

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ імені В. Н. КАРАЗІНА
ФАКУЛЬТЕТ ІНОЗЕМНИХ МОВ
Кафедра перекладознавства імені Миколи Лукаша

Рекомендовано до захисту
Протокол засідання кафедри № _____
від « _____ » листопада 2025 р.
Завідувач кафедри РЕБРІЙ О.В.

(підпис)

КВАЛІФІКАЦІЙНА МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА
Особливості відтворення власних назв у відеоіграх
(на матеріалі гри "Кіберпанк 2077")

Виконавець:

студент II курсу магістратури, групи
АМП-61

Дерновий Володимир Анатолійович

Керівник роботи:

Кальниченко Олександр Анатолійович,
доцент кафедри перекладознавства
імені Миколи Лукаша

Підсумкова оцінка:

за національною шкалою:

кількість балів: _____

Підпис керівника: _____

Кваліфікаційну магістерську роботу захищено на засіданні Екзаменаційної комісії

Протокол № _____ від « _____ » _____ 2025 р.

Голова Екзаменаційної комісії _____

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ПРИНЦИПИ ПЕРЕКЛАДУ ВІДЕОІГОР.....	7
1.1. Типи ігор.....	7
1.2. Переклад чи локалізація.....	8
1.3. Особливості перекладу відеоігор.....	9
1.4 Аспекти локалізації: технічний та культурний.....	13
1.5 Спілки фанатських перекладів у відеоіграх: Визначення та організація.....	16
Висновки до розділу 1.....	19
РОЗДІЛ 2. ПРИНЦИПИ ПЕРЕДАЧІ ВЛАСНИХ НАЗВ ТА ІМЕН.....	20
2.1. Типи власних назв.....	20
2.2. Основні способи передачі власних назв.....	20
2.3. Проблеми передачі власних назв.....	23
2.4 Конфлікт принципів: евфонія проти ідентичності.....	31
Висновки до розділу 2.....	34
РОЗДІЛ 3. ОСОБЛИВОСТІ ВІДТВОРЕННЯ ВЛАСНИХ НАЗВ У ВІДЕОІГРАХ (НА МАТЕРІАЛІ ГРИ «КІБЕРПАНК 2077»).....	36
3.1. Аналіз способів передачі на основі вибірки.....	36
3.2. Характеристика досліджуваних онімів міста Найт-Сіті.....	38
Висновки до розділу 3.....	54
ЗАГАЛЬНІ ВИСНОВКИ.....	55
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	59
SUMMARY.....	67

ВСТУП

У сучасному цифровому світі відеоігри стали важливим сегментом глобальної культури, виконуючи не лише розважальну функцію, а й слугуючи потужним засобом комунікації та культурного обміну. У зв'язку з цим, локалізація відеоігор набуває особливої значущості, оскільки дозволяє користувачам з усього світу зануритися в ігровий світ рідною мовою; зокрема, в Україні останнім часом значно зріс попит на україномовні локалізації. Цей напрям перекладацької діяльності, який вимагає не лише мовної компетенції, а й розуміння технічних, соціальних та культурних аспектів, є одним із найдинамічніших, про що свідчить успішний приклад української локалізації гри «Кіберпанк 2077». Особливо важливим елементом локалізації є передача власних назв та імен персонажів, бо вони формують художню атмосферу, відображають культурні відсилання та сприяють зануренню у сюжет.

Актуальність дослідження полягає в тому, що переклад відеоігор є складним завданням, яке вимагає не лише знання мов, а й глибокого розуміння культурних контекстів. Аналіз українського перекладу “Cyberpunk 2077” дозволить оцінити якість локалізації та виявити потенційні проблеми. Cyberpunk 2077 є однією з найпопулярніших відеоігор сучасності, що має величезну аудиторію по всьому світу. Це свідчить про її вплив на культуру та мову. Гра пропонує глибоко пропрацьований світ з різноманітними культурами та персонажами, що мають імена та назви, які відіграють важливу роль у створенні атмосфери та передачі сюжету.

Об’єктом дослідження є передача українською мовою імен та власних назв у перекладі відеоігри “Cyberpunk 2077”. Вибір цього об’єкта зумовлений кількома факторами:

Предметом дослідження є способи передачі імен та власних назв, що гравці можуть зустріти у грі.

Метою дослідження є аналіз українського перекладу імен та власних назв у відеогрі Cyberpunk 2077 з метою визначення його впливу на сприйняття гри українською аудиторією та виявлення можливостей використання відеоігор як інструменту вивчення мов.

Завдання дослідження:

1. Провести аналіз існуючих досліджень щодо впливу відеоігор та кіно на вивчення мов.
2. Описати особливості українського перекладу імен та власних назв у відеогрі Cyberpunk 2077.
3. Виявити відповідність українського перекладу культурним та лінгвістичним нормам.
4. Оцінити вплив перекладу на сприйняття гри українською аудиторією.

Матеріалом дослідження слугували власні назви та імена, вибрані з оригінальної англomовної версії та української локалізації відеогри «Кіберпанк 2077» (Cyberpunk 2077). Окрім текстового матеріалу самої гри, до корпусу дослідження було включено власні назви, отримані з офіційних джерел та ресурсів, присвячених обраній відеогрі, зокрема Cyberpunk Fandom Wiki. Обсяг досліджуваного матеріалу становить 129 одиниць, серед яких антропоніми (імена персонажів), топоніми (назви локацій), ергоніми (назви корпорацій, банд, закладів). Вибір цього матеріалу обґрунтовано унікальністю жанру кіберпанку, високою концентрацією в ньому власних назв та імен з різних культур, та нагальною потребою у виробленні єдиних стратегій перекладу для інтерактивних медіа.

Для досягнення поставленої мети та реалізації завдань дослідження було застосовано комплекс загальнонаукових та спеціальних **методів дослідження**, розроблених у лінгвістиці та перекладознавстві.

1. Описовий метод – застосовувався для загальної характеристики досліджуваного корпусу обраної лексики, а також для систематизації та

класифікації власних назв за їхніми категоріями (антропоніми, топоніми, ергоніми).

2. Порівняльно-зіставний метод – став основним для виявлення спільних та відмінних рис у передачі власних назв з англійської мови на українську та визначення використаних перекладацьких трансформацій.

3. Метод лексико-семантичного аналізу – використовувався для вивчення внутрішньої форми, етимології та семантичного навантаження власних назв, а також для встановлення ступеня їхньої культурної приналежності.

4. Метод класифікації – застосовано для систематизації та групування виявлених перекладацьких стратегій (транслітерація, транскрипція, калькування) відповідно до типу власної назви та її функції у грі.

Методика дослідження та розроблені на її основі прийоми аналізу виносяться в окремий підрозділ роботи під номером 2.1.

Наукова новизна дослідження обумовлена тим, що у цій роботі вперше в українському перекладознавстві було здійснено комплексний системний аналіз перекладу ономастичної лексики на матеріалі відеогри «Кіберпанк 2077», що створює прецедент для дослідження перекладацьких проблем у сфері інтерактивних медіа. Також було уточнено та систематизовано класифікацію перекладацьких трансформацій власних назв з урахуванням ігрової специфіки та жанру кіберпанку, де власні назви часто виконують функцію прихованого коментування та створення атмосфери.

Практичне значення отриманих результатів полягає в можливості їхнього використання у практиці перекладу при локалізації інтерактивних медіапродуктів (відеоігор, інтерактивних фільмів) та при роботі з текстами жанру наукової фантастики та кіберпанку, а також у навчальному процесі при викладанні теоретичних курсів з «Теорії та практики перекладу», а також спецкурсу «Переклад у сфері ІТ та локалізація відеоігор».

