Корану. Варто зазначити те, що більшість представників Середнього Сходу є саме мусульманами, отож вони вважають, що до Корану потрібно ставитися з найвищою формою поваги. Така помилка компанії викликала низку обурення населення, що змусило компанію Xbox відкликати гру з даного регіону та понести фінансові збитки [40, 235-266] Як висновок до цієї ситуації можна сказати, що культура є ключовим елементом під час локалізації, тож компаніям слід звертати на неї особливу увагу та залучати спеціалістів, які є знавцями не тільки мови, але й традицій та звичаїв того регіону, для якого виконується локалізація.

Окрім врахування культури загалом, також потрібно враховувати мовні особливості. Особливо актуальним це є для іспанської мови. Ми звикли до умовного розподілення іспанської на європейську іспанську або ж як її ще називають «традиційну» та іспанську країн Латинської Америки (LATAM). Однак, навіть в рамках Латинської Америки країни мають різні діалекти і тому треба дуже обережно ставитися до перекладу у цих випадках та чітко розуміти аудиторію для якої робиться переклад. Тому перед тим як робити переклад дуже важливо зрозуміти цільову аудиторію, проаналізувати, хто ж найбільше відвідує певний сайт або ж грає у гру. У випадку з іспанською мовою, перекладачі, загалом, можуть зіштовхнутися з двома типами проблем. Перша, і напевно найбільш критична — це неприйнятність перекладу в певних країнах Латинської Америки. Так, певні елементи можуть бути цілком прийнятними в одній країні та водночас образливими у іншій. Іншою проблемою може бути цілковита нейтральність перекладеного інтерфейсу, відсутність маркованих слів, можливо й жаргону або інших специфічних слів, що можуть передати атмосферу та сам зміст так само як і в оригіналі.

### **1.3. Користувацький інтерфейс крізь призму теорію комунікацій.**

У теорії комунікацій мовленнєвий акт займає ключове місце в узагальненій теорії комунікативного акту.

Для того щоб продовжити тему мовленнєвого акту, наведемо його визначення відповідно до Сучасного Лінгвістичного словника:

«Мовленнєвий Акт (лат. *actus* — вчинок, процес, здійснення) — одиниця мовленнєвої діяльності (мовленнєва дія); складник повідомлення, цілеспрямована мовленнєва дія, здійснювана відповідно до принципів, законів і правил мовленнєвої поведінки, усталених у суспільстві» [63, с.20].

Серед науковців, які активно досліджували мовленнєві акти можна виділити Джона Ленгшо Остіна, а також його учня та наступника Джона Серля. Коли Дж.-Л Остін почав досліджувати мовленнєві акти, то на самому початку він увів у вжиток термін «перформатив»[63].

Дж. Серль, учень Дж.-Л. Остіна, розрізнив мовленнєві акти на :

- Прямі (безпосередні) — інтенція мовця прочитується незалежно від ситуації [63].
- Непрямі (опосередковані) — текст може мати різні значення залежно від контексту [63].

Так як об'єктом нашого дослідження є користувацький інтерфейс, то можна припустити, що у більшості випадків ми будемо стикатися саме з прямим мовленнєвим актом, адже користувачу необхідні чіткі інструкції користування певною платформою сайтом. Однак, в залежності від інтенції поміж інтерфейсом також можуть бути приховані певні посилання для користувача, які будуть ненав'язливо спонукати переглянути той чи інший продукт, звернути на щось увагу, або ж щось придбати. Під час використання перформативних дієслів, перекладач вже пов'язує зміст висловлювання з конкретними умовами спілкування та соціальними ролями його учасників [26, с.137-139]. У такому випадку, перекладач повинен чітко розуміти, яким типом мовленнєвого акту послуговуються в оригінальному повідомленні і яка головна мета того чи іншого

повідомлення. Після визначення типу мовленнєвого акту та особливостей, які може приховувати повідомлення, перекладач зможе вже приступити до відтворення повідомлення мовою перекладу, і вже буде впевненим, що користувач правильно зчитає інтенцію автора.

Як нам вже відомо, головною метою будь-якої комунікації є досягнення взаєморозуміння. У нашому випадку досягнення такої мети може бути дещо більш ускладненим. Адже, комунікація не проходить по схемі людина-людина, у стандартному її розумінні. Комунікативна мета, у цьому випадку, досягається через посередника, яким може виступати інтерфейс як веб-сайту, так і мобільного додатку, або ж навіть комп'ютерної гри, яку ми щойно завантажили та намагаємося зрозуміти її головні аспекти та складові. Дана модель комунікації вже буде називатися, комунікація людино-машина, і звичайно, зі стрімким технологічним прогресом така комунікація набирає все більших обертів та поступово стає невід'ємною частиною нашого життя. На відміну від комунікації один на один з людиною, у користувача інтерфейсу не має змоги перепитати або уточнити певну інформацію, користувацький інтерфейс, у цьому сенсі, не має право на помилку, вся інформація повинна бути зрозумілою з першого разу. У цьому випадку робота перекладача також додатково ускладнюється, адже підвищується ризик неправильного трактування наданої інформації. Перекладач повинен відтворити зміст таким чином, щоб для реципієнта все було цілком зрозуміло, для того, щоб він міг виконати дію відповідно до закладеним у мовленнєвому акті очікуванням автора оригіналу. У випадку, якщо перекладач не може повноцінно зрозуміти зміст висловленого автором, або ж контекст та мовленнєвий акт будуть не чітко окресленими можуть виникнути нюанси у перекладі, які згодом призведуть до проблем у розумінні викладеної інформації. Однак, на відміну від комунікації один на один або комунікації з певною групою людей, інтерфейс розробляється для широкого кола користувачів. Тому врахувати абсолютно усі нюанси, а особливо що стосується позамовних чинників, мабуть буде неможливо. Навіть якщо компанія визначилася, що інтерфейс веб сайту буде направлений на іспаномовну аудиторію, кількість іспаномовних країн та

інтерпретація мови у кожній з них значно ускладнюють роботу перекладача. Тому, як зазначає Пасенчук Н.В. у своїй розвідці, для перекладача важливо не просто правильно визначити мовленнєвий акт, але й також зрозуміти комунікативну інтенцію автора та віднайти засоби за допомогою яких можна буде передати інтенцію. Як результат, дуже важливо наблизити переклад до оригіналу не тільки на лінгвістичному, але й на прагматичному рівнях. [26, с.137-139].

#### **1.4. Протиборство локалізації і глобалізації у створенні оригінальних і перекладних текстів інтерфейсу.**

Сучасний світ дуже стрімко розвивається, великі відкриття та створення нових технологій як наслідок, дали великий поштовх до розвитку суспільства. Якщо раніше, знання які могли отримати люди обмежувалися певною територією та певним колом людей, то у сучасному світі все змінилося. Завдяки співпраці між різними країнами, можливостям культурного обміну завдяки подорожам, робочим поїздкам та іншим невід'ємним елементам нашого теперішнього життя, нам відкрилися великі можливості.

Іншою ж стороною глобалізації є те, що рамки між країнами починають поступово стиратися та втрачається національна ідентичність. У своїй книзі «Нестримний світ» Ентоні Гіденс визначає термін глобалізація як посилення соціальних відносин у світі і впливають таким чином, що події на певних місцях відбуваються під впливом тих подій, що відбуваються за багато миль від них і навпаки [44]. Тобто все стає взаємопов'язаним. Такі зміни у світі напряду впливають й на переклад та збереження національної ідентичності.

Попри це, Олександр Чередниченко зазначає, що складна та нова інформація завжди буде сприйматися краще рідною мовою. Тому, не дивлячись на активні процеси глобалізації, необхідність у перекладах і в локалізації буде існувати і надалі. Переклад виконує комунікативну та когнітивну функцію. Адже, завдяки перекладам, люди навіть з найбільш віддалених куточків світу можуть ознайомитися та засвоїти будь-яку інформацію. Окрім цього, Олександр Чередниченко виділяє ще так звану «охоронну» функцію перекладу. Оскільки, саме завдяки перекладу, мови і культури

народів продовжують існувати у такому глобалізованому світі [33]. У цій ситуації, веб-сторінки, програмне забезпечення та їх інтерфейси не становлять винятку. Під час такого перекладу варто бути досить уважним, адже існує немало ситуацій, коли перекладачем було випущено певні терміни або ж позначення у користувацькому інтерфейсі. Такі випущення можуть вести до заплутування користувачів, їх невдоволення та навіть призупиненню використання сайту. У якості ілюстрації вищесказаного, можна навести приклад того, як у мережі розгорівся диспут серед користувачів шахової платформи Chess.Com [25], які обговорювали позначення «FEN» в україномовній версії користувацького інтерфейсу. «FEN» позначає нотацію Форсайта Едвардса, один з видів шахової нотації. На початку, на сайті позначення було залишено у вигляді англійської аббревіатури, однак, оскільки користувачі були цим спантеличені, переклад відкоригували та зробили його більш описовим «Нотація Форсайта Едвардса (FEN)». Якщо у першому випадку сама аббревіатура була незнайомою гравцям, то у другому випадку, назва стала занадто довгою. У зв'язку з цим, деякі інші гравці пропонували свої варіанти можливого відтворення. Найбільш вдалим, на нашу думку варіантом є варіант «НФЕ», тобто аббревіатура української версії терміну. Іншим прикладом може слугувати локалізована на українську мову відеогра The Long Dark. Так, у пункті меню користувацького інтерфейсу даної гри кнопка «Keybindings» була локалізована українською мовою як «Налаштування керування», хоча більш загальновідомий термін українською мовою був би «Налаштування». І не дивлячись на те, що у подальших випадках, перекладач і справді використовує другий термін, попереднє вживання терміну «Налаштування керування» було обґрунтоване обмеженою кількістю символів у конкретному випадку [17, с.131-132].

Не дивлячись на вищесказане, найчастіше ж компанії послуговуються нейтралізацією, а саме, першопочатково роблять інтерфейс англійською мовою, при цьому позбавляючи його будь-яких специфічних мовних рис, тобто роблять його повністю нейтральним. Така версія інтерфейсу у подальшому і буде слугувати базою для адаптації інтерфейсу до інших мов та культур [14, с.13-14]. .

А. Міщенко у своїй розвідці зазначає, що «локалізація — це адаптація продукту та його технічної документації до умов, мови, культури та традицій потенційного ринку збуту»[22, с.151-158].

С. Гьорферіх виділяє два рівня локалізації:

- Поверхова локалізація
- Глибинна локалізація

Поверховий рівень локалізації відповідає за еквівалентність перекладу, тобто функціональну відповідність тексту оригіналу та тексту перекладу. До поверхової локалізації також входить адаптація метричних систем, дат, часу, конвертації валют. Глибинна локалізація вже спрямована на адаптацію тексту до культурних особливостей приймаючої сторони, системи цінностей, поведінкових схильностей та менталітету реципієнтів[45]. Тобто, під час поверхової локалізації здійснюються зміни на мовному рівні та перетинається з перекладом, а поверхова локалізація відбувається на рівні адаптації тексту до культурних диференцій, що передбачає інший спосіб подання інформації в тексті.

Можемо зробити висновок, що не дивлячись на процеси глобалізації, все ж, необхідність локалізації інтерфейсів користувача зберігається. Існує низка варіантів виконання локалізації, яку можна виконати як на поверховому, так і на глибинному рівні. Великі компанії для полегшення локалізаційного процесу можуть першопочатково послуговуватися нейтралізацією, що дозволить додатково адаптувати інтерфейс до культури реципієнта у майбутньому.

## Висновки до розділу I

Незважаючи на стрімкі процеси глобалізації та поширення англійської мови, локалізація не припиняє користуватися попитом серед великих компаній. Традиційно, плюроцентричні мови користуються більшою популярністю для локалізації, аніж моноцентричні. Однак, деякі екстралінгвістичні фактори та особливості державного регулювання можуть значно вплинути на, як наслідок, популяризувати певну моноцентричну мову.

Перед перекладачем постає завдання передати усю повноту інформації, при цьому послуговуючись обмеженим простором користувацького інтерфейсу. Сама по собі комунікація людини з користувацьким інтерфейсом значно відрізняється від вже знайомої моделі комунікації людина-людина. Під час відтворення користувацького інтерфейсу іншою мовою, особливу увагу необхідно звертати на формулювання для того щоб уникнути двозначності. Адже, у користувача інтерфейсу не має змоги перепитати або уточнити певну інформацію. Тому при перекладі користувацького інтерфейсу великий акцент повинен ставитися на однозначність та чіткість формулювань, адже можливість висловлення часто є лімітованою.

У той самий час, в залежності від інтенції поміж інтерфейсом також можуть бути приховані певні посилання для користувача. Тому, перекладачу потрібно зважати яким типом мовленнєвого акту послуговуються в оригінальному повідомленні і яка його головна мета. Окрім цього, перекладачу потрібно також враховувати фактори, які впливають на показники у пошукових системах. Використовувати у необхідній кількості ключові слова та теги. До того ж, перекладачу важливо розмовляти однією мовою з цільовою аудиторією та орієнтуватися на неї під час виконання перекладу, адже необхідно якомога краще та доступніше передати інформацію подану у користувацькому інтерфейсі. Часто для відтворення веб-сайту іншою мовою з урахуванням її культурних особливостей компанії послуговуються послугами локалізаторів. Локалізація як явище тісно пов'язана з перекладацькими науками та формується на перетині маркетингових інформаційних та перекладацьких дисциплін. Локалізація може бути як поверховою, так і глибинною. Поверхова локалізація відповідає за функціональну відповідність

тексту оригіналу та тексту перекладу, у той час як глибинна — за адаптацію тексту до культурних особливостей приймаючої сторони, системи її цінностей та менталітету.

При неуспішній локалізації користувацького інтерфейсу, можна або ж образити користувача через неврахування культурних особливостей, або ж зробити інтерфейс повністю нейтральним, що позбавить його будь-яких специфічних рис. Обидва цих результатів не є бажаними, адже для компаній важливо справити приємне враження на своїх клієнтів і користувацький інтерфейс у цьому грає не останню роль.

Варто також зазначити, що не кожна локалізація виконана професійними агентствами. Частими є випадки, коли волонтери самостійно роблять локалізацію певного веб-сайту або ж застосунку. Така тенденція є неоднозначною, адже з одного боку, таким чином відбувається популяризація певної мови, компанії бачать, що попит на певну мову підвищується і відповідно, у майбутньому вони також можуть взяти її до уваги. З іншого боку, немає гарантій, що волонтери, які займаються локалізацією, є професіоналами. Зважаючи на це, слід розуміти, що якість такої локалізації може значно відрізнятись від локалізації виконаних агентствами або ж іншими професіоналами.

Отже, процес перекладу та локалізації є комплексним процесом під час якого треба зважати на низку як лінгвістичних, так й екстралінгвістичних чинників. Успішно локалізований користувацький інтерфейс повинен бути однозначним та чітким, у той самий час, не бути повністю нейтральним та враховувати культурні особливості користувачів.

## **Розділ II. Проблематика відтворення мовленнєвих актів користувацького інтерфейсу.**

### **2.1. Типи еквівалентності**

На сьогоднішній день, поняття «еквівалентність» займає центральне місце при співставленні будь-яких текстів оригіналу та перекладу, переклад користувацьких інтерфейсів не є винятком. У свій час, дослідженню еквівалентності присвятила себе низка українських та зарубіжних дослідників. Серед українських вчених можемо виділити В.І. Карабана, Н.М. Гордієнка, Р.П. Зорівчак, Т.Р. Кияка та інших. Серед іноземних авторів, дослідженню питання еквівалентності у перекладі присвятили себе Ю.А. Найда, В.М. Комісаров, М. Бейкер, С.Гелверсон та інші.

За весь час було проведено чимало досліджень на тему еквівалентності. Кожен вчений по-різному її тлумачить та типологізує. Так, у своїй роботі Ю.Найда виділяє два загальних типи еквівалентності:

- Перший тип еквівалентності — формальний. Тобто, перекладач намагається якомога точніше відтворити зміст та форму оригіналу. Часто ми це можемо називати також буквальною перекладом [23, с 12-28].
- Другий тип еквівалентності — динамічний. Головним фокусом уваги перекладача, який послуговується динамічною еквівалентністю буде не достеменне відтворення лінгвістичних одиниць, а аудиторія на яку спрямований переклад. Ключову роль у такому перекладі відіграє сприйняття аудиторією та її реакція на перекладений текст [23, с 12-28].

Якщо розглядати типи еквівалентності більш деталізовано, то можна навести типологію М. Бейкер, яку вона запропонувала у своїй монографії «*In Other Words: a Coursebook on Translation*»:

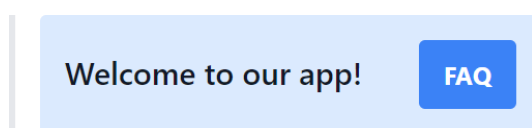
- Еквівалентність на рівні слів, тобто врахування числа, роду часу мовних одиниць.
- Граматична еквівалентність, тобто врахування граматичних категорій мови оригіналу та мови перекладу.

- Текстуальна еквівалентність, тобто спрямованість тексту перекладу на аудиторію, збереження жанрових особливостей тексту оригіналу та дотримання мети перекладу.
- Прагматична еквівалентність, а саме збереження намірів автору тексту оригіналу в іншій культурі [37, с. 119, 180, 217].

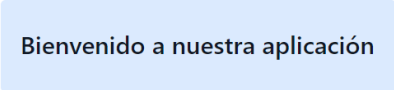
Збереження прагматики є особливо важливою й у перекладі користувацьких інтерфейсів. Адже, можна сказати, що інтерфейс виступає у ролі певного «посібника» для користувача. Завдяки користувацькому інтерфейсу, користувач має розуміння як структуровано той чи інший сайт, платформу, або ж мобільний застосунок. Тому для перекладача є дуже важливим зберегти прагматику тексту користувацького інтерфейсу та зробити його якомога більш зрозумілим для користувачів, які походять з іншої культури та мови.

Окрім зазначених вище типів еквівалентностей, у контексті користувацького інтерфейсу, ми вважаємо за потрібне також виділити функціональну та контекстуальну еквівалентність. Функціональна еквівалентність вже є більш пов'язаною саме з користувацьким інтерфейсом. При такому типі еквівалентності враховуються цілі та функції окремих елементів користувацького інтерфейсу мови оригіналу та відтворюються мовою перекладу зберігаючи при цьому їх властивості [37]. Так, перекладач має переконатися в тому, що перекладений текст не виходить за рамки виділеного текстового поля, а також не порушує загальний вигляд та структуру інтерфейсу. Як приклад, можна навести випадок, коли потрібно перекласти інтерфейс застосунку з англійської на іспанську.

Фраза англійською «Welcome to our app FAQ» на домашньому екрані користувача буде виглядати наступним чином:



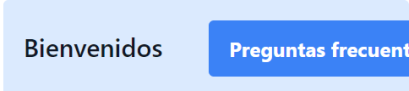
Іспанською ж мовою фраза «ласкаво просимо у наш застосунок» буде звучати як «Bienvenidos a nuestra aplicación» та відобразатися наступним чином:



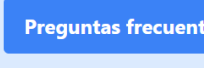
Bienvenido a nuestra aplicación

Можемо побачити, що кнопка, що призначена для переходу на сторінку з відповідями на питання просто зникла з поля зору.

Якщо скоротити текст до «Bienvenidos», то у застосунку це буде виглядати наступним чином:



Bienvenidos



Preguntas frecuentes

[Скріншоти: <https://tylerayoung.com/2022/05/02/translating-user-interfaces-is-hard/>]

При найбільш сприятливих обставинах, розробники можуть попередити такі проблеми та полегшити роботу перекладача, якщо інтерфейс буде запрограмований таким чином, що текстові поля будуть адаптуватися під певну довжину мовних елементів [48, с. 518-521]. Однак, у реальному житті та на практиці, можна побачити, що це далеко не завжди відбувається таким чином. Адже такі налаштування спричиняють додаткові витрати на програмування і часто замовники не хочуть або ж не мають змоги інвестувати фінанси у це попередньо не розуміючи, чи буде мати успіх сам продукт на ринку взагалі.