Апробація результатів дослідження: основні положення та результати кваліфікаційної магістерської роботи були оприлюднені та обговорені на студентській науковій конференції «Актуальні проблеми теорії, історії та методики навчання перекладу» (22 листопада 2025 р.), а також освітлені у статті «Особливості відтворення власних назв у відеоіграх (на матеріалі гри "Кіберпанк 2077")».

Структура та обсяг кваліфікаційної магістерської роботи: кваліфікаційна магістерська робота має традиційну структуру і складається із Титульної сторінки, Змісту, Вступу, трьох розділів, Висновків та Списку використаних джерел. Повний обсяг роботи становить 51 сторінку основного тексту. Список використаних джерел налічує 88 позицій, серед яких 62 – іноземною мовою.

РОЗДІЛ 1. Загальні принципи перекладу відеоігор

1.1. Типи «ігор»

Питання коректного використання термінів "відеогра" (*Video Game*) та "комп'ютерна гра" (*Computer Game* або *PC Game*) є ключовим для академічного аналізу ігрової індустрії. Хоча сьогодні вони часто використовуються як синоніми, їхнє історичне розмежування чітко простежується у західній термінологічній традиції.

Історично, у Північній Америці та Західній Європі, ці два терміни розрізнялися переважно за типом апаратної платформи. Термін "відеогра" був ширшим і використовувався для позначення ігор, які запускалися на спеціалізованих електронних пристроях, головною функцією яких було виведення зображення на екран. Сюди входили консолі (такі як PlayStation, Xbox, Nintendo), аркадні автомати та кишенькові ігрові пристрої. Суть полягала в тому, що ці пристрої були створені виключно для розваг.

На противагу цьому, термін "комп'ютерна гра" застосовувався суто до ігор, які функціонували на універсальних персональних комп'ютерах (PC). ПК, як відомо, є багатофункціональними пристроями, що використовуються для широкого спектра завдань: офісної роботи, програмування, навчання та мультимедіа, а гра є лише однією з їхніх функцій. Таким чином, західна традиція чітко виділяла PC-геймінг від консольного геймінгу, використовуючи ці терміни для платформної конкретизації. [55, с. 63-65]

Однак, в українському мовному та ігровому просторі ситуація склалася інакше. Тут спостерігалася синонімізація цих понять. Протягом 1990-х та 2000-х років, коли ігрова культура в Україні активно формувалася, перевага надавалася терміну «комп'ютерна гра», який узагальнював будь яку гру з будь якої платформи. Це було пов'язано з тим, що саме персональні комп'ютери домінували на ринку та були основним засобом доступу до ігрового контенту для більшості українців.

У результаті, для українського геймера ці слова мали однаковий сенс – електронна розвага. Використання слів "відеогра" чи "комп'ютерна гра" було взаємозамінним і не позначало принципової різниці між платформами. Геймери в Україні використовували ці терміни як повні синоніми, на відміну від європейських чи американських фахівців, де платформова ідентифікація була критичною.

На сьогоднішній день, з розвитком мобільних ігор, термін «відеогра» набуває статусу узагальнюючого. Він охоплює всі форми електронних ігор: ігри для ПК, консольні ігри, мобільні ігри тощо. Термін «комп'ютерна гра» зберігся, але найчастіше використовується для чіткого позначення ігор, призначених саме для персональних комп'ютерів. Таким чином, хоча історично Україна використовувала ці терміни як тотожні, сучасна термінологічна практика схиляється до «відеогра» як найбільш широкого і всеосяжного визначення.

1.2. Переклад чи локалізація

Хоча терміни переклад та локалізація часто використовують як взаємозамінні, вони позначають суттєво різні процеси в адаптації продукту чи контенту для нової аудиторії. Термін і поняття «переклад» мають полісемантичний характер, а їхнє загальне і найзагальніше значення переважно асоціюється з дією або процесом передачі/вираження значення/змісту слова, групи слів, речення або уривка (більшого тексту) з мови оригіналу мовою перекладу або з результатом процесу/дії передачі. [9, с. 10.] Тобто, якщо казати простими словами, переклад – це проста передача тексту таким чином, щоб людині, яка не розмовляє мовою оригіналу було зрозуміло про що йдеться в тексті. У той час як локалізація – це процес, що передбачає адаптацію продукту до мовних та культурних особливостей цільової аудиторії (країни/регіону та мови), де він буде використовуватися та продаватися [66, с. 29]. Або іншими словами, якщо

переклад це просто передача слів та сенсу іншою мовою, то локалізація це повна адаптація тексту та його посилів до культури, гумору, та реалій тієї країни, на чию мову перекладають.

1.3. Особливості перекладу відеоігор

Переклад відеоігор (локалізація) є відносно новим, але надзвичайно важливим напрямом у сучасному перекладознавстві. На відміну від перекладу текстів, фільмів чи програмного забезпечення, локалізація відеоігор вимагає комплексного підходу, оскільки поєднує в собі елементи перекладу художнього твору, технічної документації та маркетингових матеріалів. Основна мета локалізації — не просто перекласти текст, а адаптувати гру до культурних, мовних та соціальних особливостей цільової аудиторії, зберігаючи при цьому оригінальну атмосферу та ігровий досвід. Локалізація відеоігор стикається з низкою унікальних проблем, які відрізняють її від інших видів перекладу.

Мультиmodalність та взаємодія є важливим фактором, який треба враховувати при перекладі. Відеоігри — це мультимедійний продукт, що поєднує текст, звук, зображення, відео та інтерактивні елементи. Перекладач повинен враховувати, як текст буде виглядати на екрані, чи відповідає він обмеженням за довжиною, чи синхронізується з анімацією персонажів та звуковою доріжкою.

Контекстуальна залежність дуже часто додає роботи перекладачам. Текст у грі часто не має сенсу поза ігровим контекстом. Наприклад, репліка персонажа, що складається з одного слова, може набувати зовсім іншого значення залежно від ігрової ситуації, що вимагає від перекладача глибокого розуміння сюжету та процесу гри. Але часто перекладачі можуть отримати лише окремі фрази, при цьому не маючи поняття, як вони будуть виглядати на екрані або в якій ситуації будуть вимовлятися. Це вимагає від перекладачів глибокого розуміння сюжету, ігрового процесу та персонажів. Також професійні команди локалізаторів часто запитують у розробників

знімки екрану, відео або доступ до ранньої версії гри, щоб отримати повний контекст.

Мовна креативність є важливою характеристикою перекладача відеоігор. У відеоіграх часто зустрічаються вигадані слова, сленг, неологізми, імена персонажів та назви локацій, які не існують у реальному світі. Перекладачеві необхідно не просто транскрибувати їх, а створити власні, оригінальні відповідники, які будуть зрозумілими та привабливими для гравців. Це стосується, зокрема, назв магічних заклинань, містичних істот чи футуристичних технологій. Але треба знати міру, бо перенасичення креативністю та занадто часте використання доместикації може ускладнити розуміння тексту гравцем, та призвести до небажаних наслідків для перекладачів та українських геймерської спільноти. [4]

Обмеження при перекладі інтерфейсу дуже часто змушують перекладачів подумати про зміну професії. Елементи інтерфейсу, меню, спливаючі підказки та елементи HUD (Head-Up Display – шкала здоров'я персонажа, міні-мапа, показчик кількості патронів, спідометр, тощо) мають суворі обмеження за кількістю символів у рядку. Український переклад, як правило, довший за англійський текст, що створює певні труднощі. Наприклад, англійське слово Upgrade може перекладатися як Покращення, що набагато довше, або як Оновлення, що теж може не вміститися. У таких випадках перекладач змушений шукати компроміси, скорочувати слова або повністю переосмислювати фразу, щоб зберегти її суть, не порушуючи при цьому візуальний дизайн. Прикладами також є: назва предмета в інвентарі, текст у діалоговому вікні або підказка на екрані завантаження.

Інтерфейс гри не повинен руйнувати готовність гравця «призупинити» свою недовіру щодо «реальності» гри. На відміну від інтерфейсу звичайної програми, який інтегрований у програму, він існує як напівпрозорий шар між світом гри та світом гравця. Тому він повинен бути як непомітним, так і повністю функціональним. [56, с. 122]

Цей пункт пов'язаний з пунктом про мовну креативність, бо через велике бажання перекладача показати на що він здатен, або навпаки, через надмірне бажання перекладача не працювати, постраждати може гравець. Як приклад такої ситуації, де гравець отримав переклад поганої якості через провину перекладача, можна взяти реліз гри “Alan Wake 2”, від фінської студії Remedy Entertainment. На щастя українських геймерів, українська текстова локалізація була присутня з першого дня випуску, але її якість ніяк не відповідала стандартам сучасного перекладу відеоігор. Гравці отримали сирий машинний переклад, який можна було побачити ще у головному меню гри, у вигляді опції «Кредити», коли насправді малося на увазі «Титри», як переклад англійського “Credits”. У грі ж гравці могли побачити недоречні скорочення, такі як «Іг. Процес» («Ігровий процес» або «Ігролад»), «Завантаж.» («Завантажити»), тощо. Також в одному моменті, коли у грі два персонажі вели розмову, субтитри реплік обох злиплися до купи, та разом з'явилися на екрані, при цьому закриваючи всю його нижню половину [14]. Це не всі проблеми, які були у грі в перший день релізу, та і на щастя вони були виправлені, але гравці все запам'ятали, і точно не скоро забудуть.

Узгодженість термінології – це один із найважливіших і найскладніших аспектів локалізації відеоігор. На відміну від перекладу художньої літератури, де стиль і вибір слів можуть варіюватися, у відеоіграх послідовність у використанні термінів є критично важливою для ігрового досвіду та розуміння гравцем ігрового світу. Якщо назва одного й того ж предмета, заклинання чи локації змінюється від репліки до репліки, це не тільки збиває з пантелику, а й може зламати занурення в ігровий процес.

Ця проблема стає особливо гострою у великих, комплексних іграх, а також у ігрових серіях. У таких випадках розробники створюють величезні ігрові всесвіти з унікальною термінологією: імена персонажів, назви рас, магичні артефакти, назви місцевостей та фракцій. Кожен із цих термінів має

бути перекладений однаково щоразу, коли він з'являється у грі. Наприклад, якщо у грі є меч *“Sword of Light”*, він має бути перекладений як *«Меч Світла»* як у діалогах, так і в описі предмета, і в назвах завдань. Неприпустимо, щоб в одному місці він називався *«Меч Світла»*, а в іншому — *«Клинок Світу»*, оскільки це створює плутанину.

Щоб забезпечити цю узгодженість, перекладачі використовують спеціальні інструменти та методики. Одним з основних є створення глосарію термінів або термбанку. Це свого роду словник, у якому заздалегідь фіксуються переклади ключових слів та термінів. Такий глосарій створюється на ранніх етапах проекту і постійно оновлюється. У ньому можуть міститися не лише переклади, а й короткі пояснення до кожного терміна, щоб усі учасники команди розуміли його значення та контекст. Наприклад, у глосарії може бути вказано, що *“Mana”* перекладається як мана, а не «енергія» чи «сила», і пояснено, що це ресурс, який використовується для застосування заклинань.

Крім того, для підтримки узгодженості використовуються спеціалізовані CAT-інструменти (Computer-Assisted Translation), які допомагають автоматизувати процес перекладу. Ці програми мають пам'ять перекладів, яка зберігає всі раніше перекладені сегменти тексту. Коли перекладач зустрічає вже відомий термін або фразу, програма автоматично пропонує раніше затверджений варіант, що суттєво зменшує ризик помилок і невідповідностей. Завдяки таким інструментам, навіть якщо над локалізацією працює велика команда перекладачів, кінцевий результат буде виглядати так, ніби його створила одна людина.

Таким чином, будь яка неузгодженість термінології збільшує ризики того, що занурення гравця зламається, та він почне більше усвідомлювати факт того, що це всього лише відеогра. І це є проблемою для кожної з мов локалізації. Навіть найменша помилка у локалізації здатна знищити всю внутрішню ігрову реальність, яку гра будувала від самого головного меню.

Речення у мові перекладу мають мати ту саму мету, яку собі має мова оригіналу. [57, с. 39-40]

1.4 Аспекти локалізації: технічний та культурний

Процес локалізації відеоігор є набагато ширшим, ніж здається на перший погляд, і включає в себе не тільки переклад, а й цілий ряд додаткових, часто неочевидних завдань. Щоб повністю розкрити цю тему, важливо заглибитися у технічні та маркетингові аспекти, які також є невід'ємною частиною успішного виходу гри на новий ринок.

Інтернаціоналізація, тобто підготовка цифрового контенту для використання різними мовами, а також для легкої локалізації, значно зменшила обсяг роботи з локалізації, який видавці хотіли б звести до перекладу, максимально усунувши дорогі роботи з переробки програмного забезпечення, його перебудови та тестування. Цифрові видавці на власному досвіді переконалися у високій вартості локалізації після релізу, тому найпрогресивніші з них вирішили перенести локалізацію вище за список, тобто ближче до команд дизайнерів і розробників, починаючи з «розумного» дизайну та розробки контенту, що сприяє локалізації. У наш час інтернаціоналізація це технічний процес, який відбувається на етапі розробки гри, під час якого створюється фаховий текст, що є незалежним від національної традиції. [72, с. 211]

Метою цього процесу є:

1. Заощадження коштів на локалізації технічної документації до національних стандартів ринків збуту
2. Зрозумілість тексту за межами власної культури
3. Можливість повторного використання окремих сегментів тексту для публікації [13, с. 153]

Також задачею інтернаціоналізації перегляд та модифікація програмного коду гри з метою прибирання будь яких елементів коду, які можуть відрізнятися залежно від географічного розташування, мовних, або

культурних відмінностей ринку [64]. Це означає, що програмісти створюють код, за допомогою якого можна легко проводити адаптацію гри до різних мов, шрифтів, форматів дати та часу, валют та інших регіональних особливостей. Наприклад, замість того, щоб вшити текст “Game Over” безпосередньо в код, його виносять в окремий файл, що дозволяє локалізатору легко його замінити на файл з фразою «Гру завершено», або на будь який інший файл. Відсутність інтернаціоналізації часто стає причиною багатьох проблем, в яких перекладач стикається з незмінними елементами в грі або неможливістю відобразити кирилицю.

Крім того, локалізація торкається маркетингових матеріалів. Переклад гри не обмежується лише її внутрішнім контентом. Необхідно також адаптувати назви, слогани, трейлери, описи в онлайн магазинах (наприклад, Steam, Epic Games Store) та рекламні кампанії. Назва гри, яка добре звучить англійською, може втратити свою привабливість або навіть мати негативні конотації українською. Тому локалізатори та маркетологи працюють разом, щоб знайти найкращий варіант, який буде продавати продукт на новому ринку. Наприклад, назва “Baldur's Gate” була вдало локалізована як «Брама Балдура», що є точним, але назва “God of War” залишилася без перекладу, щоб зберегти впізнаваність бренду.

Важливим елементом, який часто ігнорується, є переклад культурних алюзій та ігор слів. У багатьох іграх, особливо в RPG (*Role-Playing Game*) або пригодницьких іграх, діалоги містять численні відсилання до відомих книг, фільмів, історичних подій або жартів. Дослівний переклад цих алюзій не завжди працює, оскільки вони можуть бути невідомі українській аудиторії. У таких випадках перекладач має вирішити, чи зберегти оригінальну алюзію (додавши виноску або пояснення), чи замінити її на еквівалент, який буде зрозумілим для місцевого гравця. Це вимагає не тільки глибоких знань обох культур, а й творчого підходу. Наприклад, жарт про американського президента може бути замінений на жарт про відомого українського політика, щоб зберегти комедійний ефект.