Отож, вже навіть на цьому прикладі ми можемо побачити як це важливо для перекладача розуміти особливості кожної мови та вміти адаптувати переклад під особливі характеристики конкретного користувацького інтерфейсу. Для дотримання контекстуальної еквівалентності при перекладі користувацького інтерфейсу, перекладачу необхідно зважати на контекст застосування/використання користувацького інтерфейсу. Також необхідно мати розуміння про ступінь обізнаності користувачів, їх очікування та культурні особливості, які потенційно можуть вплинути на значення перекладу.

Тому, якщо ми беремо до уваги інтерфейс веб-сторінки Steam, перекладачу потрібно розуміти, що його відвідувачі є досить просунутими користувачами мережі Інтернет, крім цього, можна припустити, що відвідувачі сторінки є геймерами,

знайомі з специфічною термінологією даної індустрії. Тому перекладачу особливо важливо бути ознайомленим з ігровим простором конкретних країн.

## **2.2. Мовні та позамовні чинники перекладацьких трансформацій**

Для того щоб досягти еквівалентності у перекладі, перекладач послуговується так званими перекладацькими трансформаціями. Як зазначає Селіванова О.О, «перекладацька трансформація є перетворенням, модифікацією форми, або змісту й форми в перекладному тексті з метою досягнення балансу різних видів інформації та прагматичного впливу на адресата порівняно з текстом оригіналу» [29, с. 201-208]

Самі по собі трансформації можуть мати як лінгвістичний, так і екстралінгвістичний характер. Як зазначає Лобода В.А., серед основних лінгвістичних причин виникнення трансформацій можна виділити наступні:

- Різниці у системах мови оригіналу та мови перекладу.
- Відмінності норм мови оригіналу та мови перекладу.
- Розбіжності у вживанні, які діють у середовищі мови оригіналу та мови перекладу. [19]

Оскільки мова сама по собі тісно пов'язана з життям та розвитком суспільства, в якому вона існує і розвивається, тому на застосування тих чи інших перекладацьких трансформацій впливають не тільки мовні, а ще й позамовні фактори (екстралінгвістичні). На переклад може впливати як культурна дійсність, так і політична та навіть психологічна ситуації, в якій зараз перебуває цільова аудиторія.

Такі особливості та виклики, що стоять перед перекладачем спричинили створення тактик перекладу. Так, Венуті Л. запропонував виділити форенізацію та доместикацію [60, с.468-488]. Ці дві основні тактики, у більшій мірі і надають вектор подальшим перекладацьким трансформаціям, а екстралінгвістичні фактори у цій класифікації у свою чергу також грають не останню роль.

Вчений зазначає, що під час доместикації відбувається часткове пристосування іноземного тексту до культури мови перекладу. При застосуванні тактики форенізації перекладач вже фокусується на збереженні культурних особливостей тексту оригіналу [60, с.468-488]. У випадку з перекладом користувачького

інтерфейсу, перекладач може зіштовхнутися з низкою перепон, які у результаті призведуть до застосування певних трансформацій. Так, наприклад, як ми же зазначали раніше, серйозну перепону на шляху адекватного перекладу становить обмеженість у просторі, тобто необхідність розташувати текст у певних віконцях, табличках тощо. Така обмеженість у просторі може становити серйозний виклик для перекладача, який у результаті може вдаватись до конкретизації або ж навпаки експлікації та інших трансформацій. Окрім цього, під час перекладу користувацького інтерфейсу перекладачу потрібно зважати на читабельність даного тексту, розмір та тип шрифту, адже може виникнути бажання пожертвувати розміром шрифту для додавання більшої кількості слів/інформації. Такі трансформації вже можна назвати небажаними, адже вони можуть серйозно вплинути на читабельність тексту користувацького інтерфейсу і як наслідок на залученість та розуміння користувача. Тому для спеціаліста важливо ознайомитися з низкою користувацьких інтерфейсів, які вже успішно функціонують у країнах для яких виконується переклад. Адже користувачі вже мають певні очікування щодо користувацького інтерфейсу та вже звикли до певної послідовності розташування самої інформації. У цьому випадку вже велику роль грає саме культурний аспект, так, у США та Латинській Америці, користувачі будуть очікувати контактну інформацію наприкінці головної сторінки веб сайту, у той час як в Україні це також дуже розповсюджено, дуже часто в українському інтерфейсі веб сайтів можна побачити контактні номери телефонів у правому верхньому куті екрану, в Японії ж досить популярним є створення окремої сторінки, яка називається «Сконтактуйте/Зв'яжіться з нами».

Щодо питання стратегії, яку краще обрати перекладачу, то на нашу думку все залежить від тематики самого користувацького інтерфейсу. Якщо взяти за приклад сторінку Steam, то у даному випадку не має нагальної потреби у її доместикації, адже аудиторія є досить обізнаною, оскільки відеоігри як такі з'явилися на початку за кордоном, а потім вже й розповсюдились на території України. Однак, слід зазначити, що все ж наразі на території України є відчутною заміна певних слів іншомовного походження на питомі українські, тому навіть в українській версії платформи Steam є певні зміни та особливості, які ми обговоримо у наступному розділі нашої роботи.

Загалом, можемо підсумувати, що для перекладача є нагальним зважати як на мовні, так і позамовні чинники при перекладі, адже саме вони можуть допомогти визначити правильно всі особливості та обрати тактику, якої притримуватися під час перекладу. Уже визначившись з усіма чинниками, перекладач може обирати трансформації, які якнайкраще підійдуть до того, чи іншого випадку та у результаті досягненні адекватного перекладу.

### **2.3 Динамічність технологічної галузі як перекладацький виклик**

Як вже було зазначено раніше, технологічна галузь не припиняє розвиватися. Проводять велику кількість відкриттів, проектують нові гаджети, досліджуються нові технології. Компанія Zipria провела дослідження з приводу розвитку технологічної галузі та посилаючись на такі джерела інформації як Statista, Forbes, New York Times та багато інших, зазначає, що технологічна галузь, складає 35% усього світового ринку, а 90% усіх технологічних даних з'явилися між 2019 роком та сьогоднішнім [43]. Такі дані дають нам право вважати, що за ці кілька років технологічна галузь зробила великі кроки вперед. Якщо казати з точки зору перекладознавства та перекладачів, то можна зрозуміти, що такий стрімкий розвиток індустрії став справжнім викликом для перекладацької спільноти. Адже стрімкий розвиток даної сфери породжує велику кількість нової термінології, не усталених виразів, неологізмів, що можуть становити складнощі у перекладі. Окрім цього, викликом також може стати відсутність або ж нестабільність надійних джерел інформації, які б постійно оновлювалися та надавали перекладачам найновішу інформацію, адже галузь постійно перебуває у розвитку, а це, у свою чергу становить складність до стандартизації та оновленню термінів (особливо для специфічних мовних пар) та інформації загалом.

Отож, зважаючи на наведені вище обставини, стає зрозуміло, що у той час як перед перекладачем постає гостра необхідність в ознайомленні з конкретною технологічною галуззю, для того щоб бути в курсі усіх основних технологій та тенденцій на ринку, виконати це не досить просто зважаючи на стрімкість розвитку індустрії та обмежену кількість стандартизації, що викликає складнощі під час перекладу, адже щоб виконати роботу якісно, перекладачу необхідно розуміти які

терміни наразі вживаються у тій чи іншій галузі інформаційних технологій та як ними апелювати. Якщо казати про сферу розробки відеоігор, то ситуація не буде кардинально відрізнитися, таким чином, тільки за останні роки в ігровій індустрії набрали свою популярність такі напрями як хмарні технології, віртуальна реальність (VR), метавсесвіт, невзаємозамінні токени (NFT) та блокчейн, е-спорт і даний список є далеко не вичерпним [7].

І хоча, на відміну від інших галузей ІТ сфери, помилки під час перекладу користувацького інтерфейсу у галузі відеоігор не призведуть до небезпечних ситуацій, але точно зіпсують враження користувачам. Адже користувацький інтерфейс є лише невеликою частинкою усього продукту, а спільнота та її думка щодо того чи іншого продукту чи то веб-сторінки, гри, або ж застосунку, є дуже важливою для будь-якої компанії, що оперує у цій сфері.

## **2.4 Проблема відтворення імпліцитного змісту інтерфейсу**

Не дивлячись на те, що імпліцитний зміст повідомлень є досить розповсюдженим як у повсякденній комунікації, так і у художній літературі, варто зазначити, що у межах користувацького інтерфейсу він набуває інших функцій та відрізняється прагматично від наведених раніше сфер використання.

Для користувацького інтерфейсу важливим є, насамперед, донести до користувача необхідну інформацію, простимулювати до дії, і у той самий час виконати цю задачу з мінімально можливими витратами знаків, адже специфікою користувацького інтерфейсу, як ми вже зазначали раніше є певна обмеженість у кількості символів. У зв'язку з вищесказаним, також слід зазначити, що імпліцитний зміст може виражатися як за допомогою вербальних, так і за допомогою невербальних комунікативних актів.

Серед невербальних комунікативних актів слід згадати про один з найбільш поширених, а саме емодзі. Американськими вченими було проведено дослідження про використання емодзі у країнах Заходу (США, Канада, Велика Британія) та Сходу (Японія та Китай) та виявлено, що в категоріях злості, родини, позитивних емоцій, смерті було виявлено багато співпадінь як у межах конкретних країн, так і в межах Західного та Східного контексту загалом. Найбільш універсальними виявилися

емодзі, які використовують для опису відчуття злості та щастя. Категорія емодзі, яка позначає їжу також має високий рівень міжкультурного співпадіння. Хоча, для позначення прийому їжі, представники країн Сходу скоріше оберуть мисочку з рисом, у той час як на Заході — тарілочку з пастою.

Однак, що стосувалося вираження здивування, огиди, суму та страху, то дані категорія мали менше співпадінь. Дослідники підкреслюють, що навіть ті емодзі, які на перший погляд вважаються нормативними не обов'язково будуть мати високий рівень міжкультурного співпадіння. Також, слід зазначити, що емодзі можуть передавати не тільки емоційний стан людини, але й цінності, вірування та культурні особливості, які часто відрізняються від країни до країни [47].

Імпліцитний зміст у інтерфейсі користувача може відобразитися у наступних вербальних компонентах:

- **Заголовки**

Як ми знаємо, специфічність користувацьких панелей у інтерфейсах, унеможливорює розлого повідомляти інформацію, а тому заголовки, зазвичай є досить короткими. Під час подання певних заголовків на панелі користувацького інтерфейсу великий розрахунок робиться саме на попередні знання користувача та ознайомленість цільової аудиторії з контекстом в якому існує та, чи інша сторінка.

Як приклад можемо навести інтерфейс крамниці PlayStation (див. малюнок:)



Отже, можна побачити таку інформацію на панелі: ігри, устаткування, послуги, новини, крамниця та підтримка.

Для ілюстрації вищезазначеної інформації візьмемо за приклад «ігри» на панелі користувача. Перед самим іменником «ігри» немає жодного прикметника, який би пояснював, які саме ігри маються на увазі. А, отже, стає

зрозуміло, що як розробниками та дизайнерами, так і перекладачі розраховують на те, що:

1. Людина, яка заходить в електронну крамницю PlayStation грає у відеоігри.
2. Людина скоріш за все має консоль від PlayStation.
3. Якщо людина відноситься або ж до першої, або ж до другої категорії, то можна зробити висновок, що зайшовши на сайт електронної крамниці PlayStation людина зрозуміє, що на сайті йдеться не про комп'ютерні, не про мобільні ігри, а саме ігри для приставок PlayStation.

За таких обставин, використання позначення «ігри», а не «ігри для консолей/приставок PlayStation», надають змогу перекладачеві зекономити значну та цінну частину місця, яке відведене для інших позицій на сторінці. Іншим прикладом може стати ситуація, коли користувач реєструється на певному сайті або у застосунку та на екрані з'являється напис «підтвердіть свою електронну адресу», часто такий напис не містить жодних подальших інструкцій, а користувач, спираючись на свої знання та досвід підтверджує вже свої дані самостійно за допомогою листа у вхідних повідомленнях поштової скриньки.

- **Повідомлення про помилку** (користувач виконує певну дію некоректно, або певна функція не є доступною)

#### **Іспанською:**

- «Algo no funcionó. ¿Qué hiciste? Es broma, no lo digas. Realmente no quiero saberlo» — Hubspot
- «Oops! Parece que este enlace está roto» — The New Yorker
- «Error: algo salió mal en nuestra parte del mundo. Por favor, inténtelo de nuevo más tarde» — Zendesk

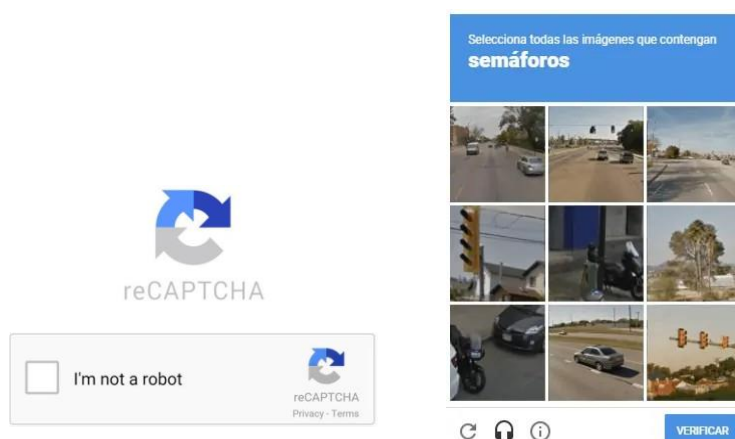
#### **Українською:**

- «404 - сторінка не знайдена. Ми вибачаємось за технічні труднощі. Поки що, можете переглянути новини на головній сторінці!» — Ukr.net
- «Упс! Ми не знайшли ту, яку ви шукали. Можливо, вона потрапила до іншої мережі. Але ми не здамося, ми шукатимемо її далі!». — Vodafone.ua

Існування таких креативних повідомлень також може становити складність для перекладача, адже відтворення таких фраз потребує знання про культуру аудиторії, окрім цього необхідно відтворити зміст самого повідомлення таким чином, щоб передати саму інтенцію автора, а саме, зробити так, щоб людина не так сильно засмутилася після виникнення даної помилки та мала бажання після цього повернутися на цей сайт. Не дивлячись на те, що використання імплікації може слугувати гарним рішенням для заощадження місця, існують і певні складнощі. Так, перекладачу необхідно мати добру компетенцію у сфері, в рамках якої було створено перекладацький інтерфейс. Так, якщо мова йдеться про відеоігри, то бажано, щоб перекладач або ж сам був геймером, або ж просто цікавився даною темою та мав вже певну базу знань та міг би передбачити реакцію користувача на конкретне повідомлення: чи буде воно зрозумілим, чи втілиться успішним чином прагматичний намір самого замовника перекладу, чи не виникне двозначність, або ж і взагалі хибне трактування повідомлення.

Окрему роль у користувацькому інтерфейсі грають також невербальні комунікативні акти. Серед невербальних комунікативних актів в інтерфейсі можна виділити наступні:

- **Використання прапорців (чекбоксів):** наприклад, у таких ситуаціях, коли користувачу необхідно підтвердити що він/вона є людиною, оберати усі велосипеди на малюнку, змінити зображення (див.мал.)

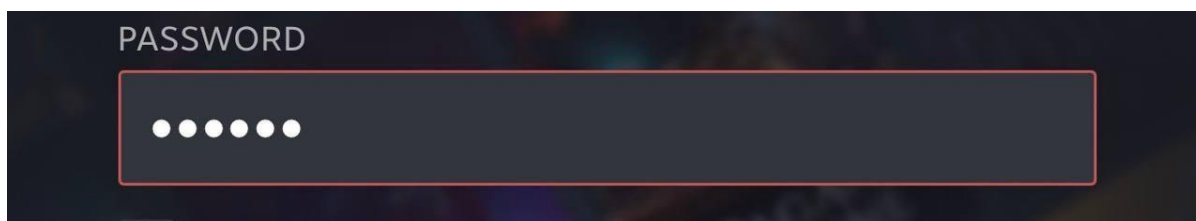


[Зображення: <https://www.google.com/search/images/captcha>]

Подібні перевірки на сайтах також розраховані на попередні знання користувачів, адже такі ситуації є досить розповсюдженими. У компанії CloudFare провели дослідження та виявили, що звичайний користувач мережі Інтернет зіштовхується з подібними перевітками раз на 10 днів [55]. А тому, спираючись на цю інформацію, можна зрозуміти, що скоріше за все додаткова експлікація при перекладі буде не потрібною.

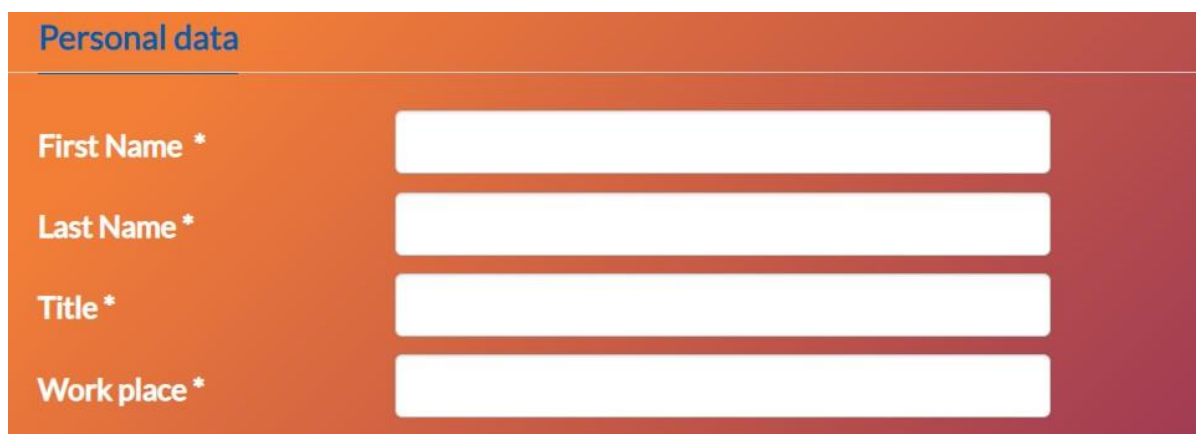
- **Підказки**

Як приклад, можна навести ситуацію, коли ми намагаємося зайти на нашу сторінку, проте вводимо неправильний пароль, а сайт, після обробки наших даних підсвічує неправильно заповнене поле червоним (див.мал). Користувач, базуючись на своєму попередньому досвіді та фонових знаннях, робить висновок про те, що пароль було введено невірно.



[Скріншот: <https://store.steampowered.com/>]

Іншим прикладом також може слугувати ситуація, коли нам потрібно зареєструватися на сайті (див.мал). Обов'язкові поля завжди позначаються \*, це дає нам зрозуміти, що ці поля є обов'язковими для заповнення.

A screenshot of a registration form titled "Personal data" in blue text. The form has a dark red background. It contains four input fields, each with a label and an asterisk indicating it is required: "First Name \*", "Last Name \*", "Title \*", and "Work place \*". The input fields are white with rounded corners and are arranged vertically.

[Скріншот: <https://digitaldragons.pl/digital-dragons-registration/>]

- **Графічні засоби виділення інформації**

Поширеним є також виділення інформації на сторінці. Подібні виділення можуть відбуватися як за допомогою застосування жирного шрифту, так і за допомогою застосування іншого кольору для певної групи слів, або ж підкреслювання.

Продемонструємо зазначене деякими прикладами зі сторінок як українських, так і закордонних ресурсів.

**banda** 

про нас роботи люди контакти banda.brands вакансії en

# Ніхто не дивиться рекламу



Люди дивляться те, що їм цікаво.  
І лише іноді — це реклама.

[Скріншот: <https://banda.agency/>]

Так виглядає сторінка з портфоліо відомої агенції Vanada, яка існує як в Києві, так і в Лос-Анджелесі. Найперше, що ми можемо тут побачити це яскраво виділений слоган агенції. Окрім самого провокативного змісту висловлювання, який досить важко співвіднести зі сферою реклами, можна побачити, що ефект посилюється, оскільки даний слоган виділений жирним чорним кольором на білому фоні та набраний великим шрифтом.

**Top Seller**



NEU  
POKÉMON  
SAMMELKARTENSPIEL:...  
Merchandise

На цьому зображенні можна побачити як німецький дистриб'ютор GameStop, використовує жирний шрифт, а також кольори власного бренду для того, щоб виділити найбільш популярні товари.

[Скріншот: <https://www.gamestop.de/>]

На наступному зображенні, проілюстровано як найбільш популярний в Україні сайт спільноти працівників ІТ галузі привертає увагу своїх читачів до найбільш популярних тем використовуючи інший колір, виділення жирним, а також підкреслення.

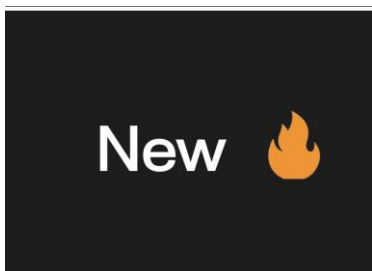


[Скріншот: <https://dou.ua/>]

- **Іконки та символи**

Різного роду іконки та символи також часто є невід'ємними компонентами користувацького інтерфейсу, адже маленький символ може передати у деяких випадках суттєву кількість інформації, при цьому надаючи змогу зекономити простір. Такі знаки можуть варіюватися, однак часто іконка у формі серця означає «додати до бажаного», іконка «палець догори» — вподобати, іконка з плюсом може відповідати за додавання до певного списку.

Наприклад, відомий світовий бренд спортивного одягу, для того щоб позначити на своїй сторінці нові надходження, що вартують уваги, використали позначку вогника:



[Скріншот: <https://www.underarmour.de/>]

Може здатися, що невербальні засоби передачі інформації у користувацького інтерфейсу не мають жодного значення у контексті перекладу, але це не зовсім так.

Невербальні позначення дозволяють перекладачу краще орієнтуватися у змісті інтерфейсу, розуміти, які деталі хотіли підкреслити автори, на що потрібно звернути увагу цільової аудиторії, тобто користувачів. Зрозумівши це, робота перекладача може значно полегшитися та стати більш точною. Окрім цього, такі невербальні позначення відіграють важливу роль саме у локалізації. Адже при локалізації, треба зважати на усю символіку, яка використовується в інтерфейсі, на кольорову гаму та інші специфічні елементи. Причиною цьому слугує той факт, що у різних країнах є свої культурні та історичні контексти, не врахувавши які, можна образити користувачів.

Отож, незважаючи на те, що невербальні компоненти відіграють важливу роль у відображенні імпліцитного змісту повідомлення та часто дають змогу заощадити місце в інтерфейсі, а також потенційно можуть покращити роботу перекладача. У той самий час, професіоналам з локалізації необхідно ретельно передивлятися усю символіку та кольорові гами та адаптувати їх у разі потреби до цільової культури, для того щоб не спричинити культурних непорозумінь або навіть образ з боку аудиторії.

## **2.5 Проблема стандартизації ігрової термінології**

Як зазначає іспанська науковиця Тереза Кабре, «Організована стандартизація термінів є шляхом різноманіття назв для досягнення комунікативного консенсусу серед спеціалістів» [29, с.94], у даному випадку не тільки для таких спеціалістів як розробників інтерфейсу та перекладачів, але й для користувачів інтерфейсу.

Індустрія інформаційних технологій, включно з індустрією розробки відеоігор, у порівнянні з іншими, є досить новою та наразі знаходиться на стадії активного розвитку. У зв'язку з цим, виникає значна проблема у стандартизації як термінології, яку використовують в галузі інформаційних технологій, так і тієї термінології, яка більш специфічно відноситься до галузі розробки відеоігор.

У контексті стандартизації варто згадати Міжнародну організацію зі стандартизації ISO (International Standardization Organization). Дана організація, є найбільш глобальну та включає у себе 165 країн-учасниць. Завданням цієї установи і є координація діяльності країн у галузі міжнародної стандартизації. Як зазначають

автори посібника «Стандартизація ISO», «Міжнародна стандартизація одночасно реалізується і як наслідок, і як інструмент управління науково-технічним та економічним розвитком у світі»[19, с.142].

Отже, з огляду на це твердження можемо сказати, що період бурхливого розвитку тієї чи іншої індустрії якнайкраще сприяє та стає поштовхом до стандартизації термінології індустрії. Окрім цього, Національна комісія зі стандартів державної мови зазначає, що «Стандартування відеоігрової термінології може бути додатковим поштовхом до збільшення кількості українських локалізацій відеоігор, а відповідно сприятиме формуванню і зростанню цього сегменту ринку мовних послуг» [24] .

Наразі можна побачити поодинокі спроби волонтерських організацій локально розробити стандартизовану термінологію. Важко сказати, чи вийде це колись за рамки національної стандартизації, проте, на нашу думку, це є досить можливим. Не виключаємо й створення комітету у рамках ISO, який би опікувався стандартизацією термінології індустрії відеоігор. Якщо казати саме про користувацький інтерфейс, то слід зазначити, що не дивлячись на те що самі веб-сторінки стосуються індустрії відеоігор та містять багато специфічної для даної індустрії термінології (що стосується ігрових жанрів, платформ, власних назв і тд.), користувацький інтерфейс таких сторінок також й містить загальну термінологію з галузі інформаційних технологій. Так, наприклад, у випадках коли користувачу потрібно зайти у свій профіль, або ж налаштувати його, термінологія буде неспецифічна до галузі відеоігор, а більш загальна. Не дивлячись на те, що така термінологія є досить поширеною та використовується майже на кожній веб-сторінці або ж додатку, не можна сказати, що вона є стандартизованою, унормованою. Як приклад можна навести англійське слово «settings», яке українською мовою, за того самого значення передають як «настройки», «налаштування», «настроювання», «параметри», «установки».

Отже, один англійський термін потенційно може передаватися за допомогою п'яти українських термінів. Таке розмаїття термінів у використанні також частково пов'язане з тим, що кожна велика компанія надає локалізаторам та перекладачам свій глосарій або ж термінологічну базу даних, яка є затвердженою саме їхніми спеціалістами. Перекладацька компанія Technolex провела дослідження [70],

опитавши перекладачів, які працюють у найбільших технологічних компаніях, таких як Apple, Google, Microsoft, Sony, Meta та інших. Метою цього дослідження було встановити чи зберігається певна однотайність при перекладі термінів «settings», «parameters», «options», «preferences» та «properties» для різних компаній.

Для більшої наочності можемо побачити відповіді у таблиці наведеній нижче:

	<b>Settings</b>	<b>Parameters</b>	<b>Options</b>	<b>Preferences</b>	<b>Properties</b>
<i>Apple</i>	Параметри	Параметри	Опції Параметри	Налаштування Параметри	Властивості
<i>Canon</i>	Параметри	Параметри	Опції	Настройки	Властивості
<i>Facebook</i>	Налаштування	—	Налаштування (у словосполученнях)	Налаштування (у словосполученнях)	—
<i>Nokia</i>	Установки	Параметри	Опції	Уподобання	Властивості
<i>HP</i>	—	Параметри	Параметри	Параметри	—
<i>Microsoft</i>	Настройки Параметри	Параметри	Параметри	Параметри	Властивості
<i>Nikon</i>	Параметри	—	Параметри	Настройки	—
<i>Nokia</i>	Установки	Параметри	Опції	Уподобання	Властивості
<i>Samsung</i>	Установки Настройки Налаштування	Параметри	Опції Параметри	Параметри Уподобання	Властивості
<i>Sony</i>	Параметри Настройки	Параметри	Опції Параметри	Параметри	Властивості
<i>WhatsApp</i>	Настройки Параметри	—	Налаштування (у словосполученнях)	Налаштування (у словосполученнях)	—

[таблиця запропонована компанією TechnoLex, 70]

Тобто, виходячи з результатів порівняльної таблиці, можна побачити, що однотайність термінів спостерігається тільки щодо «parameters» та «properties». Після проведеного дослідження, автори статті приходять до висновку, що український термін «налаштування» якнайкраще відображає суть англійського терміну «setting». Такої самої думки притримується і М. Пономарів, який вказує, що

у комп'ютерному вжитку краще послуговуватися терміном «налаштування», «налаштовувати»[69].

У той самий час, на українському майданчику для перекладу запозичених слів, як альтернативу для даного терміну пропонують [66]:

- ладити
- опоряджати
- налагоджувати

Варто зазначити, що у цих прикладах відбувається зміна частини мови з іменника на дієслово. Такі граматичні зміни потенційно можуть викликати складнощі у застосуванні даних термінів, окрім цього, знадобиться певний час та велика кількість просвітницької роботи для того, щоб користувачі могли сприймати дані терміни та їх тлумачення і, відповідно, використовувати у коректних мовленнєвих ситуаціях. Як окрему проблему у даному аспекті також варто виділити те, що однією з вимог для роботи перекладача під час локалізації інтерфейсу для великих компаній є дотримання її термінології, оскільки дана компанія виступає замовником.

Все ж, якщо у сфері Інформаційних Технологій вже є певні усталені словники, так, наприклад, в українській мові ми можемо посилатися на Тлумачний словник з Інформатики Г.Г Півняка[68], який є рекомендованим Міністерством освіти і науки, молоді і спорту України або ж на словник розроблений однією з найбільших технологічних компаній Microsoft, у якому доступні як іспанська, так і українська мови.

Індустрія розробки відеоігор є ще новішою, зважаючи на це, ні в іспанській, ні в українській мові немає уніфікованого словнику або ж корпусу з термінами, які можна було б використовувати до того, чи іншого поняття. Як доказ вищесказаного можна навести той факт, що сам термін «videojugador» було внесено до словника Королівської академії іспанської мови (DRAE) лише у 2022 році під час масштабного оновлення словника до версії 23.6 [71] . Слід зазначити, що стандартизація цього, як і інших термінів була необхідною, адже до того моменту крім «videojugador» використовували також англіцизм «game» та просто загальне «jugador».

Варто зауважити, що в Іспанії існує офіційна організація, яка займається регулюванням, а також розвитком ринку відеоігор, а саме Asociación Española de Videojuegos (AEVI), яка також є членом Interactive Software Federation of Europe. Однак, наразі невідомо, чи планують вони створити певний глосарій з ігровими термінами. В Україні ж немає офіційних установ, які б напяму регулювали та впливали на даний сектор, тому всі ініціативи виходять від фізичних осіб або ж приватних підприємств. Звичайно, спільнота гравців є досить активною та бере участь у розробці аматорських словників, метою яких, зазвичай, є допомога у адаптації людей, які тільки почали цікавитися іграми та ще не знайомі з ігровою термінологією. Однак тлумачення та переклад термінології у таких словниках не є однорідним.

В Україні, до повномасштабної війни, низка відомих компаній з розробки відеоігор, а також найбільші українські локалізаційні студії, такі як: UnlocTeam, SBT Lokalization та Екзордіум розробляли словник термінів ігрової індустрії, з метою уніфікації їх на українському ринку, допомозі спеціалістам з локалізації, перекладачам та журналістам, а також з просвітницькою метою навчання аудиторії користувачів. Слід зазначити, що даний словник є найбільш офіційним опублікованим джерелом інформації на території України. Окрім цього, зазначений словник розроблявся за підтримки Національної комісії зі стандартів державної мови. Не дивлячись на те, що з початком повномасштабної війни активна розробка даного словника призупинилася, його виклали у відкритий доступ в мережі Інтернет для обговорення у спільноті і наразі розробники збирають відгуки користувачів, а у окремій формі можна внести свої пропозиції, які сприймають як можливі варіанти перекладу та у подальшому будуть розглядати разом із комісією. У своєму дописі Національна комісія зі стандартів державної мови приводить цікавий факт, що книга Панаса Мирного «Хіба ревуть воли як ясла повні?» містить приблизно 150 000 слів, у той час одна з популярних ігор Dota 2 містить понад 1 5000 000 слів. Таку різницю можна пояснити тим, що гра сама по собі є дуже масштабною та містить у собі діалоги героїв, описи предметів, інструкції, меню користувацького інтерфейсу та багато інших елементів. Окрім того, вони зазначають, що стандартизація даної

термінології збільшить кількість українських локалізацій та сприятиме розвитку мовних послуг у даній сфері [24].

Стандартизація необхідна і з іншої причини. У той час як в іспаномовному середовищі, для позначення певних термінів чи явищ часто використовують слова іншомовного походження, у нашому суспільстві наразі відчутна тенденція до українського словотвору. Не дивлячись на той факт, що багато термінів іншомовного походження, які наразі використовують у користувацькому інтерфейсі та загалом у відеоіграх, вже вкоренилися у свідомості користувачів, окремі локалізаційні спілки роблять спроби українізувати їх, одомашнити. Варто сказати, що не завжди це є виправдано або ж ефективно, чи навіть коректно з перекладацької точки зору.

Так, нещодавно, локалізаційна спілка «Шлякбитраф», при перекладі користувацького інтерфейсу відеогри Sherlock Holmes: The Awakened замість знайомого українцям терміну «геймплей» або ж «ігролад» використали «дієвидло».



обурення за яким послідували низка коментарів та статей на цю тему, як від самої аудиторії, так і від спеціалістів у галузі локалізації відеоігор.

На наведеному зображенні можемо переглянути відповідь локалізаційної спілки та як вони обґрунтовують новотвір.

На нашу думку, обґрунтовувати таку вагому лексичну перекладацьку трансформацію тим, що «варто пробувати щось нове» є досить непрофесійним підходом і у перспективі може зашкодити репутації українських локалізаційних

спілок в очах іноземних замовників. Як окрему проблему у даному аспекті також варто виділити те, що однією з вимог для роботи перекладача під час локалізації інтерфейсу для великих компаній є дотримання її термінології, оскільки дана компанія виступає замовником.

У підсумку, варто сказати, що індустрія відеоігор є перспективною та подає багато надій своїм стрімким розвитком. Хоча наразі і не має стандартизованого

джерела термінології, яким би могли користуватися спеціалісти з різних мов, ми маємо великі надії, що локальні волонтерські рухи, а також розвиток даної галузі приверне увагу спілок, які опікуються стандартизацією термінології спочатку на локальному, а потім і на міжнародному ринку. Стандартизація термінології індустрії відеоігор стане відчутним поштовхом до ще більшого розвитку галузі, її закріплення та офіційне визнання на міжнародному ринку. Можливо, Software Federation of Europe, організація, яку ми вже згадували раніше, і стане тією установою, яка зможе стандартизувати термінологію даної індустрії.

## **2.6 Співвідносні тексти як джерело дослідницької вибірки**

Слід зазначити, що використання співвідносних текстів у якості емпіричного матеріалу для проведення досліджень має низку причин. Зокрема, на нашу думку, доцільно використовувати співвідносні тексти у тих випадках, коли існує досить обмежена кількість перекладів текстів окремих стилів та жанрів, а особливо у випадках, коли обидві мови не є домінуючими у світі, як, наприклад, англійська мова. Варто звернути увагу на те, що у деяких випадках окрім спільної теми, співвідносні тексти можуть містити й дуже близький або навіть ідентичний зміст, однак, такі спільні риси не роблять дані тексти перекладами одне одного. Адже тексти на кожній з мов створювалися незалежно. Тексти даного типу привертають увагу практикуючих професіоналів у галузі перекладу, які знаходяться у пошуку рішень та розв'язання труднощів у перекладі. Надзвичайно цінним такі тексти є і для дослідників у галузі перекладознавства, зокрема сфери жанрових теорій перекладу. Отож, Калустова О.М. у своїй статті вказує на те, що співвідносні тексти, які написані мовою оригіналу допомагають перекладачу покращити розуміння стилістики оригіналу та його положення у культурі вихідної мови. У свою чергу співвідносні тексти, що написані мовою перекладу містять у собі можливі перекладацькі стратегії подолання труднощів перекладу, а також стилістичні адаптації у цільовій мові [13, с.130-136].

Окрім цього, такі тексти несуть цінність також і для дослідників у галузі перекладознавства і зокрема жанрових теорій перекладу. Так, Верба Г.Г. зазначає, що

опрацювання співвідносних текстів позитивно впливає на дослідження у галузі спеціалізованого перекладу, а також на об'єктивність результатів їх проведення.

Однак, такі текстові перекладацькі ресурси як співвідносні та фонові тексти, українськими дослідниками розглядаються переважно з огляду на їхню цінність для наукових перекладознавчих розвідок. Г.Г. Верба зазначає, що опрацювання цих текстів робить теоретичні дослідження в царині спеціалізованого перекладу більш ґрунтовними, а результати – об'єктивними [8, с. 101]. Існування та розвиток комп'ютерних технологій створює надзвичайно сприятливі умови для використання в наукових дослідженнях емпіричних корпусів з якісно та кількісно новими параметрами.

Отже, можемо підсумувати, що хоча співвідносні тексти не є перекладами та на перший погляд може скластися враження, що подібні тексти не мають значного впливу на сферу перекладу, це не є так. Співвідносні тексти виступають цінним джерелом інформації для практикуючих перекладачів. Так, перекладачі можуть звертатися до співвідносних текстів у випадках, коли робочі мови перекладача не є світовими гегемонами. Слід враховувати, що для певних жанрів, стилів та текстів існує не так багато прямих перекладів, такі чинники змушують перекладачів шукати альтернативні джерела інформації, які б надали дані про типові характеристики, які притаманні тому, чи іншому тексту. Тож співвідносні тексти є цінними й для перекладознавців, зокрема тих, хто досліджує жанрові теорії перекладу. Тому, доречним є досліджувати не тільки власне перекладні тексти, але й співвідносні, адже вони також містять цінну інформацію для професійних перекладачів і можуть позитивно вплинути на загальний результат перекладу.

## *Висновки до Розділу II*

У перекладі користувацького інтерфейсу важливо зберегти цілі та функції окремих елементів користувацького інтерфейсу (функціональна еквівалентність), а також мати розуміння особливостей кожної мови та вміти адаптувати переклад під специфічні характеристики конкретного користувацького інтерфейсу.

Під час роботи над інтерфейсом, перекладачу треба орієнтуватися на цільову аудиторію, мати розуміння про ступінь обізнаності користувачів, їх очікування та культурні особливості, а також бути ознайомленим з ігровим простором конкретних країн (контекстуальна еквівалентність). Так, якщо розглядати платформу Steam, то можна сказати, що у більшості випадків, користувачі мають достатній рівень ознайомленості з мережею Інтернет та новими технологіями, а також є геймерами.

Для того щоб досягти належного рівня еквівалентності та зберегти прагматичний вплив на адресата, перекладачу слід послуговуватися трансформаціями. Оскільки мова сама по собі тісно пов'язана з життям та розвитком суспільства, в якому вона існує і розвивається, тому на застосування тих чи інших перекладацьких трансформацій впливають не тільки мовні, а ще й позамовні фактори, такі як культурна та політична дійсність у країні, психологічний стан користувачів. Під час перекладу користувацького інтерфейсу перекладачу слід зважати на лімітований простір самого інтерфейсу, розмір та тип шрифту, загальну читабельність тексту на платформі. Тому важливо, у рамках перекладу користувацького інтерфейсу, донести до користувача необхідну інформацію, простимулювати до дії, і у той самий час виконати цю задачу з мінімально можливими витратами знаків.

Просунутість користувачів та просторова обмеженість користувацького інтерфейсу також впливає на рівень присутності імпліцитного змісту. Такий імпліцитний зміст на веб-сайтах може виражатися як за допомогою вербальних, так і за допомогою невербальних засобів. До вербальних ми можемо віднести заголовки рубрик, повідомлення про помилку на сторінці. До невербальних можна віднести застосування емодзі, чекбоксів, кольорових підказок та астерисків. При передачі подібних імпліцитних повідомлень перекладачу необхідно звернути особливу увагу

на культурні та історичні контексти, адже не врахувавши їх можна зіштовхнутися з ризиком образити користувачів.

Перед виконанням перекладу важливо ознайомитися з користувацькими інтерфейсами компаній, що належать такої ж індустрії як і компанія-замовник. Це дасть перекладачу загальне розуміння індустрії, а також, типових рис, які притаманні інтерфейсам веб-сайтів, що належать до спільної тематики. Адже користувачі вже мають певні очікування щодо користувацького інтерфейсу та вже звикли до певної послідовності розташування самої інформації.