Також слід пам'ятати про управління проектами локалізації. Це складний процес, що включає координацію роботи перекладачів, редакторів, тестувальників, а іноді й акторів озвучення. Процес може бути ускладнений через те, що розробники часто надають текст для перекладу частинами, у міру його написання, або навпаки, дають весь текст вже готового продукту, та ставлять неможливі дедлайни. Задля вирішення цих проблем професійні команди локалізаторів використовують спеціальні системи управління проектами, щоб відстежувати прогрес, забезпечувати узгодженість та вчасно здавати готові матеріали, адже затримка в локалізації може відкласти реліз гри на цілий ринок.

LQA (Localization Quality Assurance) починається після того, як основний переклад і озвучення виконані. Тестувальники, які є носіями мови перекладу, грають у гру, але не так, як звичайні гравці. Вони систематично перевіряють кожен рядок тексту, кожне меню, кожен спливаючий екран. Вони звертають увагу на те, як текст відображається на екрані. [52] Часто перекладений текст може бути довшим за оригінальний, що призводить до його обрізання, накладання на інші елементи інтерфейсу або неправильного форматування. Такі проблеми, як, наприклад, слово, що не вмістилося в кнопку, або рядок, що виліз за межі діалогового вікна, є типовими помилками, які знаходить LQA.

Крім візуальних неточностей, тестування включає перевірку контекстуальної правильності. Тестувальники оцінюють, наскільки переклад відповідає ігровій ситуації. Наприклад, якщо персонаж звертається до гравця–жінки, але в перекладі використовується чоловічий рід, це є критичною помилкою [52]. Так само, якщо у грі є динамічні рядки, де текст змінюється залежно від ігрових подій, тестувальник перевіряє, чи коректно вони відображаються. Наприклад, фраза «Ви знайшли 5 золота» має бути правильною, незалежно від кількості, що підставляється.

Ще одним важливим аспектом LQA є культурна перевірка. Тестувальники аналізують, чи не містить локалізована версія образливих

виразів, неприйнятних жартів або культурно нечутливих елементів. Це може стосуватися символів, кольорів, гумору, релігійних чи політичних відсилок, які можуть бути інакше сприйняті на новому ринку. [52] Наприклад, деякі візуальні елементи, що мають негативне значення в певній культурі, можуть бути замінені або відредаговані.

Результатом роботи LQA–тестувальника є детальний звіт про знайдені помилки, який передається команді розробників. У цьому звіті зазначається не тільки опис помилки, а й її розташування (наприклад, назва файлу, рядок тексту), скриншот або відео, що демонструє проблему. Тільки після того, як усі знайдені помилки будуть виправлені, локалізована версія гри вважається готовою до релізу. Таким чином, LQA є фінальним етапом, який гарантує, що гра на новому ринку буде настільки ж якісною, як і її оригінальна версія.

Таким чином, локалізація – це не просто лінгвістична послуга, а цілісний проект, що вимагає взаємодії фахівців різних профілів для досягнення єдиної мети: зробити ігровий досвід однаково захопливим для гравців у всьому світі.

1.5 Співки фанатських перекладів у відеоіграх: Визначення та організація.

Але не всі мови є такими ж популярними як, наприклад, англійська, французьку чи німецьку. Великі розробники ігор часто не мають бажання замовляти переклади непопулярними мовами, часто через те, що витрати на переклад не покриваються продажами гри у тому регіоні. У такому випадку в починають діяти фанати, які збираються у групу, та починають самі перекладати їхню улюблену гру.

В Україні також існують такі фанати, і останніми роками їх стало набагато більше, та вони стали працювати набагато ефективніше. Співки фанатських перекладів, або волонтерської локалізації, є неформальними чи офіційно оформленими об'єднаннями ентузіастів, які створюють

україномовні версії (переважно текстові субтитри) відеоігор, які не отримали офіційної підтримки українською мовою від розробників чи видавців.

1.5.1. Організаційно-правові форми та фінансування

Більшість спілок починали та продовжують свою роботу на волонтерських засадах, керуючись ідеєю популяризації української мови в ігровому середовищі.

Успішні спілки почали виконувати замовлення на офіційну локалізацію від ігрових студій, зокрема українських (наприклад, студія «Шлякбित्रаф» співпрацювала зі студією “Frogwares” над серією ігор про Шерлока Холмса [23]). Це демонструє перехід від суто фанатської до напівпрофесійної діяльності.

1.5.2. Обсяг та сфера діяльності

Переважно можна зустріти текстову локалізацію. Більшість проєктів зосереджені на перекладі субтитрів, інтерфейсу та історії внутрішньоігрового світу, оскільки повноцінне озвучення є дорогим і рідко фінансується волонтерами. Це дозволяє студіям працювати над проєктами будь якого калібру, від класики до AAA-проєктів: Спілки охоплюють широкий спектр ігор: від культової класики (Half-Life, Quake) до сучасних високобюджетних релізів, що перед їх виходом отримали величезну кількість реклами, чия розробка тривала від 3 до 5 років, та від яких очікують багатомільйонний прибуток [85] (S.T.A.L.K.E.R. 2: Heart of Chornobyl, Cyberpunk 2077).

1.5.3. Важливість фанатських перекладів для українських геймерів

Фанатські переклади відіграють критичну роль у формуванні україномовного ігрового простору та підтримці національної культури в умовах глобалізації. Вони допомагають гравцям з України подолати мовну домінацію. Протягом багатьох років ринок відеоігор в Україні був домінований російськомовним контентом. Волонтерська локалізація

створює життєздатну альтернативу, дозволяючи гравцям відмовитися від російських перекладів.

Також такі студії зробили свій внесок у підвищення доступності контенту. Переклади роблять ігри зі складним сюжетом доступнішими для гравців, які недостатньо володіють англійською мовою. Це дозволяє повноцінно зануритися в сюжет, діалоги та складну ігрову термінологію, сприяючи сприйняттю відеоігор як повноцінного мистецького твору.

Загалом такі студії допомагають розвивати українську ігрову термінологію. Спільки перекладачів активно працюють над уніфікацією та створенням якісної української термінології у сфері відеоігор, збагачуючи мову новітніми словами та висловами [73].

1.5.4. Соціально-економічне та політичне значення

Такі переклади демонструють збільшення попиту. Ініціативи волонтерів доводять світовим розробникам існування значного та платоспроможного попиту на українську мову. Це стало одним із ключових факторів, що стимулював такі великі студії, як Larian Studios [1] та Remedy Entertainment [22], додавати українську мову офіційно.

Фанатський переклад часто передує офіційному. Іноді розробники надають волонтерам доступ до файлів або навіть укладають з ними контракти, перетворюючи фанатський переклад на офіційну локалізацію.

Після 2014 та особливо 2022 року, українізація відеоігор стала частиною ширшого процесу деколонізації культурного простору та зміцнення національної ідентичності в цифровому середовищі.

Висновки до розділу 1

1. У західній традиції терміни «відеогра» та «комп'ютерна гра» історично розрізнялися за платформою, проте в українському просторі вони були синонімізовані, а сьогодні «відеогра» набуває статусу універсального узагальнюючого терміна.