Варто зазначити, що як індустрія інформаційних технологій загалом, так і індустрія відеоігор перебувають у стані стрімкого розвитку і лише за кілька років зробила значні кроки вперед. Можна зрозуміти, що стрімкий розвиток також впливає і на створення нової термінології, нових сфер діяльності. Такі зміни можуть становити складнощі на шляху перекладача, адже термінологія не є усталеною, а ресурсів для консультацій бракує. У зв'язку з цим, бажано, щоб перекладач обрав галузь, яка його найбільш цікавить та постійно у ній розвивався, розумівся на трендах, новинках галузі та мав контакти професіоналів, які б могли проконсультувати у разі необхідності. Все ж неусталеність термінології породжує питання про стандартизацію термінології сфери відеоігор. Наразі, в Іспанії та Україні відбуваються локальні спроби стандартизації термінології як з боку офіційних організацій, так і з боку волонтерських спілок. Наразі нам невідомо чи такі тенденції призведуть до створення міжнародної асоціації, хоча ми й маємо таке сподівання. Адже стандартизація термінології відеоігрової індустрії значно полегшить роботу перекладачів, а також посприє подальшому розвитку індустрії та її закріпленню на світовому ринку. Спільнота індустрії відеоігор є дуже активною і на даний момент декілька словників вже знаходяться на стадії розробки. Тому, не виключно, що локальні спільноти об'єднують свої сили для створення міжнародного комітету при ISO.

Наразі, поки термінологія не є стандартизованою на міжнародному рівні, одним з основних ресурсів, якими можуть послуговуватися перекладачі стали співвідносні тексти. Окрім цього, такі тексти містять у собі й інші можливі

перекладацькі стратегії подолання труднощів перекладу, а також стилістичні адаптації у цільовій мові.

Можна побачити, що користувацький інтерфейс та його відтворення є багатостороннім явищем, яке потребує комплексного підходу до вирішення складнощів перекладу.

## Розділ III

### Труднощі відтворення комунікативно-прагматичного змісту та термінології користувацького інтерфейсу Steam та шляхи їх подолання

Для аналізу, у нашому дослідженні було взято інтерфейс платформи Steam. Дана платформа є одним з найбільших дистриб'юторів відеоігор та виступає у ролі онлайн-магазину, в якому користувачі можуть придбати ігри будь-яких жанрів на будь-який смак та бюджет, а також завантажити певні ігри безкоштовно.

Окрім ролі онлайн магазину у Steam також створили потужну платформу, на якій об'єднали гравців у всьому світі, вони організовуються у групи, обговорюють ігри, питання локалізації, створюють петиції і тд..

Дана платформа має великий вплив на бізнес відеоігор, а кількість завантажень та позитивних відгуків до певної гри є вагомим показником для розробників та їх партнерів щодо успішності та якості продукту.

Як ми вже зазначали, платформа має великий вплив на індустрію відеоігор, а її інтерфейс локалізовано на 29 мов. Зважаючи на вищесказане, слід зауважити, що сама платформа не фігурує у перекладацьких дослідженнях попри свій вплив на індустрію у всьому світі.

У минулих розділах, вже було виявлено проблеми, які можуть виникати при перекладі користувацького інтерфейсу, а саме:

- відтворення імпліцитного змісту;
- відтворення мовленнєвих актів;
- проблема двозначності;
- проблема синонімії;
- проблема відтворення галузевої термінології.

У нашому дослідженні ми проаналізуємо розбіжності між іспаномовним та україномовним інтерфейсом платформи Steam, що дозволить нам спрогнозувати еквівалентність та зміни в обох напрямках перекладу. Для цього дослідження було

взято найтипівіші співвідношення між текстами користувацького інтерфейсу іспанською та українською мовами.

### 3.1 Відтворення імпліцитного змісту користувацького інтерфейсу

Як ми вже зазначали раніше, наявність імпліцитного змісту у користувацькому інтерфейсі у більшості випадках зумовлена двома основними факторами: економією простору на сторінці, а також прихованими цілями авторів веб-сторінки. Широке використання імпліцитності у користувацькому інтерфейсі, може також надати перекладачу інформацію про те, що, скоріше за все, аудиторія є ознайомленою з даним продуктом і активно послуговується мережею Інтернет.

Так, якщо ми кажемо про платформу Steam, то варто зважати на її функцію. Дана платформа є, насамперед, майданчиком для продажу та популяризації ігор, що і виступає їхньою метою. Отже, щоб досягти даної мети вони будуть послуговуватися не тільки прямими засобами впливу, але й імпліцитними. Аудиторія даної платформи — геймери, які є ознайомленими з даною тематикою та використовують Інтернет у повсякденному житті.

Нижче наведемо таблицю з деякими прикладами імпліцитного змісту на сторінці:

Як це працює	Cómo funcionan los puntos
Вільний доступ	Juegos gratuitos
Продукти з VR	Productos de realidad virtual
Завантажуваний зміст	DLC
Знижка на вихідних!	Fin de semana gratis
Сьогоднішня знижка!	Oferta del día!

Нижче ви знайдете чимало продуктів у Steam, які могли б вас зацікавити	Abajo encontrarás productos en Steam que te podrías encontrar interesantes
А потім...	Y luego...
Нові й варті уваги	Novedades y tendencias
найкорисніші рецензії	Las reseñas más útiles
Популярні майбутні релізи	Próximos lanzamientos populares
Гравці зі схожими смаками вподобали	A los jugadores como tú les gusta
З чим вам потрібна допомога, maria?	¿En qué podemos ayudarte, maria?
просто натисніть кнопку нижче	Haz clic en el botón de abajo

Можна побачити з наведених у таблиці прикладів явну присутність непрямих актів у користувацькому інтерфейсі Steam. Не дивлячись на різницю оформлення даних комунікативних актів, всі вони використовуються з метою реклами.

На платформі часто апелюють до вподобань користувачів, при цьому послуговуючись імпліцитним змістом у даних висловлюваннях.

Розглянемо такий приклад українською мовою:

Нижче ви знайдете чимало продуктів у Steam, які могли б вас зацікавити
--

Дане твердження імпліцитно дає користувачу зрозуміти, що платформа ознайомена з вподобаннями конкретного користувача та має намір далі запропонувати ряд ігор, які потенційно йому сподобаються. Окрім цього, дана фраза підтверджується неозначено-кількісним числівником «чимало», яка ще більше підсилює дане судження.

В іспанській мові ми можемо спостерігати подібне формулювання:

Abajo encontrarás productos en Steam que te podrías encontrar interesantes
--

Слід зазначити, що в іспанському варіанті звернення до користувача на «ти», у той час як в українській використовують «ви», яке є більш прийнятним в українській

мовленнєвій культурі. Також, слід зазначити, що в іспанському варіанті присутня тавтологія, яка зумовлена вживанням словосполучень «encontrarás productos» та «podrías encontrar interesantes» в одному реченні.

До тієї самої категорії можна віднести і даний приклад:

найкорисніші рецензії	Las reseñas más útiles
-----------------------	------------------------

Можна сказати, що у даному випадку платформа імпліцитно спонукає користувача прочитати рецензії від інших гравців, при цьому використовуючи оцінковість виражену за допомогою прикметника найвищого ступеня порівняння «найкорисніші» в українській мові та відповідно «las más útiles» в іспанській.

Популярні майбутні релізи	Próximo lanzamientos populares
---------------------------	--------------------------------

У цьому випадку слід зазначити, що користувачу надається список з іграми, які ще не вийшли на ринок, однак, платформа вже зазначає, що вони будуть популярними, і тим самим, спонукає до передзамовлення. Даний імпліцитний зміст виражений в українській мові за допомогою прикметникової зв'язки «популярні майбутні», в іспанській же мові традиційно один прикметник розташований перед іменником, а інший — після. Також, слід звернути увагу на те, що в українському варіанті використано термін англійського походження «реліз», який позначає вихід гри на ринок, у той час в іспанській мові скористалися іспанським терміном «lanzamiento»

Гравці зі схожими смаками вподобали	A los jugadores como tú les gusta
-------------------------------------	-----------------------------------

Даний випадок становить цікавість, адже у ньому наявні певні неспівпадіння в іспанському та українському інтерфейсах, на відміну від наведених раніше. Отож, платформа пропонує ряд ігор і як аргумент, чому людину вони можуть зацікавити і, як наслідок, чому вона захоче їх купити, зазначають, що подібні ігри подобаються користувачам зі схожими на наші смаки.

В українському варіанті, імпліцитним змістом буде виступати те, що нас повинні зацікавити певні ігри, адже вони зацікавили людей зі смаками схожими на наші, а отже люди зі схожими на наші смаки вже раніше купували цю гру і є велика вірогідність, що ми захочемо купити її також.

А тепер розглянемо варіант іспанською мовою: «A los jugadores como tú les gusta».

У даному випадку експліцитно ототожнюються не смаки користувачів, а вже особистості гравців. Імпліцитним же залишаються, окрім вже зазначеного вище, саме смаки певних користувачів. Розраховується, що після прочитання, користувач зрозуміє, що йдеться саме про подібність смаків, адже в іншому випадку це може спричинити непорозуміння, адже сама фраза «A los jugadores como tú» може також мати на увазі вік користувачів, стать, країну або будь-які інші показники, які можна порівняти. Можна припустити, що перекладач вдався до такої генералізації з огляду на необхідність технічної адаптації тексту та уникнення тавтології в іспанському варіанті. Окрім, цього також варто зауважити зміни у граматичному часі. Так, в прикладі українською мовою використовується минулий час, а в іспанській мові послуговуються теперішнім.

Як ми зазначали у попередніх розділах, імпліцитність також може виражатися за допомогою абревіатур, зокрема, що стосується термінів. Це пояснюється, тим, що врахувавши цільову аудиторію, автори тексту та перекладачі роблять висновок, що зміст та значення певного терміну буде зрозумілим для користувачів без експлікації.

Розглянемо наступні приклади:

Продукти з ВР	Productos de realidad virtual
Завантажуваний зміст	DLC

На прикладі даних словосполучень ми можемо побачити не тільки проблему імпліцитного змісту, однак і проблему неоднорідності і непослідовності використання перекладацьких стратегій.

Якщо розглянути перший приклад, то можна побачити, що в українському варіанті використовується акронім «ВР» терміну «віртуальна реальність», у той час як в іспанській мові використовується його роз'яснення «realidad virtual» (RV)

У другому прикладі ми можемо побачити, що українські перекладачі використали експлікацію для англійської аббревіації DLC (downloadable content з англійської) і переклали як завантажуваний вміст. В іспанському варіанті ми спостерігаємо інший підхід, коли перекладачі використовувалися англійською аббревіатурою DLC без експлікації її значення. Слід зазначити, що в українській мові наразі не існує аббревіації для позначення завантажуваного контенту, окрім як англійського варіанту, однак в іспанській мові існують такі відповідники для DLC як: contenido descargable DDC (descarga de contenido).

Отже, у даному прикладі можна побачити імпліцитність в іспанському варіанті, яке виражене аббревіатурою іншомовного походження. Слід зазначити, що такі перекладацькі рішення потенційно можуть бути пов'язані зі ступінню ознайомленості користувача з тією чи іншою аббревіатурою, адже часто іншомовні терміни входять до загального вжитку і користувачі перестають сприймати їх як іншомовні.

Розглянемо інші приклади вираження імпліцитного змісту у користувацькому інтерфейсі платформи Steam:

З чим вам потрібна допомога, maria?	¿En qué podemos ayudarte, maria?
просто натисніть кнопку нижче	haz clic en el botón de abajo

Дані приклади відносяться до комунікативної ситуації, коли у користувача виникають певні проблеми або ж питання щодо користування інтерфейсом.

У першому прикладі мається на увазі, що якщо користувач зайшов на сторінку підтримки користувачів, отже йому точно необхідна допомога, тому питання звучить не «чи потрібна вам допомога», а «з чим вам потрібна допомога», що більш точно відображає сенс даного висловлювання зважаючи на контекст.

Як в іспанській, так і в українській мові ми бачимо вираження імпліцитного змісту, тобто недосказаності за допомогою трикрапки. Можна припустити, що використання такої тактики було зумовлене бажанням викликати інтерес у користувача, через який вони б сліdkували і надалі за оновленнями на платформі.

На наступному прикладі можемо побачити інший спосіб вираження імпліцитного змісту:

як це працює	cómo funcionan los puntos
--------------	---------------------------

Ми бачимо, що в українському варіанті використано стратегію генералізації, замінивши «los puntos» на займенник «це», який використано у якості підмета. Можна припустити, що при цьому перекладач покладається на контекстуальне розуміння ситуації користувачем. В іспанському ж варіанті ми бачимо протилежну стратегію, стратегію конкретизації, коли перекладач точно зазначає про що йде мова. Обидві стратегії мають право на існування, однак, у певних випадках конкретизація буде більш ефективною, адже у іншому випадку може виникнути двозначність, яка спричинить непорозуміння з боку користувачів.

З огляду на наведені приклади, можна сказати, що існує певна неоднорідність у стратегіях відтворення імпліцитного змісту в різномовних співвідносних інтерфейсах.

### 3.2 Шляхи відтворення мовленнєвих актів інтерфейсу

Користувацький інтерфейс платформи Steam вбирає в себе низку мовленнєвих актів, найпомітнішими та найбільш вживаними мовленнєвими актами в інтерфейсі платформи є експресиви та директиви. Частоту вживання даних мовленнєвих актів можна пояснити, насамперед, головними цілями та функціями користувацького інтерфейсу платформи. А саме, підтримання зацікавленості користувача до ігор та новинок на платформі, а також надання певних інструкцій для користувача та спонукання до дій.

Розглянемо деякі приклади експресивних мовленнєвих актів у наступній таблиці:

Експресиви	
Ласкаво просимо до обговорень Steam	Bienvenido a las Discusiones de Steam

Тут усім раді!	¡Todo el mundo está invitado!
Шукай!	Buscar es la clave!
ОЙ, ТУТ НІЧОГО ПОКАЗУВАТИ	¡UY! NO HAY NADA QUE MOSTRAR AQUÍ
Вітальна пропозиція!	¡Oferta de lanzamiento!

Слід зазначити, що на платформі поширеним є вираження експресивності на синтаксичному рівні за допомогою окличних та спонукальних речень, що також можна побачити у прикладах наведених вище. Однак, не всі речення, в яких присутня окличність співпадають як в українській так і в іспанській мові. Розглянемо деякі з них:

Шукай!	Buscar es la clave!
--------	---------------------

У даному випадку, не дивлячись на те, що обидва речення є окличними, український варіант виражений за допомогою наказової форми дієслова, у той час як в іспанській мові дане речення більше схоже на підтвердження та акцентування на загальновідомій думці. Можемо припустити, що це пов'язано з різницею у сприйнятті українцями та іспанцями. Адже, можливо, такі прямі заклики сприйняли б більш негативно в іспаномовному суспільстві.

Наведемо інший приклад:

Тут усім раді!	¡Todo el mundo está invitado!
----------------	-------------------------------

В іспанському варіанті вжита фраза «Todo el mundo» додає експресивності та ще більш акцентує увагу на тому, що доєднатися може будь-яка людина з будь-якого куточку планети. Якщо б перекладач хотів відтворити даний сенс більш нейтрально, то скоріше за все використав «todos». В українському варіанті ж використано займенник «усі» в давальному відмінку, який є прямим відповідником «todos». Тож,

можна сказати, що в українському варіанті перекладач більше користувався генералізацією висловлювання, а експресії цьому виразу додала саме його окличність.

Окремо слід звернути увагу на наступний приклад:

ОЙ, ТУТ НІЧОГО ПОКАЗУВАТИ	¡UY! NO HAY NADA QUE MOSTRAR AQUÍ
---------------------------	-----------------------------------

Даний приклад становить цікавість з декількох причин. По-перше, як в іспанському, так і в українському варіанті ми можемо бачити вигук. В українській мові він звучить як «ой», в іспанській — «¡уу!». Відповідно до тлумачення словником Іспанської королівської академії, даний вигук використовують для позначення гострого фізичного болю, сорому або ж здивування. Можна зрозуміти, що застосування вигуку насамперед обґрунтовано не його граматичними функціями, а у першу чергу для виявлення емоцій, а у цьому конкретному випадку для справлення на користувача враження неочікуваності/здивування. В іспанській мові таке відчуття підтверджується окличністю даного вигуку.

По-друге, варто також окремо виділити капіталізацію, яку використано для написання даного речення. Подібне подання тексту ще більше підкреслює експресивність висловлювання, привертає увагу користувача, підкреслює наявність помилки/проблеми із запитом користувача.

Іншим поширеним мовленнєвим актом у користувацькому інтерфейсі платформи Steam є директиви. Як відомо, директиви використовуються з метою надання інструкцій. Такі інструкції можуть бути вираженими як у формі прохання, побажання, рекомендації, так і у формі вказівки.

Розглянемо деякі приклади директивів, які містяться у користувацькому інтерфейсі Steam:

Директиви	
Придбайте цей комплект, щоби заощадити 20% з усіх 2 продуктів!	¡Compra este pack para ahorrar un 20% en los 2 artículos!

Сподіваємося, ви надсилатимете нам свої ідеї та відгуки. Ми хочемо проводити експерименти разом із вами.	Nuestra expectativa es que compartas tus ideas y comentarios en el foro de discusión. Esperamos poder seguir experimentando junto contigo.
Якщо хтось порушує правила в обговореннях — спамить, ображає людей тощо — повідомте про це, і ми розглянемо вашу скаргу.	Si alguien ha mostrado comportamiento que es perjudicial para la discusión — como spam, molestar a usuarios, etc.— denuncia su publicación y le echaremos un vistazo.
Перед тим, як щось запитати, користуйтеся пошуком, щоб дізнатись, чи нема ще теми з аналогічним запитанням.	Antes de publicar una pregunta, utiliza la función de búsqueda del foro para determinar si el tema ya ha sido cubierto.
Нехай ваш профіль покаже ваші вподобання.	Haz que tu perfil se adapte a tus gustos.
Будь ласка, перегляньте список підтримуваних мов перед купівлею.	Por favor, consulta la lista de idiomas disponibles antes de realizar la compra.

Більшість наведених прикладів напряду пов'язані з роз'ясненням користувачам правил взаємодії на платформі як між користувачами, так і між користувачем та розробниками даної платформи.

Якщо розглядати більш детально наведені директиви, то можна помітити, що більшість з них відносяться до категорії порад, побажань та прохань.

Розглянемо ближче кожен з прикладів:

Придбайте цей комплект, щоби заощадити 20% з усіх 2 продуктів! (порада)	¡Compra este pack para ahorrar un 20% en los 2 artículos!
---	---

Можна побачити, що у даному прикладі розробники платформи дають користувачам пораду, послуговуючись при цьому каузальними зв'язками, які наявні як в українському, так і в іспанському формулюванні (Придбайте...щоби/Compra ... para).

Не дивлячись на той факт, що даний приклад відноситься більше до категорії директивів, йому не бракує експресивності. Експресивність досягається, насамперед, за допомогою окличності речень, а також емпізи на те, що користувачі можуть зекономити з двох продуктів. При цьому, варто також зазначити, що в українському варіанті друге було сформульовано дослівно та звучить дещо неприродньо. Адже, на нашу думку, доречніше було б це відтворити за допомогою «аж», для того, щоб більше акцентувати увагу читачів.

Сподіваємося, ви надсилатимете нам свої ідеї та відгуки.	Nuestra expectativa es que compartas tus ideas y comentarios en el foro de discusión.
--	---

У даному прикладі, як українською, так й іспанською ми можемо побачити форму прохання, або ж вираження певного очікування. Слід звернути увагу на граматичну форму його вираження. По-перше, саме очікування/прохання в українській мові виражено за допомогою дієслова у другій особі множини, у той самий час як в іспанській воно виражається за допомогою іменника «expectativa» та прийменника «nuestra». Окрім цього відрізняється й граматичний час, так, в українському варіанті використано простий майбутній час, а в іспанській — субхунтив у теперішньому часі. Іншим аспектом, який ми вже раніше зазначали є те, що в українському варіанті використовується вже традиційна для нас форма звертання на «ви», у той час в іспанській — «ти».

Перед тим, як щось запитати, користуйтеся пошуком, щоб дізнатись, чи нема ще теми з аналогічним запитанням.	Antes de publicar una pregunta, utiliza la función de búsqueda del foro para determinar si el tema ya ha sido cubierto.
---	---

Якщо на попередніх прикладах речення як іспанською, так і українською у більшості випадків перекладаються дослівно, то на даному прикладі, ми можемо побачити як антонімічно передано одну й ту саму інтенцію автора, а саме йдеться про пораду для користувачів. Окрім того, слід відзначити й граматичну трансформацію, адже в українській мові використовується дієслово «запитати», у той час як іспанською виражається за допомогою іменника «pregunta», який іде у супроводі з дієсловом «publicar».