2. На відміну від простої передачі тексту, якою є переклад, локалізація є комплексним процесом повної адаптації продукту до мовних та культурних особливостей цільової аудиторії.
3. Локалізація відеоігор є мультимодальною і вимагає врахування контекстуальної залежності, мовної креативності та суворих обмежень інтерфейсу, а для забезпечення якості необхідна узгодженість термінології.
4. Успішна локалізація включає інтернаціоналізацію (технічну підготовку коду) та LQA (Localization Quality Assurance) – фінальне тестування на візуальну, контекстуальну і культурну коректність, а також адаптацію маркетингових матеріалів.
5. Спілки фанатських перекладів є волонтерськими об'єднаннями, що створюють україномовні локалізації, сприяючи подоланню мовної домінації та демонструючи світовій спільноті попит на український контент.

РОЗДІЛ 2. Принципи передачі власних назв та імен

Під час локалізації саме власні назви займають найбільший відсоток у базах САТ–інструментів. Власні назви є найважливішою частиною перекладу будь яких книжок, фільмів, ігор, тощо.

2.1. Типи власних назв

У перекладознавстві виділяють кілька типів власних назв, вибір яких залежить від низки факторів, включаючи їхнє мовне походження та наявність усталених норм. Існує декілька типів власних назв, наприклад: антропоніми (імена людей), топоніми (географічні назви), теоніми (назви божеств), зооніми (клички тварин), астроніми (назви небесних тіл), космоніми (назви зон космічного простору і сузір'їв), ергоніми (назви об'єднань людей), хрононіми (назви відрізків часу, пов'язані з історичними подіями), ідеоніми (назви об'єктів духовної культури), хрематоніми (назви об'єктів матеріальної культури) та ін. [10, с. 187], але серед найпоширеніших категорій, з якими перекладачам доводиться працювати найчастіше, можна виділити:

Антропоніми – власні імена людей (особисті імена, прізвища, псевдоніми) [5, с. 29].

Топоніми – власні назви географічних об'єктів (країни, міста, вулиці, гори) [5, с. 690].

Ергоніми – власні назви всіх суб'єктів діяльності соціальної, політичної та економічної сфер (організацій, підприємств, товарів, фірм, брендів) [6, с. 33].

2.2. Основні способи передачі власних назв

У перекладознавстві виділяють декілька основних методів передачі, які у перекладах можна зустріти найчастіше.

2.2.1. Транскрипція

Транскрипція – спосіб запису усного мовлення з метою найточнішої передачі вимови [12, с. 143]. При цьому перекладач максимально наближається до оригінальної вимови, враховуючи фонетичні та орфографічні правила української мови. Наприклад, німецьке Schiller передається як Шиллер, а японське Kyoto – як Кіото. Важливість цього методу підкреслюється необхідністю розробки єдиних правил транскрипції для різних мов, оскільки їхня відсутність або некоректне застосування може призвести до значної невідповідності у передачі одних і тих самих назв.

Наступні приклади з матеріалу дослідження демонструють застосування вищезазначених принципів транскрипції власних назв. Антропоніми, зокрема, часто транскрибуються, зберігаючи впізнаваність звучання, як це видно на прикладах: Solomon Reed передається як Соломон Рід, Johnny Silverhand – як Джонні Сільвергенд, а Rosalind Myers – як Розалінда Маєрс.

Аналогічна методика використовується і для топонімів. Так, назва міста Night–City транслітерується як Найт–Сіті, а назва району Charter Hill – як Чартер–Гілл.

Крім того, транслітерації підлягають і ергоніми. Серед них можна виділити такі приклади: назви корпорацій Arasaka та Militech передаються як Арасака та Мілітех відповідно, а назви менших організацій чи брендів Herrera та Villefort транслітеруються як Еррера та Вільфор.

2.2.2. Транслітерація

Транслітерація – побуквена передача текстів і окремих слів, записаних однією графічною системою, засобами іншої графічної системи [12, с. 145]. На відміну від транскрипції, яка орієнтована на звук, транслітерація сфокусована на графічному відтворенні. Цей метод часто використовується для стандартизації передачі назв в офіційних документах, бібліографічних описах, на картах, а також у комп'ютерних системах, де

важлива однозначність і зворотність перетворення. Слід зазначити, що транслітерація не завжди точно відображає вимову, проте забезпечує системність. Прикладом, що демонструє принцип транслітерації, є Постанова Кабінету Міністрів України № 55 від 27 січня 2010 р. «Про впорядкування транслітерації українського алфавіту латиницею» [17].

Варто зазначити, що у той час як деякі дослідники розрізняють транскрипцію та транслітерацію як щось різне, за Карабаном правильно вважати їх частиною одного способу перекладу, які разом зі змішаним транскодуванням та адаптивним транскодуванням складають один спосіб перекладу, а саме транскодування [7, с. 282].

Серед антропонімів зустрічається “Malorian”, яке передається як «Малоріан». Важливо зазначити, що хоча це є прикладом транскрипції, в контексті даного розділу воно слугує для демонстрації загального принципу адаптації власних назв з латинського алфавіту на кириличний.

Що стосується топонімів, назва району Argoyo є прикладом, який також підпорядковується цьому способу, та передається як Арройо.

Також, серед ергонімів фігурує назва Arch, яка відповідно транслітерується як Арч.

2.2.3. Калькування

Калькування – копіювання іншомовного слова за допомогою свого, незапозиченого матеріалу; по морфемний переклад іншомовного слова [12, с.230]. Цей метод передбачає буквальний або покомпонентний переклад складових частин назви із збереженням її синтаксичної структури та внутрішнього змісту. Наприклад, назва White House перекладається як Білий дім, а The Rocky Mountains – як Скелясті гори. Цей метод особливо ефективний для перекладу назв організацій, установ, періодичних видань та географічних об'єктів з описовими назвами.

Калькування активно застосовується для перекладу антропонімів, зокрема прізвищ, що є невід'ємною частиною імені персонажа. Так, ім'я Declan “Brick” Griffin передається як Деклан «Цегла» Гріффін (калькування

прізвиська “Brick” – «Цегла»), а Carl “Dodger” Robinson – як Карл «Спритник» Робінсон (калькування прізвиська “Dodger” – «Спритник»).

Цей метод також використовується для топонімів, як, наприклад, Congo Plaza, що передається як Майдан Корпорацій.

Серед ергонімів калькування також є поширеним явищем: назва “Black Sapphire” перекладається як «Чорний сапфір», та назва Heavy Hearts – як «Важкі серця».

2.2.4. Змішаний (комбінований) метод

Це такий спосіб перекладу, в межах якого поєднуються транскрипція й транслітерація, транскрипція й описовий спосіб, транслітерація й описовий спосіб та інші [2, с. 280].

Досить часто для перекладу складних власних назв застосовується комбінація вищезазначених методів. Це відбувається, коли назва містить як унікальні, неперекладні елементи, так і компоненти, що мають смислове значення. Подібний підхід дозволяє досягти максимальної точності та зрозумілості перекладу. Наприклад, у назві New York транскрибується Нью-Йорк, де Нью є калькуванням New.

Яскравим прикладом є антропонім Song So Mi “Songbird”:

Тут для імені Song So Mi використовується транскрипція (передається як Сон Со Мі), що є стандартним підходом для азійських імен. Водночас, прізвисько “Songbird” перекладається методом калькування, у результаті чого отримуємо «Соловія».

2.3. Проблеми передачі власних назв

При перекладі власних назв перекладач стикається з низкою викликів, які потребують виваженого підходу:

- Відсутність єдиних правил для усіх мов.
- Усталені традиції перекладу.
- Фонетичні відмінності та графічні особливості.
- Омонімія та полісемія.

- Фактор часу

Деякі власні назви мають історично усталені в українській мові форми, що відрізняються від сучасної транскрипції чи транслітерації (наприклад, «Париж» замість «Парі» для “Paris”, «Рим» замість «Рома» для «Rome»). У таких випадках традиційні форми мають пріоритет над сучасною транскрипцією.

Різниця у звуковій та графічній системі мови оригіналу та української мови може ускладнювати точну передачу вимови або написання. Особливо це стосується мов, що використовують нелатинські чи некириличні алфавіти (наприклад, арабська, китайська, японська).

Однакова транскрипція різних за походженням власних назв або наявність у власних назв кількох значень може спричинити плутанину.

2.3.1. Відсутність єдиних правил для усіх мов

Однією з головних проблем є відсутність єдиних, універсальних правил для перекладу власних назв. У різних мовах існують різні підходи, що часто залежать від традицій, історії та мовної політики. Це призводить до непослідовності та численних варіантів перекладу одного й того ж імені чи назви.

Часто перекладачі змушені обирати між транскрипцією (передачею звучання) та транслітерацією (передачею літер). Наприклад, англійське ім'я *John* може бути передане як Джон (транскрипція) або, у деяких випадках, як Йоган (іноді трапляється як запозичення з німецької традиції), що може створювати плутанину.

Якщо для перекладу англійських імен існують більш–менш усталені правила, то для мов, що використовують нелатинську графіку (наприклад, арабську чи японську), ситуація значно складніша. Залежно від мови–посередника (наприклад, через англійську) одна й та сама назва може мати різні варіанти. Наприклад, для японської мови існує декілька сучасних систем транскрипції на кирилицю, які в дечому відрізняються одна від

одної [9], бо були засновані людьми з різним баченням остаточного перекладу.

Незважаючи на розроблені рекомендації, для багатьох мов існують розбіжності у правилах транскрипції, що може призводити до варіативності в написанні одних і тих самих назв, та до нерозуміння матеріалу читачами.

2.3.2. Усталені традиції перекладу

Історія перекладу власних назв сформувала усталені традиції, які іноді суперечать сучасним правилам транскрипції. Ці традиції є значною проблемою, оскільки відхід від них може спричинити нерозуміння, а їхнє дотримання – порушення фонетичних норм мови перекладу.

Багато імен історичних діячів, монархів, релігійних діячів були перекладені або транскрибовані за давніми правилами. Наприклад, ім'я *Charles* перекладається як Карл або Шарль, залежно від контексту та традиції. Англійський король *Henry VIII* – це Генріх VIII, хоча за сучасними правилами це мало б бути Генрі. Відмова від таких традицій є ризикованою, адже може дезорієнтувати читача. Але навіть не дивлячись на це у сьогоденні перекладачі залишають традиції для старих імен, а нові імена перекладають різними способами, наприклад, транскрипцією. Наприклад, такі імена як *Johannes* (лат., нім.), *Michael* (лат. від івр.), *Ludwig* (нім.) / *Louis* (фр.), *Iacobus* (лат.) / *James* (англ.) передають як Іван, Михайло, Людвіг / Людовик, Яків. У той час як більш сучасні імена, такі як *Thierry* (фр.), *Guillermo* (ісп.), *Nguyen* (в'єт.), *Gareth* (англ.) зазвичай передаються як Тьєррі, Гільермо, Нгуєн, Гарет.

Деякі топоніми мають традиційні назви, що відрізняються від їхньої оригінальної вимови. Наприклад, столиця Іспанії – Мадрид, хоча в іспанській мові її назва звучить як *Madrid*. Так само, Лондон замість *London* або Париж замість *Paris*, чи Рим замість «Рома» для *Rome*. На практиці ж, у більшості випадків традиційні форми мають пріоритет над сучасною транскрипцією. Також вартий уваги той факт, що назви не тільки міст, а і країн часто відрізняються у їх власній мові, та у інших мовах.

Наприклад, Georgia, що є сталою назвою Грузії, використовувалася в перекладі довгі роки, але вже багато років Грузія просить інші країни називати їх Сакартвело, бо саме так назва країни звучить грузинською мовою [3]. Також це можна сказати про географічні регіони, такі як Країни Балтії, що раніше називалися «прибалтикою», але зараз ці країни, а саме Естонія, Литва та Латвія, більше не хочуть, щоб їх так називали, та звертаються до інших країн з проханням називати їх саме «Країни Балтії», або “Baltic states”[15].

Важливо зазначити, що назви країн і географічних місцевостей мають передаватися з мови того народу, на території якого вони знаходяться, наприклад Республіка Кот-д’Івуар має передаватися саме так, бо державна мова є французька, але коли йдеться не про сучасну країну а про територію на якій знаходиться зараз ця країна, та яка була колонізована під назвою Ivory coast, то в цьому випадку маємо застосовувати традиційну назву, а саме – Республіка Берег Слонової Кістки. Те ж саме можна сказати щодо Островів Зеленого Мису. Таку назву має архіпелаг, але країна на цих островах належить Португалії, та має португальську як державну мову, тому і має передаватися з португальської мови, тобто Кабо-Верде.

2.3.3. Фонетичні відмінності та графічні особливості

Передача власних назв є надзвичайно складною через фонетичні та графічні відмінності між мовами. Кожна мова має свою систему звуків та алфавіт, що створює труднощі при передачі оригінального звучання чи написання.

- Звуки англійської мови, яких немає в українській мові. В українській мові немає, наприклад, міжзубних звуків *th*, що є в англійській. Тому перекладач змушений замінювати їх на найближчі аналоги – т або з. Наприклад, прізвище *Thatcher* передається як Тетчер, а *Heather* як Гезер, хоча це не зовсім точно передає оригінальну вимову.
- Графічні особливості. Ситуація ускладнюється, коли назва походить з мови, що використовує іншу графіку. Наприклад, китайські,

арабські або японські імена часто мають безліч варіантів написання в латинських алфавітах (романізація), а отже і в кирилиці. Наприклад, японське ім'я *Хідео Коджіма* може мати різні варіанти написання в українській мові (Хідео Коджіма або Хідео Кодзіма), оскільки існує кілька систем транскрипції [24].

Ця проблема переслідує перекладачів вже довгі роки, саме тому для різних мов були розроблені практичні транскрипції.

Практична транскрипція є одним із ключових лексичних способів перекладу, особливо важливим для передачі власних назв (онімів): імен, прізвищ, географічних назв, назв компаній, брендів, періодичних видань та ін. На відміну від транслітерації, яка передбачає механічну заміну букв однієї абетки на відповідні букви іншої, практична транскрипція націлена на максимально точну передачу звучання іншомовного слова засобами цільової мови. Вона слугує проміжним варіантом між суто фонетичним відтворенням, що часто буває складне для читання, та суто графічним. Мета практичної транскрипції – досягти такого запису українською абеткою, який би приблизно відбивав вимову оригіналу, враховуючи при цьому сформовані традиції та правила української орфографії.

Для перекладача володіння навичками практичної транскрипції є критично важливим, оскільки це безпосередньо впливає на точність, адекватність та нормативність перекладу. Застосування цього методу вимагає не лише знання правил відповідності звуків і букв між мовою-джерелом та мовою-ціллю, але й постійного моніторингу усталених традицій і чинних правописних норм. У багатьох мовах, таких як англійська, французька, німецька, італійська, існують офіційні або рекомендовані системи практичної транскрипції, які перекладач повинен використовувати, щоб забезпечити уніфікацію та впізнаваність онімів у перекладеному тексті. Відступ від цих правил може призвести до спотворення імен чи географічних назв, що є неприпустимим, наприклад, у офіційних документах, наукових текстах чи новинах.