Нехай ваш профіль покаже ваші вподобання (побажання)	Haz que tu perfil se adapte a tus gustos
--	--

У даному випадку ми бачимо побажання. В українській мові воно виражене спонукальною часткою «нехай», у той час як іспанською — за допомогою дієслова «hacer» у формі імперативу. Отож, у подібних ситуаціях. для перекладача відкриваються можливості послуговуватися граматичними трансформаціями.

Перед тим, як щось запитати, користуйтеся пошуком, щоб дізнатись, чи нема ще теми з аналогічним запитанням.	Antes de publicar una pregunta, utiliza la función de búsqueda del foro para determinar si el tema ya ha sido cubierto.
---	---

У даному прикладі ми можемо побачити рекомендацію або ж пораду при цьому також послуговуючись причинно-наслідковими зв'язками. Слід зазначити, що не дивлячись на однаковий посил для користувача платформи, можна побачити, що

прагматично вони виражені антономічно. Так, в українському варіанті використано слово-заперечення «немає», яке концентрує увагу користувача на відсутності певної теми. У той час, в іспанській мові наголошують саме на охопленні певної теми і використовують підтвердження «si el tema ya ha sido cubierto». Скоріше за все даний приклад демонструє особливості двох культур та особливостях відтворення узусу заперечення у додаткових реченнях іспанської та української мов. Адже українцям рекомендують скористатися пошуком, щоб переконатися, що такого питання немає. В іспанській же, рекомендують скористатися пошуком щоб переконатися, чи була вже дана тема висвітлена раніше.

Як підклас директивних мовленнєвих актів, розглянемо імперативні мовленнєві акти.

Імперативи у рамках користувацького інтерфейсу грають важливу роль, адже за допомогою них користування самим інтерфейсом стає значно простішим. Користувачам не треба задумуватись, що ж розробники мали на увазі, за допомогою імперативів, користувачі чітко знають, які дії потрібно виконати, щоб досягти того чи іншого результату. Нижче розглянемо деякі приклади імперативів, якими послуговуються у користувацькому інтерфейсі платформи Steam. Розглянувши детально користувацький інтерфейс платформи українською та іспанською мовами, можна побачити, що у мовленнєвих ситуаціях коли в україномовну інтерфейсі спонукання до бажаної дії досягається за допомогою імперативних дієслів, таких як наприклад:

- Дослідіть.
- Перегляньте ще.
- Замовте зараз.
- Знайдіть.

В іспаномовному інтерфейсі для тих самих комунікативних ситуацій використовується інфінітивна форма дієслова:

- Comprar ahora.
- Ver más.
- Explorar.

Серед наведених прикладів також можна побачити й збіги у граматичній формі.

Тобто, можна зазначити, що як і в іспанській, так і в українській мові існує можливість передати імперативність висловлювання за допомогою інших граматичних категорій, зокрема за допомогою інфінітиву.

Також, варто виділити те, що в українській мові у деяких випадках імперативність передається через майбутній час: дослідіть, замовте, знайдіть. Таке подання притаманне тільки для української мови і не є типовим для іспанської, де зазвичай імперативність передається через теперішній час, адаптуючи імперативну граматичну форму.

Цікавість для нас також становить відмінності у застосуванні стратегії передачі імперативності. Подібне можемо побачити на прикладі імперативного дієслова «дослідіть», які ми можемо побачити неодноразово у користувацькому інтерфейсі Steam. У іспаномовному інтерфейсі ми можемо спостерігати наявність синонімії, адже, на одне українське дієслово приходиться два іспанських відповідника, один з яких подається в імперативній формі дієслова, а інший — інфінітивній: «explorar», «descubre».

### **3.3 Шляхи розв'язання проблеми двозначності інтерфейсу**

При створенні користувацького інтерфейсу будь-якою мовою дуже важливо уникати двозначності. Двозначність може відобразитися як у мовних, так і позамовних аспектах користувацького інтерфейсу. Наявність двозначності у користувацькому інтерфейсі може заплутати користувача, призвести до певних помилок, або ж просто зіпсувати враження користувача про інтерфейс. Звичайно, не дивлячись на зусилля по уникненню двозначності, все ж, її певний відсоток може залишатися. Адже сприйняття матеріалу у користувацькому інтерфейсі за двозначний також залежить від багатьох факторів (середина проживання, попередні знання з теми, досвід користування подібними інтерфейсами і тд.) і може відрізнитися від користувача до користувача. Все ж, розглянемо деякі приклади, які

на нашу думку можуть трактуватися як двозначні у користувацькому інтерфейсі Steam.

Слід зазначити, що приклади відносяться як до візуальних/графічних, так і мовних аспектів користувацького інтерфейсу. Розглянемо перший приклад:

- Фільтрувати за зіграним часом
- Filtrar por tiempo de juego

Дана фраза використовується на платформі як один із способів фільтрування пошуку ігор на платформі. Мається на увазі, що користувач може налаштувати пошук так, щоб побачити ігри у які інші користувачі провели найбільше часу, що може свідчити про їх популярність та якість виконання.

В українському варіанті, на нашу думку, прагматичний аспект виявляється чітко та навряд чи може призвести до непорозумінь навіть серед недосвідчених користувачів. В іспанському ж варіанті може виникнути певна двозначність, адже іспанська фраза «por tiempo de juego» також може трактуватися як загальна кількість годин, які закладені в ту чи іншу гру. Такий фільтр також має місце бути, адже для багатьох користувачів важливо за гроші, які вони заплатили за той, чи інший продукт, мати якомога більше загального ігрового часу та можливість перегравання з іншими сценаріями. Саме з цієї причини таке формулювання може бути оманливим та трактуватися як двозначне. Тому, на нашу думку, доречніше було б сказати «por tiempo jugado», тобто використати час, який би відображав доконаність дії, а також здійснити граматичну трансформацію та замінити іменник «juego» на дієслово у доконаному часі «jugado».

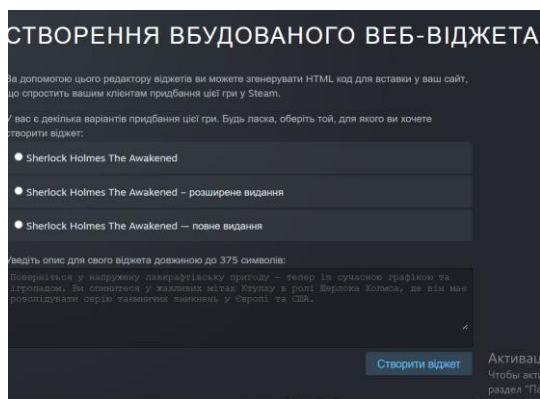
Розглянемо наступний приклад:

- Вітальна пропозиція
- Oferta de lanzamiento

Дана мовленнєва ситуація стосується контексту спеціальної пропозиції на певні ігри, які щойно запустилися на ринку. Головною метою таких знижок є ознайомлення користувача з новинками, реклама даних ігор на платформі, їх популяризація та, як результат, збільшення продажів. Якщо казати про більш далекоглядну та стратегічну мету, то це генерування довіри до розробника та

зацікавленість у наступних випущених іграх. Якщо розглядати більш детально дані приклади, то можна побачити, що іспанський варіант «Oferta de lanzamiento» більш точно відображає значення, яке закладене у цю фразу, адже українське «Вітальна пропозиція» більше відображає просто контекст мовленнєвої ситуації, а саме перший запуск гри на платформі, аніж його прагматичну суть (знижка, заохочення купити гру по знижці).

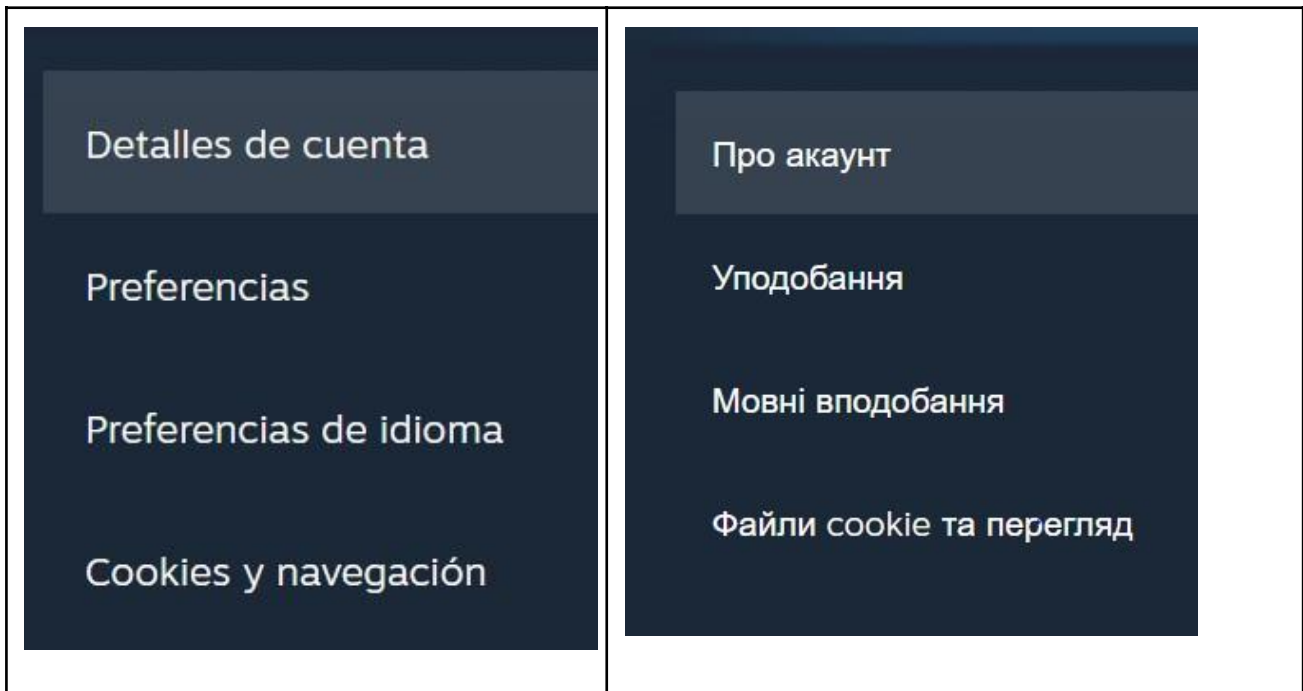
Іншим прикладом, який ми розглянемо буде слово «вставка» українською та «insertar» іспанською. Якщо казати більш детально, то сама «вставка» — це кнопка у користувацькому інтерфейсі Steam. Насправді, дана кнопка відповідає за створення віджету на сторінці певної гри, який потім «вставляється» на її описову сторінку. Переконайтеся у цьому ми можемо за допомогою скріншоту з платформи Steam:



Таке повідомлення на сайті ми можемо побачити після натискання на кнопку «вставка» або ж «insertar».

Подібна невідповідність першопочатково натиснутої кнопки та вихідного результату може призвести до непорозуміння у користувача, особливо якщо до цього користувач не був ознайомлений з даною функцією веб-сторінки. Тому, на нашу думку більш вдало було б вже на початковому етапі використати фразу «створити віджет», адже, існує вірогідність, що користувач може саме шукати цю функцію, проте через те, що вона прихована під не досить очевидною назвою «вставка», користувач міг би навіть не помітити або ж не звернути на неї уваги. Тому правильне мовне оформлення та подання даної кнопки не тільки полегшило б сприйняття користувачів, але й сприяло популяризації даної функції.

Розглянемо ще один приклад, для цього нам знадобиться також візуальна підтримка, тому пропонуємо вам переглянути наступні скріншоти.



Поміж інших аспектів, хочемо звернути вашу увагу на Preferencias, або ж Уподобання та Preferencias de idioma, або ж мовні уподобання. Насправді, не зрозуміло, чому було прийнято рішення розділити саме мовні уподобання, адже під назвою вподобання криється ряд індивідуальних налаштувань профілю конкретного користувача, зокрема туди б потенційно могли підійти й мовні налаштування. Хоча, на нашу думку, таке розділення і не матиме потенційно негативного впливу на користувача, однак важко зрозуміти чим послуговувалися при прийнятті такого рішення. Напевно, якщо розглядати можливі сценарії подій, то виокремлення мовних уподобань від інших може свідчити про певні характеристики та особливості, які не властиві іншим аспектам налаштування, які зазначені поміж інших у загальних «уподобаннях».

Інший приклад, який ми розглянемо відноситься до графічних невербальних аспектів користувацького інтерфейсу.

Розглянемо наступний малюнок:



Хочемо звернути Вашу увагу на даний



символ:

Слід зазначити, що таким чином на веб-сторінці Steam позначається фото людини, коли у неї в профілі немає встановленої фотографії або ж аватарки. Таким чином це відображається як в українському, так в іспанському інтерфейсі. Якщо загалом коментувати дане позначення, то можна сказати, що воно є досить оманливим. Адже, дуже часто на інших сайтах можна зустріти приклади, коли таким чином позначаються або ж питання, які часто задають на сторінці, або ж доступ до клієнтської підтримки, якщо користувач не зміг розв'язати проблему самостійно.

Двозначність також виникає з огляду на сам контекст та порядок, в якому розташовані позначення. Адже даний символ розташований трохи вище від кнопки «підтримка», або ж «soporte». Отож, у даній комбінації, таке відображення автору користувача може призвести до непорозумінь, а також може нести за собою двозначність для користувачів. Як варіант вирішення даної проблеми, можемо запропонувати змінити заданий аватар користувача на щось нейтральне, щоб не несло проблем з розумінням та двозначним трактуванням у користувачів. Так, можемо навести варіант, який запропонувала міжнародна компанія PlayStation, яка також має сторінку з дистрибуції відеоігор, проте виключно для власних консолей. Так, у своєму інтерфейсі вони використовують наступне задане зображення:



Подібне нейтральне зображення потенційно може допомогти уникнути проблем зазначених нами раніше.

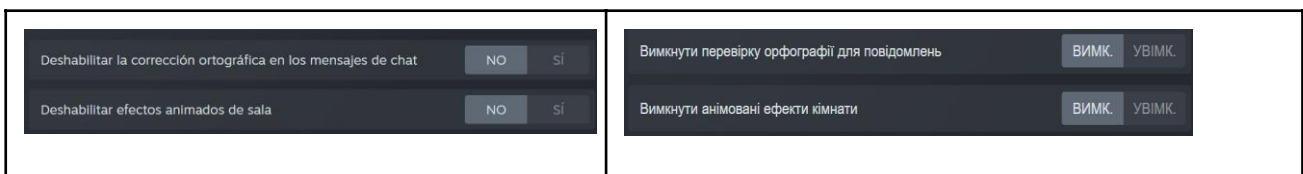
Важливим питанням у таких ситуаціях залишається, чи може перекладач впливати на зміну інтерфейсу. На нашу думку, якщо перекладач побачив якийсь елемент, що у майбутньому може потенційно спричинити непорозуміння серед користувачів, то потрібно обов'язково про це зазначити розробникам або ж замовникам перекладу користувацького інтерфейсу. Звичайно, ніхто не може гарантувати, що після цього обов'язково послідує зміни, однак необхідно здійснити спробу уникнути такої проблеми у майбутньому.

Для наступного прикладу, нам також знадобиться візуальна репрезентація:



Можна сказати, що даний приклад є продовженням попереднього, однак зараз ми розглянемо інший аспект. Можемо побачити, що як в українському, так і в іспанському інтерфейсі є заголовки чат та підтримка, які знаходяться поруч один з одним у ряді. Слід зазначити, що таке положення може потенційно трактуватися як двозначне, адже як в українській, так і в іспанській мові існує такий термін як чат підтримка («chat soporte» о «chat de soporte»). Тому, якщо користувач є не дуже уважним, або ж не ознайомлений з інтерфейсом Steam та його функціями, то може статися так, що під цими заголовками користувач шукатиме саме технічну підтримку, у той час як у даному випадку дані кнопки не є одним цілим і несуть відмінні між собою функції. Так, натиснувши на позначку «чат», користувач потрапить до чату з друзями по платформі, у той час як «підтримка» відповідає за відповіді на найбільш поширення запитання.

Останній приклад, який ми розглянемо у даному пункті буде наступним:



На цьому прикладі ми вже можемо бачити налаштування чату. Дан налаштування стосуються вимкненню певних функцій. В іспанській мові для налаштування потрібно просто натиснути на кнопки «No» або ж «Sí» у той час як в українській написи на даних кнопках передані скороченням «вимкнути» та «увімкнути». Отож, в іспанській мові послуговувалися ствердними та заперечними частками, а в українській мові — скороченими формами дієслова. Вірогідно, що такий вибір в іспанській мові був продиктований малим розміром кнопки. Однак, формулювання самих речень в українській мові звучить як «Вимкнути перевірку...» «Вимкнути анімовані ефекти...», тому звучить досить нелогічно, коли під написом

«вимкнути» у користувача є опція вимкнути та увімкнути. Не дивлячись, що сама суть речення утворена за допомогою еквівалентності «Deshabilitar — вимкнути», у даній ситуації варто було б або пошукати інші варіанти вираження, або ж залишити відповідь подібною до іспанської «так» або ж «ні». Таке рішення б усунуло двозначність та полегшило б процес налаштування чату для користувачів, адже не потрібно було б додатково задумуватися про правильність свого розуміння, по відношенню до того, що нам пропонує розробник.

### 3.4 Шляхи розв'язання проблеми синонімії інтерфейсу

Загалом, при створення користувацького інтерфейсу та при адаптації його різними мовами, існує загальна рекомендація щодо визначення певної термінології, якою будуть послуговуватися у всьому інтерфейсі. Однак, якщо розглядати платформу Steam, то можна зазначити, що дана платформа відноситься до розважального сектору, який також схильний до більшого прояву креативності. Тому на сторінці Steam ми можемо побачити певні синоніми до одного й самого поняття. Розглянемо деякі приклади:

Проаналізувавши приклади синонімічних виразів та словосполучень на платформі Steam, ми прийшли до висновку, що вони відносяться до чотирьох аспектів функціонування даного користувацького інтерфейсу:

- Знижок
- Покупок
- Налаштувань
- Перегляду

Отже, розглянемо детальніше першу категорію прикладів, яка відноситься до знижок на платформі.

Безкоштовні вихідні	Fin de semana gratis
Знижка на вихідних	Oferta del fin de semana

Акція на вихідних	Oferta del fin de semana
Вихідні видавництва	Fin de semana del editor
Сьогоднішня знижка	¡Oferta del día!
Особливі пропозиції	ofertas especiales

Цікавість також становить те, що чотири з шести наведених прикладів стосуються особливих пропозиції саме у вихідні дні. Серед наведених прикладів можемо побачити, що загалом більшість сформульовано ідентично іспанською та українською мовою. Однак, особливу увагу слід звернути на термін «oferta». Українською мовою до цього терміну існує ряд відповідників, а саме: знижка, акція та пропозиція.

За допомогою корпусу «Грак» ми виявили частотність вживання кожного з іменників[62]:

- Знижка — 6, 453 результатів пошуку
- Спеціальна пропозиція — 15 результатів пошуку
- Акція — 17 результатів пошуку

Тобто, виходячи з даних результатів, можемо зрозуміти, що «знижка» є найбільш вживаним терміном, якщо казати про особливі умови покупки товару. Окрім цього, варто також зазначити, що слово «акція» часто вживається як синонім до слова «знижка».

Під час перегляду веб-сайту, користувач також може натрапити на наступний вираз:

Безкоштовні вихідні	Fin de semana gratis
---------------------	----------------------

Можна сказати, що таке формулювання має великий потенціал привернути на себе увагу користувача. Користувач може припустити, що гру можна отримати безкоштовно. Однак, це не є так. Ігри під таким гаслом можна купити за дуже зниженою ціною, зі знижкою 80-90%, однак, не безкоштовно.

Інший приклад також стосуватиметься знижок, розглянемо його детальніше:

Вихідні видавництва	Fin de semana del editor
---------------------	--------------------------

Це один з прикладів, коли насправді не дуже зрозуміло зв'язок між даним висловлюванням та знижками на певні позиції товару. У зв'язку з цим, існує вірогідність, що без наявності додаткового контексту користувачі б не змогли зрозуміти про що саме йде мова. Тому, важливу роль у користувацькому інтерфейсі займає й візуальне оформлення. Адже побачивши подібне зображення користувач з набагато більшою вірогідністю зорієнтується у прагматиці даного висловлювання. Ми можемо побачити, що окрім виразу «Fin de semana del editor» застосовується також жирний шрифт та виділення зеленим кольором, для того, щоб привернути увагу користувачів та ще раз підкреслити зниження ціни, адже традиційно, у багатьох країнах зелений колір асоціюється з чимось позитивним.