Україна також має офіційні рекомендації від Державного департаменту інтелектуальної власності Міністерства освіти і науки України щодо передачі власних назв різних мов українською [18]. Дані рекомендації були складені згідно таких наукових засад:

- опосередкованість (іншомовні імена і назви треба транслітерувати через посередництво транскрипції, записаної міжнародними транскрипційними знаками);
- безпосередність (транслітерування здійснюють без посередництва інших мов);
- однозначність (кожному транскрипційному знакові чи знакосполучці відповідає лише одна українська літера чи літеросполучка);
- точність (українська транслітерація повинна якомога точно засобами української мови передавати вимову назв мовою оригіналу);
- традиційність (правила повинні якомога менше суперечити наявній практиці транслітерування);
- нормативність (транслітерація має статус українського тексту і повинна бути узгоджена з чинним українським правописом);
- простота і зручність застосовування (правила транслітерування повинні бути максимально прості і легкі для користувача) [18].

Цей документ має на меті допомогти перекладачам з України, полегшивши їх роботу, та покращивши якість фінального продукту.

У відкритому доступі можна знайти такі практичні транскрипції до найпопулярніших мов, таких як англійська, німецька, французька, та інші. Наприклад, англо-українська практична транскрипція являє собою таблицю, яка показує всі можливі з англійської фонетичної абетки у одному стовпці, а у іншому показує всі варіанти його правильної вимови українською. Деякі звуки вимовляються тільки одним способом, наприклад звук [b], який завжди вимовляється як «б» (Bristol [brɪstəl] – Бристоль), у той час як інші звуки мають декілька вимов, наприклад така літера як “c”

може вимовлятися як [s] та [k], що українською буде передаватися як «с» та «к» (Celina [se'li:na] – Селіна; Cardiff ['ka:rdɪf] – Кардіфф) [20].

Як і відповідні мови, таблиця практичної транскрипції німецької мови схожа на таблицю англійської. Таким чином німецька практична транскрипція нам презентує літеру „L“, що має звук „l“, та українською має такі варіанти вимови, як «л» та іноді «ль» (Leipzig ['laɪptsɪç] – Лейпциг; Leingarten ['laɪngartn̩] – Ляйнгартен) [21].

2.3.4. Омонімія та полісемія

Омонімія (однакове звучання, але різне значення) [12, с. 152] та полісемія (кілька значень в одному слові) [8, с. 399] є ще однією значною перешкодою, особливо при перекладі ергонімів (назв брендів, компаній) та антропонімів (прізвищ, імен).

Омонімія означає, що у відеогрі назва бренду може звучати так само, як якесь непристойне слово або слово з негативним відтінком в іншій мові. Наприклад, у 1960–х роках автомобіль *Chevrolet Nova* не користувався популярністю в іспаномовних країнах, оскільки *no va* в іспанській мові означає «не їде» [74]. Це змушує компанії змінювати назви своїх продуктів при виході на міжнародні ринки.

У той час як прикладом полісемії можна дати власне ім'я чи назву, що можуть мати додаткове значення або асоціацію. Наприклад, у перекладі назви фільму чи книги, що містить ім'я, яке є алюзією на інше відоме ім'я чи подію. Перекладач повинен вирішити, чи зберегти оригінальне ім'я, чи адаптувати його так, щоб водночас зберегти його приховане значення. Це особливо стосується прізвищ літературних персонажів. Наприклад, міф про Ікара, юнака, що загинув, наблизившись до Сонця, є універсальною культурною алюзією, проте його морально-етичні акценти помітно різняться в українській та американській культурах. В українському культурному просторі образ Ікара часто романтизується і слугує символом відваги, волі та незламного прагнення до мрії. Основний наголос робиться не на трагічному падінні, а на пориві до неба – вічній людській мрії про

свободу і подолання меж. Ікар постає як герой, який заплатив найвищу ціну за свій перший ідеалістичний політ, що відповідає українському схильності до ліричного та героїчного осмислення боротьби за волю. Це бачення підкреслює шляхетність наміру, а не фатальну помилку [19].

На противагу цьому, в американській культурі (як і в ширшому західному контексті) міф про Ікара функціонує переважно як повчальна історія та застереження. Тут акцент зміщується на наслідки самовпевненості та нехтування розумними порадами батька Дедала. Ікар є символом неконтрольованих амбіцій і ризику, що призводить до неминучого провалу. Його історія слугує нагадуванням про те, що навіть найбільші досягнення вимагають розсудливості, тверезого розрахунку та поваги до встановлених меж. Такий прагматичний погляд відображає цінності, які віддають перевагу відповідальності та успіху, досягнутому через обережність, а не через героїчний, але безрозсудний ризик [47].

Таким чином, у той час як для українців Ікар символізує «вічний поклик неба» та готовність до жертви заради високої мети, для американської культури він значною мірою уособлює «ціну гордині» та необхідність знати свої межі. Ця різниця у фокусі відображає глибинні культурні пріоритети: романтичний ідеалізм та прагнення до свободи проти раціоналізму і етики відповідальності.

Усі ці проблеми вказують на те, що переклад власних назв — це не просто механічна процедура, а творчий процес, що вимагає глибоких знань у галузі мовознавства, культурології та історії.

Успішний переклад власних назв вимагає не лише глибоких знань фонетики, морфології та орфографії як мови оригіналу, так і української мови, але й розуміння культурно-історичного контексту, а також вміння користуватися широким спектром довідкової літератури та дотримуватися усталених традицій.

2.3.5. Фактор часу

Фактор часу також істотно впливає на передачу власних назв, адже розробники часто надають текст для перекладу частинами, паралельно з розробкою гри. Це ускладнює роботу перекладача, оскільки він не завжди має повний контекст і може стикатися з необхідністю вносити правки у вже перекладений матеріал.

2.4 Конфлікт принципів: евфонія проти ідентичності

Принцип Евфонії (Милозвучності) є дуже важливим фактором в адаптації власних назв. Дуже часто під час перекладу текстів можуть виявлятися деякі ситуації, коли ім'я чи назва при передачі стають заскладними для прочитання, або просто починають звучати як якесь погане слово з мови перекладу. Щоб не допустити такого, перекладачі повинні керуватися принципом милозвучності, або ж принципом евфонії.

2.4.1. Евфонія, або милозвучність

Евфонія, або милозвучність – властивість фоніки витворювати мелодійність звучання завдяки позиційному розташуванню звуків, чергуванню наголошених та ненаголошених, прийменників і префіксів, сполучників, що сприяє інтонаційній виразності та емоційному забарвленню мовлення, забезпечує уникнення какофонічних звукосполучень, спрощення збігу приголосних [11, с. 311].

У процесі передачі власних назв (особливо іншомовних топонімів, антропонімів, ергонімів) принцип евфонії виступає як важливий фактор адаптації оригінальної форми до фонетичної системи української мови. Хоча власним назвам властива іманентна стабільність (їх не можна довільно змінювати), евфонічний принцип впливає на вибір конкретних рішень щодо транскрипції та транслітерації.

При передачі власних назв завжди виникає конфлікт між двома основними вимогами:

- Принцип ідентичності (точності): Вимагає максимального збереження звучання або написання оригінальної назви для її впізнаваності.
- Принцип евфонії (милозвучності): Вимагає пристосування назви до української фонетики для забезпечення її природного і гармонійного звучання в контексті української мови.

Українська нормотворча традиція здебільшого обирає компромісний шлях, адаптуючи назву до милозвучності лише в тих випадках, де це не призводить до спотворення чи втрати її ідентифікаційної функції.

Наприклад, у англійській мові існують декілька прізвищ, які треба змінити для

2.4.2. Фонетична адаптація в транскрипції

При транскрипції (передачі звучання) іншомовних назв евфонія впливає на вибір українських відповідників для звуків, невластивих українській мові:

- Передача Н/G: В українській мові функціонують дві фонemi г та ґ. Сучасна практика, що керується частково й евфонічним принципом, надає перевагу ґ для звука h (англ. *Hollywood* — Голлівуд), оскільки він є природнішим і поширенішим в українській мові, а г використовується для звука g (англ. *Gutenberg* — Ґутенберг). Цей вибір є не лише фонологічним, але й евфонічним, оскільки закріплює вимову, що є комфортнішою для українського мовця [20].
- Вибір голосних: Іноді при передачі голосних іншомовних мов обирається той український відповідник, який краще вписується у фонотактику (наприклад, у в англ. *su* може передаватися через и або і відповідно до «правила дев'ятки» та інших норм)[16].