Перейдемо до іншого аспекту користувацького інтерфейсу, в якому найбільше виражена синонімія, а саме до покупки, яка може також стати логічним продовженням теми знижок. У користувацькому інтерфейсі платформи Steam, було виявлено наступні вирази, які належать до даної категорії:

Купити	Comprar
Здійснити купівлю	Hacer una compra
Отримати	Obtener
Додати до кошика	Agregar al carro

Усі фрази наведені вище стосуються купівлі того чи іншого предмету на платформі. Бачимо, що як іспанські, так і українські приклади відтворені дослівно за

допомогою інфінітива. Можемо звернути увагу на фразу іспанською «Agregar al carro». Раніше ми не зазначили, однак платформа Steam адаптована як іспанською Іспанії, так й іспанською Латинською Америки. «Agregar al carro» — це варіант, який використовують в Іспанії, в країнах Латинської Америки дана фраза відтворена як «Agregar al carrito», адже іменник «carro» в країнах Латинської Америки часто використовують для позначення автівки.

Остання група прикладів буде стосуватися саме налаштувань та їх відтворення іспанською та українською мовою.

Налаштування	Ajustes
Налаштувати профіль	Configurar el perfil
Налаштування за уподобаннями	Preferencias
Конфігурація	Configuración

У попередніх розділах ми вже розглядали проблему синонімії терміну «налаштування». Було визначено, що саме термін «налаштування» є найбільш оптимальним для використання в україномовних інтерфейсах. Можемо побачити, що в інтерфейсі платформи Steam у більшості випадків й використовується вже зазначений термін. Однак, варто зазначити один випадок, коли в українській мові відхилилися від основного терміну на користь терміну «конфігурація». У корпусі Грак можна побачити 5, 145 випадків вживання даного терміну, однак, слід уточнити, що в українській мові термін конфігурація має відмінне значення від того, яке мали при застосуванні у користувацькому інтерфейсі. Так, згідно з Сучасним словником української мови, термін «конфігурація» має два основних значення[67]:

1. Обрис зовнішньої форми чого-небудь.
2. Взаємне розташування, розміщення якихось предметів або їх частин [67].

У користувацькому інтерфейсі також використовується термін «configuración». У RAE виділяють два основних визначення даного терміну[71]:

1. f. «Disposición de las partes que componen una cosa y le dan su forma y sus propiedades»[71].

2. f. Inform. «Conjunto de los aparatos y programas que constituyen un sistema informático» [71].

Завдяки умовному позначенню бачимо, що у другому значенні термін можуть використовувати в інформатиці.

Слід зазначити, що у користувацькому інтерфейсі іспанською мовою був й інший приклад, коли використовували термін «configuración» а саме: «Configurar el perfil». Вже в іншому прикладі в користувацькому інтерфейсі було вжито «налаштувати профіль». Хоча й термін «конфігурація» в українській мові зустрічається не так часто на відміну від «налаштувань», можна припустити, що воно, все ж, має дещо іншу прагматику застосування.

У користувацькому посібнику Steamworks, який направлений на полегшення випуску продуктів на платформі, поміж інших пунктів зазначається:

- Налаштування профілю — до якого входять реєстрація, введення банківської та податкової інформації, а також загальних відомостей про компанію.
- Конфігурація функцій Steamworks — у даному пункті зазначається, що користувач має змогу обрати стільки функцій, скільки вважає за потрібне.

Можемо припустити, що термін «налаштування», у контексті платформи Steam позначає саме обов'язкові, необхідні або ж важливі аспекти. У той час як термін «конфігурація», хоча він і не є унормованим, позначає додаткові функції, активація або ж деактивація яких відбувається за бажанням користувача.

Питання того, чи така синонімія може зашкодити або ж сповільнити розуміння користувача наразі залишається відкритим, адже важко визначити зі впевненістю наскільки сильно синонімія впливає на розуміння користувача. Хоча нам не до кінця відомі прагматичні аспекти використання наведених синонімічних виразів, розглядаючи їх окремо, можемо припустити, що для виразів, які стосуються знижок

та купівлі продукту свідомо використовуються синоніми, щоби у користувача склалося враження різноманіття пропозицій, а також виникла цікавість до наведених позицій. Можливий також психологічний аспект, так, якщо б постійно використовувалося слово «купити», то воно б мало занадто сильний психологічний тиск на користувача, у той час як «покласти до кошика» наче й не зобов'язує користувача напряму до покупки. У той час як синонімічність по відношенню до концепції «налаштування» можливо пов'язана або ж технічними уточненнями в обох мовах, або ж з відсутністю погодженого уніфікованого варіанту. Все ж, дотримання однакості та однорідності у користувацькому інтерфейсі на нашу думку є бажаним. Посприяти цьому може перевірка кожного потенційного синоніму через корпус та тлумачний словник, ретельне дотримання технологічної документації щодо передачі різними мовами ключових термінологічних одиниць. Окремо, у наступному пункті нашої практичної частини ми розглянемо проблематику відтворення термінології у галузі відеоігор.

### **3.5.Способи відтворення галузевої термінології у перекладі інтерфейсу**

Як ми вже зазначали у попередніх розділах нашої роботи, індустрія відеоігор є досить молодою та стрімко розвивається. Через це виникає проблема впорядкування термінології даної індустрії. Така потреба виникає не тільки у перекладачів та локалізаторів, однак, також і у журналістів, які висвітлюють певні новини у світі ігрової індустрії. Стандартизація даної термінології відіграє важливу роль, адже спільнота гравців є дуже великою, існує безліч жанрів та категорій ігор, технологічних особливостей та інших термінів притаманних даній індустрії. Важливо щоби спільнота бачила однакості використання термінів на позначення певного концепту, адже таким чином відбувається ознайомлення аудиторії та заглиблення в індустрію, після чого користувач може вільно почуватися, орієнтуватися та оперувати достатньою кількістю термінів.

Особливу увагу слід приділити саме відтворення жанрів та категорій відеоігор, адже вони виступають як ключові маркери, що позначають загальні характеристики гри, можна сказати, що категоризація ігор та виділення їх жанрів має приблизно таке ж саме значення як стиль і жанри в літературі.

Для більшої об'єктивності, окрім термінів іспанською та українською мовою розглянемо й англійські терміни, адже у ході нашого дослідження ми з'ясували, що велику кількість термінів, які стосуються ігрових жанрів, було запозичено з англійської мови.

Розглянемо основні категорії та жанри відеоігор та їх відтворення на платформі Steam (див.додаток).

У ході дослідження, у користувацькому інтерфейсі платформи Steam, нами було виявлено 9 категорій відеоігор та 55 жанрів відеоігор, не враховуючи теги на веб-сторінці, однак, зважаючи на їх чисельність, описати їх у рамках даної роботи не є можливим. Також у ході дослідження було виявлено 14 термінів, які відносяться до опису програмного забезпечення, технічного оснащення та інших аспектів, які пов'язані напряму з запуском ігор. Після проведення аналізу даних термінологічних одиниць, можна зазначити, що для позначення ігор використовуються слова як високого, так і низького регістру. Наприклад: як військові стратегії, космос, так і рубанина та перестріляти всіх.

Із загальних спостережень, також можна зазначити, що не має однієї стратегії відтворення даних термінів як в українському інтерфейсі, так і в іспанському. Так, якщо для передачі певних термінів використовується одомашнення, то в інших випадках за основу береться слово іншомовного походження, розглянемо для початку деякі приклади українською мовою, у яких прослідковуються ознаки використання стратегії одомашнення:

Rogue-Like	Roguelike	Мандрівні ігри
First-Person Shooter	Disparos en primera persona	Стрілянки від першої особи
Free to Play	Free to Play	Вільний доступ
Sandbox & Physics	Sandbox y de física	Пісочниці й фізика
Hack & slash	Hack and slash	Рубанина
Puzzle	Puzles	Головоломки
Software	Software	Програми

Як ми можемо побачити на даних прикладах, у той час як в іспанській мові часто відбувається повна адаптація англomовного терміну, в українській версії інтерфейсу використовуються альтернативні варіанти. Можна побачити, що в українській мові часто використовується семантична деривація для відтворення термінів і позначення жанрів ігор.

Варто зазначити, що відтворення «Puzzle» як «Головоломка» було дуже вдалим рішенням. Адже в українських реаліях «Пазли» сприймаються як окремий підвид головоломок, а тому транскрибування призвело б до непорозумінь у користувачів. Адже позначаючи ігри як «Puzzle», мається на увазі саме головоломки в цілому, а не конкретний підвид. Так, в іспанській мові «Puzzle» виступає синонімом до «rompecabezas» і є калькуванням англійського слова «Puzzle». Цікавість для нас також може становити термін «Rogue-Like» та його відтворення українською та іспанською мовою. В інтерфейсі іспанською мовою назва зберігається, хоча в іспанському варіанті термін вже пишеться разом «Roguelike», а не через дефіс, як в англійському варіанті. Українською мовою цей жанр звучить як «Мандрівні ігри». Для того щоб краще зрозуміти, необхідно заглибитися в особливості значення цього терміну та його походження. Назва жанру походить від гри «Rogue», яка з'явилася у 1980 році та поклала початок всіх ігор даного жанру. Можна сказати, що для відтворення терміну українською мовою, у даному випадку, послуговувалися узагальненням. Іншим варіантом, який також пропонують на просторах мережі Інтернет є «роуг-лайн», що утворився за допомогою калькування з англійської мови, а також «роуг - подібні», термін, який також складається з двох частин та об'єднує в собі калькування першої та переклад його другої частини.

Подібним до попереднього, може також послуговувати наступний приклад:

Metroidvania	Metroidvania	Метроїдванії
--------------	--------------	--------------

Назву даного жанру та його відтворення різними мовами також не просто зрозуміти з першого разу. Для коректного відтворення необхідно розуміти походження даного ігрового терміну. Термін Metroidvania утворений за допомогою

прийому контамінації назв двох ігор «Метроїд» («Metroid») та «Кастельванія» (Castelvania), які було випущено у 1986 та 1987 роках відповідно. Під терміном «Метроїдванія» розуміють ігри, які об'єднують в собі процеси та механіки цих двох ігор.

Іншим прикладом, який може становити інтерес є термін «shoot `em up», «matamarcianos», або ж «перестріляти всіх» українською.

shmur	Matamarcianos	Перестріляти всіх
-------	---------------	-------------------

Цікавим є те, що в англійській версії платформи Steam, даний піджанр відображається як «shmur», що є абрєвіацією терміну «shoot `em up». Нашу увагу також привернула і форма написання абрєвіатури, адже, відповідно до правил англійської мови, абрєвіатури повинні писатися великими літерами. Такому поданню існує декілька можливих пояснень. По-перше, даний термін може бути саме продуктом спілкування спільноти геймерів, тобто він зародився спочатку природнім шляхом через спілкування, а потім вже увійшов у вжиток та став позначати піджанр ігор. Якщо припустити, що даний термін зародився саме у спільноті, то його скорочене написання маленькими літерами може бути пов'язано з тим, що під час переписки, написання великими літерами можна сприйняти як підвищення тону, що призвело б до непорозумінь між гравцями та у спільноті. Іспанський відповідник даного терміну звучить як «Matamarcianos». Даний термін відтворено за допомогою прийому контамінації. Цей термін поєднує дієслово «matar» та іменник у множині «marcianos». Даний термін зародився у іспаномовних країнах ще у 1980 - 1990х роках і на самому початку застосовувався для позначення ігор, в яких гравцям необхідно вбивати прибульців. Згодом, з розповсюдженням стрілянок, ця назва поширилася й на інші ігри даної категорії.

Однак, як ми вже зазначали раніше, на веб-сторінці ми не змогли побачити єдиного підходу до відтворення елементів інтерфейсу. Тому, на наступних прикладах, ми можемо побачити, що не дивлячись на те, що у інтерфейсі українською мовою все ж присутні елементи одомашнення, існують і протилежні явище:

Hobby & Job	Aficiones y trabajos	Хобі та робота
Soundtracks	Bandas sonoras	Саундтреки
Controller-Friendly	Compatibles con mandos	Сумісні з контролерами
Co-Operative	Cooperativos	Кооперативні
Anime	Anime	Аніме
Casual	Casuales	Казуальні ігри

Потенційною причиною застосування англіцизмів у даному випадку може бути розповсюдженість та вкоріненість даних слів в українську мову таким чином, що вони вже не здаються іношомовними, наприклад: «саундтрек», «аніме», «контролер», «хобі» та «казуальні ігри». У той самий час, відтворення іспанською мовою також різниться, так «контролер» відтворюється як «mando», а «саундтрек» як «banda sonora», не дивлячись на те, що у багатьох інших випадках, за основу бралися саме англомовні слова.

Окремо також слід сказати про аббревіатури та їх відтворення. Розглянемо деякі приклади:

VR Titles	Títulos de RV	Продукти з ВР
VR Hardware	Hardware de RV	Обладнання ВР
MMO	Multijugador en línea	Масові Багатокористувацькі
LAN	LAN	Локальні ігри
RPG	ROL	Рольові

Термін «Віртуальна реальність» подано у формі аббревіацій VR, RV та ВР, відповідно до назви у кожній з мов. Звідти можемо також побачити перестановку в іспанській мові та написання кирилицею в українській. Також варто звернути увагу, що іспанською мовою не було відтворено «hardware», а було залишено англомовний відповідник, у той час як українською термін «hardware» перекладено як

«обладнання». Наступним можемо розглянути термін ММО або ж *massively multiplayer online game*, яка є піджанром рольових ігор. Бачимо, що у англійській версії користувацького інтерфейсу термін подано у вигляді аббревіації, у той час іспанською та українською даний термін подано експліцитно: «*Multijugador en línea*» та «Масові Багатокористувацькі». Загалом, у всіх випадках, рольові ігри в англійській мові позначаються аббревіатурою «RPG» («*role playing game*»), у той час українською та іспанською даний термін відтворюється як «rol» та «рольові».

Також варто відзначити, що багато жанрів відеоігор походять саме від слів, що позначають реалії людського життя, така особливість є спільною для всіх досліджуваними нами мов, наприклад:

Fishing & Hunting	Pesca y caza	Риболовля і полювання
Racing	Carreras	Перегоня
Building & Automation	Construcción y automatización	Будівництво й автоматизація
Farming & Crafting	Agricultura y fabricación	Фермерство й виготовлення

Такі назви прямо вказують на дію, яка власне і буде відбуватися в іграх цього жанру і позначає їх основну тематику. Якщо казати про переклад, то саме такі назви жанрів не будуть створювати складнощі для перекладача, адже не потребують специфічних знань з індустрії та можуть легко перекладатися за допомогою еквівалентів. Звичайно, при цьому можуть відбуватися граматичні зміни.

## Висновки до Розділу III

Steam, насамперед, функціонує як майданчик для продажу та популяризації ігор. На платформі часто апелюють до вподобань користувачів при цьому послуговуючись імпліцитним змістом у даних висловлюваннях та непрямими мовленнєвими актами.

Як в іспанській, так і в українській мові ми бачимо вираження імпліцитного змісту, тобто недосказаності, яке часто виражається за допомогою аббревіатур та трикрапки. На основі досліджених прикладів, можемо припустити, що для передачі імпліцитності висловлювань найбільш поширеними трансформаціями будуть генералізація та конкретизація, які можуть породжуватися через спроби адаптації тексту до технічних можливостей користувацького інтерфейсу. Якщо розглядати аббревіатури, як один із способів вираження імпліцитності, то варто зазначити, що обираючи стратегію перекладу варто зважати на аудиторію та чи є вона обізнаною у темі, або ж функція даного типу тексту є більш просвітницького характеру. Слід зазначити, що у користувацькому інтерфейсі як іспанською, так і українською мовами немає однастайності подання аббревіатур, адже у деяких ситуаціях вони виражаються експліцитно, можливо через відсутність усталеної аббревіації. В інтерфейсі іспанської мови імпліцитність також часто виражається за допомогою аббревіатур іншомовного походження.

Отже, можемо зробити висновок, що існує певна неоднорідність у стратегіях відтворення імпліцитного змісту в різномовних співвідносних інтерфейсах. Окрім імпліцитності варто також звернути увагу і на мовленнєві акти та шляхи їх відтворення. Найбільш поширеними мовленнєвими актами у користувацькому інтерфейсі платформи Steam є директиви та експресиви. Поширеність даних мовленнєвих актів можна пов'язати, насамперед, з головними цілями та функціями платформи, а саме: підтримання зацікавленості користувача до ігор та новинок платформи, а також надання інструкцій з користування, спонукування до дій.

Варто зазначити, що як іспанською так і українською мовою для вираження експресивності часто застосовуються окличні та спонукальні речення. У

експресивних мовленнєвих актах користувацького інтерфейсу іспанської мови більше послуговуються експлікацією, у той час в українському інтерфейсі речення більш короткі та точні. Більшість директивів на платформі відносяться до категорій порад, побажань та прохань, які часто виражені за допомогою каузальних зв'язків.

Імперативні мовленнєві акти україномовного користувацького інтерфейсу сформульовані за допомогою імперативних дієслів та майбутнього часу, у той час як в іспаномовному - за допомогою інфінітива. Отож, можемо зробити висновок, що як і в іспанській, так і в українській мові існує можливість передати імперативність висловлювання за допомогою інших граматичних категорій, зокрема за допомогою інфінітиву. Може сприяти трансформаціям у перекладі наявність синонімії, адже, на одне українське дієслово приходиться два іспанських відповідника

Важливо під час перекладу користувацького інтерфейсу уникати двозначності, яка може виявлятися як у мовних, так і позамовних аспектах користувацького інтерфейсу. На нашу думку, ознайомленість перекладача з тематикою користувацького інтерфейсу, у випадку нашого дослідження - тематикою відеоігор та їх розробки, значно полегшить процес сприйняття інформації та позитивно вплине на відтворення змісту інтерфейсу. Зокрема, при перекладі користувацького інтерфейсу варто звертати особливу увагу на відтворення тексту, який розташовано на кнопках, а також на логічне розташування перекладених елементів.

Слід зазначити, що платформа Steam відноситься до розважального сектору послуг, тому не дивлячись на те, що користувацький інтерфейс покликаний бути однозначним та містити чіткі вказівки для користувачів, у ньому не бракує креативності. Така креативність на платформі, поміж інших засобів, виражається за допомогою синонімії. Зокрема, у ході нашого дослідження, було визначено, що синонімія виразів та словосполучень на платформі поширюється на чотири аспекти функціонування інтерфейсу: знижок, покупок, налаштувань та перегляду. На нашу думку, якщо синонімія по відношенню до вираження знижок, пропозицій та заклику до перегляду товарів, більше обґрунтована рекламними аспектами користувацького інтерфейсу платформи Steam, то синонімія терміну "налаштування" пов'язана саме з відсутністю міжнародної стандартизації у сфері інноваційних технологій, а особливо у галузі розробки відеоігор. Міжнародна стандартизація термінів відеоігор не є

розвинутою, однак, постійний розвиток індустрії та локальні ініціативи відеоігрових спільнот дають нам привід покладати на дії, що найближчим часом утвориться міжнародний комітет з врегулювання даної термінології, що стане поштовхом до ще більших досягнень.

Враховуючи це, особливу увагу ми приділили саме відтворенню жанрів та категорій відеоігор, адже вони виступають як ключові маркери, що позначають загальні характеристики гри, а потреба їх перекладу виникає не тільки у перекладачів та локалізаторів, однак, також і у журналістів, які висвітлюють певні новини у світі ігрової індустрії.

## Висновки до роботи

У нашому дослідженні ми показали, що переклад користувацького інтерфейсу є комплексним процесом під час виконання якого слід зважати на численну кількість як лінгвістичних, так і екстралінгвістичних факторів. Переклад інтерфейсів є одним з ключових елементів, який дозволяє користувачам з будь-якої точки світу ознайомитися з інформацією або ж пропозиціями висвітленими на веб-сайті, платформі, чи у мобільному застосунку, тому перекладацькі дослідження на цю тему є зараз актуальними.

Після проведення практичного дослідження, можемо зазначити, що під час здійснення перекладу користувацького інтерфейсу, перекладач може зіштовхнутися з проблемами відтворення імпліцитного змісту, експресивного, директивного та імперативного мовленнєвих актів. Слід зазначити, що на платформі широко поширене вираження експресивності на синтаксичному рівні за допомогою окличних та спонукальних речень. В україномовному інтерфейсі використано наказову форму дієслова для вираження директивів, тоді як в іспаномовному інтерфейсі подібні речення більше схожі на підтвердження та акцентування на загальновідомій думці. Також ми з'ясували, що більшість директивів у користувацькому інтерфейсі платформи Steam відносяться до категорії порад, побажань та прохань. Для їх відтворення перекладач потенційно може послуговуватися каузальними зв'язками та антонімічним перекладом для відтворення інтенцію автора.

Імперативи у рамках користувацького інтерфейсу також грають важливу роль, адже за допомогою них користування інтерфейсом стає значно простішим. В україномовну інтерфейсі спонукування до бажаної дії досягається за допомогою імперативних дієслів, в іспаномовному інтерфейсі для тих самих комунікативних ситуацій використовується інфінітивна форма дієслова. У деяких випадках імперативність передається через майбутній час. Тобто, можна зазначити, що як і в іспанській, так і в українській мові існує можливість передати імперативність висловлювання за допомогою інших граматичних категорій.

Користувацький інтерфейс платформи Steam одночасно поєднує в собі як елементи реклами, так і надання інструкцій користувачам. Враховуючи специфічні риси користувацького інтерфейсу даної платформи важливо, у рамках перекладу користувацького інтерфейсу, донести до користувача необхідну інформацію, простимулювати до дії, і у той самий час виконати цю задачу з мінімально можливими витратами знаків.

Окремою проблемою під час перекладу користувацького інтерфейсу може стати відтворення термінології. Адже, як ми вже зауважували раніше, наразі у даній індустрії немає уніфікованих міжнародних стандартів з відтворення термінів. Отож за відсутності міжнародних стандартів з відтворення термінів відеоігрової тематики, перекладачі можуть послуговуватися співставними текстами користувацьких інтерфейсів, зокрема платформи Steam. Адже дана платформа є одним з найбільших дистрибуторів відеоігор у світі і однією з перших запропонувала україномовний інтерфейс для користувачів. Над розробкою україномовного інтерфейсу працювали як професійні локалізатори та перекладачі, так і експерти індустрії.

Варто зазначити, що для адекватного перекладу користувацького інтерфейсу загалом, та зокрема у сфері відеоігор, недостатньо володіти техніками перекладу. Індустрія відеоігор має свою специфіку, яка відрізняє її від інших. Розробники тісно спілкуються зі спільнотою гравців та високо цінують їх думку, тому навіть найменші похибки у локалізації або ж перекладі можуть суттєво вплинути на успішність реалізації того чи іншого продукту на ринку. Для забезпечення якісного перекладу користувацького інтерфейсу у сфері відеоігор, бажано щоб професіонал виявляв інтерес до індустрії, слідкував за новинами, міг передбачити очікування аудиторії та знав їх користувацькі звички. Дана індустрія наразі дуже стрімко розвивається, тому зміни у ній відбуваються регулярно.

Окрему увагу перекладачу слід звертати увагу на культурні аспекти країни реципієнта. Адже, нам відомо про численні випадки, коли ненавмисне випущення з поля зору перекладача певних культурних особливостей країни, призвело до низки непорозумінь та навіть до компрометації репутації замовника перекладу. Тому

важливо ознайомитися з низкою користувацьких інтерфейсів, які вже успішно функціонують у країнах для яких виконується переклад.

Можемо підсумувати, що переклад користувацького інтерфейсу несе у собі важливу комунікативну функцію та має низку особливостей, які значно ускладнюють роботу перекладача. Хоча індустрія відеоігор не є всеохопно дослідженою у рамках перекладознавчих досліджень, вона стрімко розвивається, чим привертає увагу наукової спільноти. Ми покладаємо сподівання на те, що проблематика відтворення користувацького інтерфейсу, приверне увагу й наступних молодих вчених, що позитивно вплине як на роботу перекладачів так і на індустрію інформаційних технологій, зокрема й відеоігрової індустрії. На нашу думку, з усе зростаючим попитом на локалізацію й переклад користувацький інтерфейсів, ця діяльність буде розвиватися й на далі. Ми не виключаємо, що дана індустрія зацікавить та приверне увагу й міжнародні організацій та асоціації і згодом такі проблеми, як стандартизація термінології індустрії відеоігор стане менш відчутною. Допоки цього не сталося, вважаємо доцільним і далі послуговуватися співставними текстами для досліджень користувацького інтерфейсу у рамках перекладу, а також складанню корпусів з тематичною термінологією на їх основі.

## Список використаних джерел

1. Азаров О. Д., Черняк О. І., Смольц Д. О., Мельник Ж. А. Проблема локалізації веб та мобільних додатків. URL:  
<http://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/30307> (дата звернення: 15.04.2023)
2. Бабіч С.О. Користувацький інтерфейс для роботи з аудіо-візуальним контентом. Дипломна робота на здобуття ступеня бакалавра. КИЇВ: Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського», 2020. 72 с. стр.  
11-12URL:[https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/34868/1/Babich\\_bakalavr.pdf](https://ela.kpi.ua/bitstream/123456789/34868/1/Babich_bakalavr.pdf) (дата звернення: 15.04.2023)
3. Біскуб І. П. Англомовний дискурс програмного забезпечення як модель мовленнєвої взаємодії людини й комп'ютера : монографія. Луцьк : Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки, 2009. 388 с. (дата звернення: 15.04.2023)
4. Бористполець М. Я розмовляю українською. У світі підвищився інтерес іноземців до вивчення української мови. *Linkiesta*. 2023, 3 Marzo. URL:  
<https://www.linkiesta.it/2023/03> (дата звернення: 15.04.2023)
5. Бриська О. Роль перекладу у формуванні національної ідентичності на тлі глобалізації комунікаційного простору. *Вісник Львівського Університету. Серія: Іноземна філологія*. 2020. Вип. 133. С. 165–172. стор. 168 – 169 (дата звернення: 15.04.2023)
6. Бугай О. Юридичний аспект перекладу сайтів українською мовою. *Studio Leon*. 2022, 9 жовтня. URL:  
<https://studioleon.net/pereklad-sajtu-ukrainskoju-movoju-abo-jak-pereklasti-sajt-na-ukrainsku-movu-i-zberegiti-pozicii-u-vidachi-google/> (дата звернення: 15.04.2023)
7. Вентковський С. Десять трендів перекладів та локалізації у 2023 році. *GameDev Dou*. 2023, 3 лютого. URL:

- [https://gamedev.dou.ua/blogs/localization-trends-in-2023/?from=similar\\_posts](https://gamedev.dou.ua/blogs/localization-trends-in-2023/?from=similar_posts)  
(дата звернення: 15.04.2023)
8. Верба Г.Г. Тематика перекладознавчих досліджень та їхня доказова база. *Мовні і концептуальні картини світу*. 2010. Вип. 30. С. 98–102. (дата звернення: 15.04.2023)
9. Волкогон Н. Л. Іспаномовний рекламний дискурс і його відтворення українською мовою : автореф. дис... канд. філол. наук: 10.02.16. К., 2002. 19 с. (дата звернення: 15.04.2023)
10. Гарбузова А. 20 000 слів: як українець локалізував INARA, онлайн-помічник для гравців Elite Dangerous, *GameDev Dou*. 2022, 17 листопада. URL:  
[https://gamedev.dou.ua/news/inara-ukrainian-localization/?from=similar\\_posts](https://gamedev.dou.ua/news/inara-ukrainian-localization/?from=similar_posts)  
(дата звернення: 15.04.2023)
11. Льченко Т.О. Особливості вживання іншомовних запозичень в сучасній англійській мові та способи їх перекладу. *Молодий вчений: Філологічні науки*. 2021. № 12 (100). С. 58-61. URL:  
<https://molodyivchenyi.ua/index.php/journal/article/view/2465/2450> (дата звернення: 15.04.2023)
12. Калашніков І.В. Інструменти автоматизованого й машинного перекладу в локалізації (на матеріалі ігрової продукції). Кваліфікаційна робота (проект) на здобуття ступеня вищої освіти «бакалавр». Херсон, 2019. 82 с. URL:  
[http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/11444/Kalashnikov\\_fif\\_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ekhsuir.kspu.edu/bitstream/handle/123456789/11444/Kalashnikov_fif_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 15.04.2023)
13. Калустова О.М Електронні бази паралельних та співвідносних текстів у перекладознавчих дослідженнях. *Вісник Сумського держ. ун-ту. Філологічні науки*. 2004. №1 (60). С. 130-136. (дата звернення: 15.04.2023)
14. Козеровський Д. А. Особливості локалізації аудіовізуального контенту в онлайн-відеоіграх (на матеріалі онлайн-відеогри «World of Tanks»). Кропивницький, 2018. URL:  
<https://drive.google.com/file/d/1KfxRJIBxLvJ3iaFRSvsm1Pcj0IdgysiF/view>  
(дата звернення: 15.04.2023)

15. Колос Ю.З., Смірнова О.А. Особливості локалізації англomовних ігор українською мовою. *Тези 72-ої наукової конференції професорів, викладачів, наукових працівників, аспірантів та студентів університету, присвяченої 90-річчю Національного університету «Полтавська політехніка імені Юрія Кондратюка» 21 квітня – 15 травня 2020 р.*, Полтава, 2020. Т. 1. С. 366-367. URL: <http://reposit.nupp.edu.ua/bitstream/PolNTU/7630/1> (дата звернення: 15.04.2023)
16. Коршунов С., Степурок Н. Труднощі перекладу, чому в іграх немає української локалізації та як це виправити? *УНІАН ігри*. 2020, 22 жовтня. URL: <https://www.unian.ua/games/half-life-ta-cs-go-chomu-tak-malo-igro-z-ukrajinskim-perekladom-igri-11154386.html> (дата звернення: 15.04.2023)
17. Кравченко В.В. Перекладацькі особливості локалізації відеоігор. *Перекладацькі інновації: матеріали XI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 19–20 березня 2021 р.* / редкол.: С. О. Швачко, І. К. Кобякова, О. О. Жулавська та ін. Суми: Сумський державний університет, 2021 С. 131-132. URL: [https://gf.sumdu.edu.ua/images/naukova-diyalnist/Zbirnyk\\_\\_2021.pdf](https://gf.sumdu.edu.ua/images/naukova-diyalnist/Zbirnyk__2021.pdf) (дата звернення: 15.04.2023)
18. Кропивна А. В., Бондаренко Г. С., Кропивний В. М. Стандартизація : Навчальний посібник. Кропивницький; ЦНТУ, 2021. 307 с. URL: [http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/10907/1/St\\_p.pdf](http://dspace.kntu.kr.ua/jspui/bitstream/123456789/10907/1/St_p.pdf) (дата звернення: 15.04.2023)
19. Лобода В. А., Перекладацькі трансформації: Дефінітивний характер та проблема класифікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019. № 43. Т. 4. С. 7274. URL: [http://www.vestnikphilology.mgu.od.ua/archive/v43/part\\_4/19.pdf](http://www.vestnikphilology.mgu.od.ua/archive/v43/part_4/19.pdf) (дата звернення: 15.04.2023)
20. Локалізація відеоігор: мультимодальні виклики / переклад: Лук'янов О. *ШЛЯКБИТРАФ*. 2019, 21 червня. URL: <https://sbt.localization.com.ua/article/lokalizatsiya-videoihor-multimodalni-vyklyky/> (дата звернення: 15.04.2023)

21. Мазур О., Кучів С. Локалізація як явище перекладу. *Актуальні питання гуманітарних наук. Мовознавство. Літературознавство*. 2021. Вип. 35. Т. 7. С. 90-93. URL: [http://www.apfn-journal.in.ua/archive/35\\_2021/part\\_7/17.pdf](http://www.apfn-journal.in.ua/archive/35_2021/part_7/17.pdf) (дата звернення: 15.04.2023)
22. Міщенко А. Л. Локалізація та інтернаціоналізація перекладу у контексті міжкультурної комунікації. *Наукові записки КДПУ. Серія: Філологічні науки (мовознавство) : зб. наук. праць / ред. Г. Д. Клочек [та ін.]*. Кіровоград : КДПУ ім. В. Винниченка, 2012. Вип. 104, ч. 1. С. 151-158. URL: <https://core.ac.uk/download/pdf/53035645.pdf> (дата звернення: 15.04.2023)
23. Найда Ю. Наука переводить. *Вопросы языкознания*. 1970. № 4. С. 12-28. (дата звернення: 15.04.2023)
24. Національна комісія зі стандартів державної мови. *Facebook*. 2021. 1 лютого. URL: [https://m.facebook.com/mova.standard/posts/pfbid02LJvJHYHa2u8Jpe7S1QGbHh4BrrkieB2ycbrxmjkn9eW6txbmNF5CRZcwpo1Ksx6il?wtsid=rdr\\_0xizRRLLRqMGPD](https://m.facebook.com/mova.standard/posts/pfbid02LJvJHYHa2u8Jpe7S1QGbHh4BrrkieB2ycbrxmjkn9eW6txbmNF5CRZcwpo1Ksx6il?wtsid=rdr_0xizRRLLRqMGPD) (дата звернення: 15.04.2023)
25. Обговорення перекладів: *Forums*. 2013. March. URL: [https://www.chess.com/clubs/forum/view/content3308page=4&fbclid=IwAR2hqz2u6DjVI165cAuyv1\\_Vil8kgeO-FrHtJXclmkBsubwqtkjkY7gE5gr4](https://www.chess.com/clubs/forum/view/content3308page=4&fbclid=IwAR2hqz2u6DjVI165cAuyv1_Vil8kgeO-FrHtJXclmkBsubwqtkjkY7gE5gr4) (дата звернення: 15.04.2023)
26. Пасенчук Н.В. Мовленнєві акти в перекладі: теоретичний аспект. *Науковий вісник ДДПУ імені І. Франка. Серія «Філологічні науки». Мовознавство*. 2017. №7. С.137-139. URL: [http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2017/NV\\_2017\\_7/35.pdf](http://ddpu-filolvisnyk.com.ua/uploads/arkhiv-nomerov/2017/NV_2017_7/35.pdf) (дата звернення: 26.04.2023)
27. Перекладацькі інновації: матеріали XI Всеукраїнської студентської науково-практичної конференції, м. Суми, 19–20 березня 2021 р. / редкол.: С.О. Швачко, І.К. Кобякова, О.О. Жулавська та ін. Суми: СумДУ, 2021. 177 с. (дата звернення: 15.04.2023)
28. Рабошук А. Song of Conquest українською: як відбувалася локалізація та чи впливає війна на неї. *GameDev Dou*. 2022, 4 жовтня. URL:

- [https://gamedev.dou.ua/blogs/song-of-conquest-ukrainian-localization/?from=similar\\_posts](https://gamedev.dou.ua/blogs/song-of-conquest-ukrainian-localization/?from=similar_posts) (дата звернення: 15.04.2023)
29. Селіванова О. О. Проблема диференціації перекладацьких трансформацій. *Нова філологія*. 2012. № 50. С. 201-208. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil\\_2012\\_50\\_58](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Novfil_2012_50_58). (дата звернення: 15.04.2023)
30. Селіванова О. Сучасна лінгвістика: термінологічна енциклопедія. Полтава: Довікілля-К, 2006. 716 с. URL: <https://slovotvir.org.ua/words/nalashtovuvaty#t37410> (дата звернення: 15.04.2023)
31. Спірін М.В. Розробка програми для організації спортивних турнірів за Швейцарською системою засобами С#. Дипломна робота. Університет Короля Данила, 2019. URL: <https://bit.ly/430GZS7> (дата звернення: 15.04.2023)
32. Трохимець О. Специфіка перекладу англомовних термінів у сфері комп'ютерних технологій на українську мову. Магістерська робота. Полтава, 2021. URL: [https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:DWjUc9s6kRYJ:https://vo.uu.edu.ua/pluginfile.php/572192/mod\\_folder/content](https://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:DWjUc9s6kRYJ:https://vo.uu.edu.ua/pluginfile.php/572192/mod_folder/content) (дата звернення: 15.04.2023)
33. Чередниченко О. Яка держава, такий і переклад. *Українська гуманітаристика: діалог культур між Сходом і Заходом. Зб. статей / За заг. ред. проф. Семенюка Г.Ф. Дискусія III. Націєтворча місія перекладу*. Київ: Агентство «Україна», 2011. 131 с. (дата звернення: 15.04.2023)
34. Чубань А. Особливості перекладу тексту веб-сайтів. *Наукові конференції*. URL: <http://oldconf.neasmo.org.ua/node/871?fbclid=IwAR0Pmuse19m4vgqdN3oPSzsXEq0rppLu0OUY0YzhIIIBxQhKis-cPdBSNlk> (дата звернення: 15.04.2023)
35. Шуляк І.М. Прагматичне транспортування мовленнєвих актів в англомовному художньому дискурсі, *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*. 2019. № 6. С. 246-249. URL:

- [http://philologyjournal.lviv.ua/archives/6\\_2019/44.pdf](http://philologyjournal.lviv.ua/archives/6_2019/44.pdf) (дата звернення: 15.04.2023)
36. Austin J.L. *How to Do Things With Words*. Harvard: University Press, 1981. 169 p. (дата звернення: 15.04.2023)
37. Baker Mona. *In Other Words: a Coursebook on Translation*. London and New York: Taylor & Francis e-Library, 2001. 390 p. URL: [https://www.academia.edu/30517772/Mona\\_Baker\\_In\\_Other\\_Words\\_Coursebook](https://www.academia.edu/30517772/Mona_Baker_In_Other_Words_Coursebook) (дата звернення: 15.04.2023)
38. Blanco Cindy. 2022 Duolingo Language Report. *Doulingo blog*. 2022, December, 6. URL: <https://blog.duolingo.com/2022-duolingo-language-report/#language-learners-rally-behind-ukraine> (дата звернення: 15.04.2023)
39. Cabré M.Teresa. *Terminology, theory, methods and applications*. Philadelphia PA: John Benjamins, 1998. 248 p. URL: [https://www.academia.edu/38151335/\\_M\\_Teresa\\_Cabre\\_Terminology\\_Theory\\_Methods](https://www.academia.edu/38151335/_M_Teresa_Cabre_Terminology_Theory_Methods) (p.194, p. 94) (дата звернення: 15.04.2023)
40. Cova Elena, de la. *Translation Challenges in the Localization of Web Applications*. *Sendeban*. 2016. № 27. P. 235-266. URL: [https://www.researchgate.net/publication/311739184\\_Translation\\_Challenges\\_in\\_the\\_Localization\\_of\\_Web\\_Applications](https://www.researchgate.net/publication/311739184_Translation_Challenges_in_the_Localization_of_Web_Applications) (дата звернення: 15.04.2023)
41. De Palma Donald A., Sargent Benjamin B., Beninatto Renato S. *Can't read won't buy: why language matters on global websites*. Massachusetts: Common Sense Advisory, 2006. 32 p. URL: <https://motsdici.be/wp-content/uploads/2019/04/Article-cant-read-wont-buy.pdf> (дата звернення: 15.04.2023)
42. Esselink Bert. *A Practical Guide to Localization*. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins, 2000. 348 p. p. 66 – 67 URL: [https://books.google.de/books?id=JwGUS1Bt36YC&pg=PA57&hl=de&source=gbs\\_toc\\_r&cad=3#v=onepage&q&f=false](https://books.google.de/books?id=JwGUS1Bt36YC&pg=PA57&hl=de&source=gbs_toc_r&cad=3#v=onepage&q&f=false) (дата звернення: 15.04.2023)
43. Flinn J. 25 trending tech industry statistics [2023]: tech industry demographics, worth and more. *ZIPPIA*. 2023, March 6. URL:

- [https://www.zippia.com/advice/tech-industry-statistics/?fbclid=IwAR2fedLJ\\_PF\\_pwNLGQOKyzhqozZUcuUmhF8UrrJyLAuT36PebTlmo0F7I9k#:~:text=By%20the%20end%20of%202021,grow%20by%206%25%20in%202021](https://www.zippia.com/advice/tech-industry-statistics/?fbclid=IwAR2fedLJ_PF_pwNLGQOKyzhqozZUcuUmhF8UrrJyLAuT36PebTlmo0F7I9k#:~:text=By%20the%20end%20of%202021,grow%20by%206%25%20in%202021) (дата звернення: 15.04.2023)
44. Giddens A. *The Consequences of Modernity*. Stanford: Stanford University Press, 1990. 188 p. (дата звернення: 15.04.2023)
45. Göpferich S. *Textproduktion im Zeitalter der Globalisierung: Entwicklung einer Didaktik des Wissenstransfer*. Tübingen: Stauffenburg-Verl, 2008. 497 S. (дата звернення: 15.04.2023)
46. Gulla F., Germani M., Cavalieri L., Ceccacci S. *Design Adaptable and Adaptive User Interfaces: A Method to Manage the Information*. *Conference Paper* 2014, September. URL:  
[https://www.researchgate.net/publication/276420710\\_Design\\_Adaptable\\_and\\_Adaptive\\_User\\_Interfaces\\_A\\_Method\\_to\\_Manage\\_the\\_Information](https://www.researchgate.net/publication/276420710_Design_Adaptable_and_Adaptive_User_Interfaces_A_Method_to_Manage_the_Information) (дата звернення: 15.04.2023)
47. Guntuku Chandra, Li Mingyang, Tay L., Ungar H L. *Studying Cultural Differences in Emoji Usage across the East and the West*, *Conference Paper*. Conference: ICWSM-2019At: Munich, Germany, 2019 April. URL:  
[https://www.researchgate.net/publication/332182691\\_Studying\\_Cultural\\_Differences\\_in\\_Emoji\\_Usage\\_across\\_the\\_East\\_and\\_the\\_West](https://www.researchgate.net/publication/332182691_Studying_Cultural_Differences_in_Emoji_Usage_across_the_East_and_the_West) (дата звернення: 15.04.2023)
48. Holovatska Y., Protsyshyn T. *Localization as a means of intercultural communication: translation aspect*. *Наукові записки. Серія : Філологічні науки*. Кропивницький : КОД, 2018. Вип. 164. С. 518 – 521
49. *How to obtain a good user interface translation*. *Alamma*. 2021, October 6<sup>th</sup>. URL: <https://alamma.eu/user-interface-translation/?lang=en> (дата звернення: 15.04.2023)
50. <https://www.linkedin.com/pulse/how-obtain-good-translation-user-interface-diana-llorente-msc-mcil/> (дата звернення: 15.04.2023)
51. Ilary Maria. *The challenge of localizing video games for Latin American Spanish*. *MultiLingual*. 2021, March-April. URL:

- <https://multilingual.com/issues/march-april-2021/the-challenge-of-localizing-video-games-for-latin-american-spanish/> (дата звернення: 15.04.2023)
52. Kelly Natally. Speak to Global Customers in Their Own Language, *Harvard Business Review*. 2012, August 03. URL:  
<https://hbr.org/2012/08/speak-to-global-customers-in-t> (дата звернення: 15.04.2023)
53. Llorente Diana. How to obtain a good translation of a user interface. URL:
54. Martínez Miguel Martí. La traducción del humor en los videojuegos: análisis de prioridades y restricciones en League of Legends (Fecha de lectura/ Data de lectura: junio 2018). URL:  
[https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/176809/TFG\\_2018\\_Marti\\_Martinez\\_Miguel.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/176809/TFG_2018_Marti_Martinez_Miguel.pdf?sequence=1&isAllowed=y) (дата звернення: 15.04.2023)
55. Meunier Th. Humanity wastes about 500 years per day on CAPTCHAs. It's time to end this madness. *The Cloudflare Blog*. 2021. May 13. URL:  
<https://blog.cloudflare.com/introducing-cryptographic-attestation-of-personhood/fbclid=IwAR0pSUMQUVMne3ppcFYCMiuCYQyi7Eofla2BOgTMSjzGw1380uqJAC33aAc> (дата звернення: 15.04.2023)
56. O'Bery M. What is Localization? A Beginners Guide on 110n. *Day Translations blog*. 2021, March 5. URL:  
<https://www.daytranslations.com/blog/what-is-localization-a-beginners-guide-on-110n/> (дата звернення: 15.04.2023)
57. Sofiia V. 16 Best Techniques For Creating A User-Friendly Interface. *Geniusee*. 2021, May 11. URL:  
<https://geniusee.com/single-blog/16-techniques-for-creating-a-user-friendly-interface?fbclid=IwAR1bNAxKLw3SRK19Avo57wA96WVjyEwKF4E9naHzXl2jFyL6VGI2J36EEj0> (дата звернення: 15.04.2023)
58. Thomsen Mette. Challenges of localizing our user interface. *Localization Team Lead*. 2019. April, 15. URL:  
<https://www.getyourguide.careers/posts/challenges-of-localizing-our-user-interface> (дата звернення: 15.04.2023)

59. Tyler A. Translating User Interfaces Is Way Harder Than You Think (And You're Probably Doing It Wrong). URL:  
[https://tylerayoung.com/2022/05/02/translating-user-interfaces-is-hard/?fbclid=IwAR3-nKWd\\_j6a1Lihls3vpXgjFL\\_SrgFoXSK8pUsbhBWwjOm5sb3vlgJ2NKY](https://tylerayoung.com/2022/05/02/translating-user-interfaces-is-hard/?fbclid=IwAR3-nKWd_j6a1Lihls3vpXgjFL_SrgFoXSK8pUsbhBWwjOm5sb3vlgJ2NKY)  
(дата звернення: 15.04.2023)
60. Venuti L. Translation, community, utopia. *The Translation Studies Reader* / Ed. by Lawrence Venuti. London and New York: Taylor & Francis, 2004. P. 468-488.  
(дата звернення: 15.04.2023)
- 61.27 Eye-Opening Website Statistics: Is Your Website Costing You Clients?  
*SWEOR*. 2023, March 6<sup>th</sup>. URL:  
<https://www.sweor.com/firstimpressions?fbclid=IwAR2WkxN-j5HzfCzBN5FvzfAHRVPtIWkSskhhxQ4efVHHjj1BAE-c8qTdAk> (дата звернення: 15.04.2023)

### Додвідкові Джерела

62. Генеральний регіонально анотований корпус української мови (ГРАК) / М. Шведова, Р. фон Вальденфельс, С. Яригін, А. Рисін, В. Старко, Т. Ніколаєнко та ін. – Київ, Львів, Єна, 2017-2023. – [uacorpus.org](http://uacorpus.org). (дата звернення: 15.04.2023)
63. Данильчук Д. В. Акт мовленнєвий. *Велика українська енциклопедія*. URL:  
[https://vue.gov.ua/%D0%90%D0%BA%D1%82\\_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%94%D0%B2%D0%B8%D0%B9](https://vue.gov.ua/%D0%90%D0%BA%D1%82_%D0%BC%D0%BE%D0%B2%D0%BB%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%94%D0%B2%D0%B8%D0%B9)  
(дата звернення: 26.04.2023).
64. Загнітко А. Сучасний лінгвістичний словник. Вінниця: «ТВОРИ», 2020. 920 с.  
URL:<https://r.donnu.edu.ua/bitstream/123456789/469/1>(дата звернення: 26.04.2023)
65. Конституція України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996. – с.141.  
URL:<http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80>

(дата звернення: 26.04.2023)

66. Майданчик для пошуку, обговорення та відбору влучних відповідників до запозичених слів *Словотвір*/ред. Лукомський Л., 2023

URL: <https://slovotvir.org.ua/> (дата звернення: 15.04.2023)

67. Словник української мови: в 11 тт. / АН УРСР. Інститут мовознавства; за ред. І. К. Білодіда. — К.: Наукова думка, 1970—1980.

68. Глумачний словник з інформатики / Г.Г. Півняк, Б.С. Бусигін, М.М. Дівізінюк та ін. — Д., Нац. гірнич. ун-т, 2010. — 600 с. (дата звернення: 26.04.2023)

69. Ponomariv blog, BBC, 2014

URL: [https://www.bbc.com/ukrainian/blogs/2014/12/141208\\_ponomariv\\_blog38\\_ko](https://www.bbc.com/ukrainian/blogs/2014/12/141208_ponomariv_blog38_ko)  
(дата звернення: 26.04.2023)

70. Technolex, Settings: настройки, налаштування, настроювання, параметри, установки?

URL: <https://technolex.com/uk/new-tips/settings-nastrojki-nalashtuvannya-nastroyuvannya-parametri-ustanovki.html> (дата звернення: 26.04.2023)

71. Real Academia Española: Diccionario de la lengua española, 23.<sup>a</sup> ed.,

URL: <https://www.rae.es/> (дата звернення: 26.04.2023)

### **Список джерел емпіричного матеріалу**

72. Steam, URL: <https://store.steampowered.com/> (дата звернення: 26.04.2023)

## Додаток

### Тематичний глосарій

Позиції у наведеному глосарії розподілені за категоріями. Кожна окрема категорія у таблиці додатку визначена помаранчевим кольором. Загалом, глосарій складається з трьох тематичних частин (таблиці). Для наочності, тематичний глосарій термінів подано трьома мовами: англійською, іспанською та українською.

Глосарій наведений у Таблиці 1 присвячений жанрам та категоріям відеоігор. У Таблиці 2 подано терміни, які стосуються режимів гри, Таблиця 3 відображає зміст «спеціального розділу» платформи Steam, які пов'язані з технічним обладнанням та іншими характеристиками, які стосуються відеоігор. Задля кращої ілюстрації, усі терміни запропоновані в таблицях, подані у тій самій формі, що й на платформі Steam.

**Таблиця 1**

Action	Acción	Бойовики
Arcade & Rhythm	Arcade y ritmo	Аркади й ритм-ігри
First-Person Shooter	Disparos en primera persona	Стрілянки від першої особи
Third-Person Shooter	Disparos en tercera persona	Стрілянки від третьої особи
Hack & slash	Hack and slash	Рубанина
Fighting & Martial Arts	Lucha y artes marciales	Поєдинки й бойові мистецтва
shmup	Matamarcianos	Перестріляти всіх
Platformer & Runner	Plataforma y corredores	Платформери й бігання
Adventure	Aventura	Пригоди
Story-Rich	Buena trama	Глибокий сюжет
Casual	Casuales	Казуальні ігри
Metroidvania	Metroidvania	Метроїдванії
Visual Novel	Novelas visuales	Візуальні новели
Hidden Object	Objetos ocultos	Приховані об'єкти
Puzzle	Puzles	Головоломки

Adventure RPG	Rol de aventuras	Пригодницькі рольові ігри
<b>Role-Playing</b>	<b>Rol</b>	<b>Рольові</b>
Party-Based	En grupo	Групові ігри
Turn-Based	Por turnos	Покрокові ігри
Rogue-Like	Roguelike	Мандрівні ігри
Action RPG	Rol de acción	Рольові бойовики
Adventure RPG	Rol de aventuras	Пригодницькі рольові ігри
Strategy RPG	Rol estratégico	Стратегічні рольові ігри
JRPG	Rol japonés	Японські рольові
<b>Simulation</b>	<b>Simulación</b>	<b>Симулятори</b>
Hobby & Job	Aficiones y trabajos	Хобі та робота
Farming & Crafting	Agricultura y fabricación	Фермерство й виготовлення
Dating	Citas	Симулятори побачень
Building & Automation	Construcción y automatización	Будівництво й автоматизація
Life & Immersive	De vida e inmersivo	Життя й занурення
Space & Flight	Espacio y vuelo	Космос і літання
Sandbox & Physics	Sandbox y de física	Пісочниці й фізика
<b>Strategy</b>	<b>Estrategia</b>	<b>Стратегії</b>
Card & Board	Cartas y mesa	Карткові й настільні ігри
City & Settlement	Ciudades y asentamientos	Містобудівельні ігри
Tower Defense	Defensa de torres	Захист вежами
Real-Time Strategy	Estrategia en tiempo real	Стратегії в реальному часі
Turn-Based Strategy	Estrategia por turnos	Покрокові стратегії
Grand & 4X	Gran estrategia y 4X	Глобальні стратегії та 4×
Military	Militares	Військові стратегії
<b>Sports &amp; Racing</b>	<b>Deportes y carreras</b>	<b>Спорт і перегони</b>
Racing	Carreras	Перегони
Team Sports	Deportes de equipo	Командний спорт
Individual Sports	Deportes individuales	Індивідуальні види спорту
Fishing & Hunting	Pesca y caza	Риболовля і полювання

Racing Sim	Simulador de carreras	Симулятори перегонів
Sports Sim	Simulador deportivo	Спортивні симулятори
All sports	Todos los deportes	Спорт
<b>THEMES</b>	<b>TEMÁTICAS</b>	<b>ТЕМАТИКА</b>
Anime	Anime	Аніме
Sci-Fi & Cyberpunk	Ciencia ficción y ciberpunk	Наукова фантастика й кіберпанк
Mystery & Detective	Detectives y misterio	Містика й детективи
Space	Espacio	Космос
Open World	Mundo abierto	Відкритий світ
Survival	Supervivencia	Виживання
Horror	Terror	Жахи
Online Competitive	Competitivos en línea	Мережеві змагальні ігри

**Таблиця 2**

<b>Player support</b>	<b>MODOS DE JUEGO</b>	<b>Підтримка гравців</b>
LAN	LAN	Локальні ігри
Local & Party	Local y en grupo	Локальні групові ігри
Multiplayer	Multijugador	Багатокористувацькі
MMO	Multijugador en línea	Масові Багатокористувацькі
Singleplayer	Un jugador	Однокористувацькі ігри

**Таблиця 3**

<b>SPECIAL SECTIONS</b>	<b>MISCELÁNEA</b>	<b>СПЕЦІАЛЬНІ РОЗД...</b>
Free to Play	Free to Play	Вільний доступ
Demos	Demos	Демоверсії
Early Access	Acceso anticipado	Дочасний доступ
Steam Deck	Steam Deck	Steam Deck

Great on Deck	Perfecto para Deck	Чудово на Deck
Controller-Friendly	Compatibles con mandos	Сумісні з контролерами
Remote Play	Remote Play	Remote Play
VR Titles	Títulos de RV	Продукти з ВР
VR Hardware	Hardware de RV	Обладнання ВР
Software	Software	Програми
Saundtracks	Bandas sonoras	Саундтреки
macOS	macos	macOS
SteamOS + Linux	SteamOS + Linux	SteamOS + Linux
For PC Cafés	Para cibercafés	Для інтернет-кафе

## Resumen

El tema de este trabajo está enfocado en la problemática de la reproducción del contenido comunicativo-pragmático y de los términos en la interfaz de usuario. El objeto de estudio son las formas de establecer equivalencias comunicativo-pragmáticas y terminológicas en la traducción de la interfaz de usuario.

El objetivo principal de este estudio es identificar las posibles equivalencias comunicativo-pragmáticas y terminológicas al traducir la interfaz de usuario.

El objetivo del trabajo se realizará mediante las siguientes tareas:

- Identificar las características particulares de la interfaz de usuario como objeto de investigación interdisciplinaria.

- Identificar los actos de habla equivalentes en las interfaces de usuario multilingües.

- Investigar los problemas en la reproducción de los actos de habla de la interfaz de usuario.

- Identificar posibles dificultades a través del análisis de los textos comparables en español y ucraniano de la plataforma Steam.

- Identificar equivalentes terminológicos en el español y el ucraniano en el campo de la industria de los videojuegos.

El trabajo consta de tres capítulos. En el primer capítulo se trata de la interfaz de usuario como objeto de los estudios interdisciplinarios. El segundo capítulo abarca los problemas de reproducción de los actos comunicativos de la interfaz, el contenido comunicativo-pragmático y terminología. El tercer capítulo aborda las dificultades de reproducción del contenido comunicativo-pragmático y terminología de la interfaz de usuario de la plataforma Steam.

En el ámbito científico no existe muchos trabajos relacionados con la traducción de la interfaz de usuario, especialmente de la industria de videojuegos. Con el presente trabajo

pretendemos llamar la atención de los científicos jóvenes y los traductores a este tema, ya que la industria de los videojuegos está ganando mucho terreno y la demanda para la traducción de las interfaces es muy alta. La novedad de este trabajo consta no sólo de este tema en general, sino del análisis de los textos comparables de la interfaz en el idioma español y en el ucraniano.

Para el análisis de los textos comparables en este trabajo hemos utilizado la interfaz de Steam, una de las plataformas de videojuegos más populares.

Al realizar el trabajo hemos utilizado los siguientes métodos: observación, análisis del material empírico, análisis estilístico, comparación y otros.

Nuestra investigación, demuestra que la traducción de la interfaz de usuario es un proceso complejo en el que hay que tener en cuenta numerosos factores lingüísticos y extralingüísticos. Puesto que la interfaz de usuario de la plataforma Steam combina elementos de textos publicitarios con las instrucciones dadas a los usuarios, los traductores pueden enfrentarse con los problemas de transmisión del contenido implícito, los actos de habla expresivos, directivos e imperativos. Al llevar a cabo un estudio práctico, podemos constatar que la expresividad en la plataforma Steam se realiza a nivel sintáctico con la ayuda de oraciones exclamativas y persuasivas. En la interfaz en el idioma ucraniano se utiliza la forma imperativa del verbo para expresar directivas, mientras que las oraciones similares en el español se asemejan más a las afirmaciones y muchas veces destacan una opinión generalmente conocida. Los imperativos dentro del marco de la interfaz de usuario también desempeñan un papel importante, ya que facilitan en gran medida el uso de la interfaz. En la interfaz ucraniana, la incitación a la acción deseada se logra mediante verbos en forma imperativa, mientras que en la interfaz española se utiliza la forma infinitiva del verbo para las mismas situaciones comunicativas. En algunos casos, la imperatividad se transmite a través del tiempo futuro. Es decir, tanto en español, como en ucraniano existe la posibilidad de transmitir la imperatividad de una expresión utilizando otras categorías gramaticales.

Otro problema que puede surgir durante la traducción de la interfaz de usuario es la reproducción de la terminología, ya que actualmente no existen estándares internacionales unificados para su reproducción. Por lo tanto, ante la falta de estándares internacionales, los traductores pueden recurrir a textos comparables de las interfaces de usuario, en particular de la plataforma Steam. Ya que esta plataforma es una de los distribuidores más grandes de videojuegos en el mundo y fue una de las primeras en ofrecer una interfaz en ucraniano para sus usuarios. Además, en el proceso del desarrollo de la interfaz en ucraniano participaron tanto localizadores y traductores profesionales, como expertos de la industria.

Para lograr una traducción adecuada de la interfaz de usuario en general, y específicamente en el ámbito de los videojuegos, no es suficiente dominar las técnicas de traducción. Para traducir adecuadamente la interfaz de usuario en la industria de los videojuegos, es deseable que el profesional demuestre interés en la industria, esté al tanto de las novedades, pueda anticiparse a las expectativas del público y conozca sus hábitos de uso. El traductor también debe prestar atención especial a los aspectos culturales del país receptor. Es importante familiarizarse con una variedad de interfaces de usuario que ya funcionan con éxito en los países para los cuales se realiza la traducción.

Podemos constatar que es esencial evitar la ambigüedad durante la traducción de la interfaz de usuario, que puede manifestarse tanto en aspectos lingüísticos como extralingüísticos. Durante la traducción de la interfaz de usuario a otro idioma, es necesario prestar especial atención a la formulación y a los elementos gráficos con el fin de evitar ambigüedades. En el caso de la industria de videojuegos, es deseable que el traductor sea o bien un jugador, o simplemente tenga interés en el tema y posea una base de conocimientos que le permita anticipar la reacción del usuario ante de un mensaje específico: si será comprensible, si logrará cumplir de manera efectiva la intención pragmática del solicitante de la traducción, si no habrá ambigüedad o una interpretación errónea del mensaje. Puesto que, a diferencia de la comunicación interpersonal directa, en la interfaz del usuario no se puede preguntar o aclarar cierta información, por lo que en la interfaz del usuario toda la información debe ser comprensible desde el primer momento.

En nuestra opinión, la familiaridad del traductor con la temática de la interfaz de usuario, en el caso de nuestro estudio, con la temática de los videojuegos y su desarrollo, facilitará en gran medida el proceso de comprensión de la información y tendrá un impacto positivo en la reproducción del contenido de la interfaz.