2.4.3. Милозвучність (евфонія) у перекладі власної назви: випадки скупчення приголосних

Передача власних назв, зокрема імен та прізвищ, з англійської мови українською — це не просто механічна транскрипція звуків, а складний

процес, що вимагає врахування норм та традицій української мови, зокрема принципів милозвучності, або евфонії. Евфонія – це досягнення гармонійного, приємного для слуху звучання мовлення шляхом уникнення збігу великої кількості приголосних або голосних, а також усунення незручних для вимови послідовностей. В контексті перекладу, евфонічний принцип допомагає адаптувати іншомовне ім'я до фонетичної системи української мови, роблячи його природнішим та легшим для сприйняття українським читачем. Це особливо важливо у випадках, коли англійське прізвище має складну кластерну структуру (скупчення приголосних), яка є нехарактерною для української фонетики [86].

Одним з основних засобів забезпечення милозвучності є використання варіантів транскрипції або вставних елементів, які допомагають розвантажити скупчення приголосних. Прикладом можуть слугувати прізвища, що закінчуються на “-st”, “-ck”, “-sh”, де дослівна транскрипція може призвести до нагромадження приголосних. Наприклад, прізвище Bradshaw звичайно передається як Бредшоу, що є евфонічнішим, ніж *Брадшав*. Складніші випадки вимагають більш рішучих адаптацій. Наприклад, англійське прізвище Thistlewaite (з фонетичною структурою, що важка для прямої передачі) традиційно адаптується до Тіслвейт, де відбувається спрощення приголосних кластерів і корекція голосних. Подібно, прізвище Cunningham передається як Каннінгем, де подвоєння приголосних (якщо воно відповідає вимові) або його уникнення (для полегшення вимови) є предметом евфонічного вибору.

Розглянемо складніші приклади, де евфонія впливає на кінцеву форму, усуваючи неприродні для української мови фонетичні поєднання:

- Worcestershire — географічна назва (але принцип той самий) часто передається як Вустершир (з пропуском нехарактерних чи нечитаних приголосних). У прізвищах, як-от Featherstonehaugh (вимовляється як *Феншоу*), український перекладач орієнтується не на правопис, а на фактичну вимову, що само по собі є евфонічною стратегією.

Передача Феншоу є значно милозвучнішою, ніж спроба транскрибувати кожен елемент орфографічно.

- Goldschmidt — прізвище, яке, незважаючи на німецьке коріння, часто функціонує в англomовному просторі. Його транскрипція як Гольдшмідт є милозвучнішою, ніж *Голдшмідт* або *Голдсхмідт*, завдяки збереженню традиційного звука *Г* та уникненню складного збігу *дсх*.
- Hathaway — це прізвище, яке, хоч і не містить екстремальних кластерів, вимагає уваги до передачі міжзубного *th* як «Т» (Гетавей) замість «Ф» чи «С», що сприяє усталенню більш м'якої та природної вимови.

Дотримання евфонічних норм при перекладі таких складних прізвищ є ключовим для збереження автентичності звучання, запобігання фонетичному дискомфорту та забезпечення лінгвістичної гармонії в українському мовному просторі. Це демонструє, що переклад власних назв — це мистецтво балансу між точністю і милозвучністю.

Висновки до розділу 2

1. У локалізації найбільший відсоток у базах перекладів займають власні назви, серед яких найпоширенішими є антропоніми, топоніми та ергоніми.
2. Передача назв здійснюється за допомогою транскрипції, транслітерації або калькування, а також їх комбінації.
3. Основними проблемами є відсутність єдиних правил для всіх мов, необхідність враховувати усталені традиції, фонетичні та графічні відмінності, а також ризик омонімії/полісемії та фактор часу.
4. У процесі передачі власних назв перекладач завжди балансує між принципом ідентичності та принципом евфонії (милозвучності), який

вимагає фонетичної адаптації назви до української мови, щоб уникнути складних для вимови скупчень приголосних.

РОЗДІЛ 3. Особливості відтворення власних назв у відеоіграх (на матеріалі гри «Кіберпанк 2077»)

3.1. Аналіз способів передачі на основі вибірки

Наша вибірка складається зі **129** унікальних власних назв та імен. Ці назви були розподілені за способами перекладу, та перекладацьким трансформаціям. Як основу було обрано класифікації способів передачі власних назв та види трансформацій згідно з В.І. Карабаном [7, с. 279-314]. У Карабана виділено наступні способи: словникові відповідники; переклад неоднозначних слів (вибір варіантного відповідника); транскодування; калькування (дослівний переклад); контекстуальна заміна; смисловий розвиток; описовий переклад. За Карабаном, існують наступні види трансформацій: додавання слова; вилучення слова; заміна слова однієї частини мови на слово іншої частини мови; перестановка слова.

3.1.1. Способи перекладу

Способи перекладу (прийоми лексико-семантичного перетворення) – це засоби, які застосовуються для подолання відсутності повних словникових відповідників у мові перекладу.

Словникові відповідники використовують, коли міжмовні відповідники є еквівалентами, тобто слова мають однакове значення в усіх контекстах. У вибірці таких слів 17, що становить близько 13.18%. Прикладами є: Японський квартал (*Japantown*), Набережна (*Coastview*), Центр Міста (*City Center*).

Переклад неоднозначних слів (Вибір варіантного відповідника) застосовується до багатозначних слів, коли перекладач обирає один із потенційних словникових відповідників, який найкраще відповідає контексту. Цей спосіб охоплює 6 одиниць, або 4.65% вибірки. Приклади: Конституційні озброєння (*Constitutional Arms*), Бюджетна зброя (*Budget Arms*), «Потойбіччя» (*“Afterlife”*).

Транскодування (транслітерація та транскрипція) – це відтворення форми слова оригіналу за допомогою літер мови перекладу, що часто використовується для власних назв. Це найбільш поширений спосіб у вибірці – 49 одиниць, або 37.98%. Це можна було очікувати від власних назв, адже транскодування зберігає унікальність та автентичність імені чи назви. Також, саме у контексті гри «Кіберпанк 2077», передача таким способом може додавати ефект «Іноземності» до персонажа та посилювати відчуття «Майбутнього» у світі гри. Важливо зазначити, що вибір даного способу перекладу відповідає міжнародним перекладацьким стандартам. Приклади: Найт-Сіті (*Night-City*), Вестбрук (*Westbrook*), Джонні Сільвергенд (*Johnny Silverhand*), Арасака (*Arasaka*).

Калькування (Дослівний переклад) відтворює внутрішню структуру або морфемний склад слова чи словосполучення шляхом заміни кожного елемента його відповідником у мові перекладу. У вибірці 6 таких одиниць, що складає 4.65%. Приклади: Малий Китай (*Little China*), Набережна «Арасаки» (*Arasaka Waterfront*), «Чорний сапфір» (*“Black Sapphire”*).

Контекстуальна заміна передбачає заміну слова оригіналу на контекстуальний відповідник, який передає те саме значення у конкретному контексті, особливо при перекладі сленгу чи образних назв. Цей спосіб охоплює 10 одиниць (7.75%). Приклади: Вудуїсти (*Voodoo Boys*), Хоч-дог (*Hawt Dawg*), Вдівороб (*Widow Maker*).

Смисловий розвиток (лексико-семантичні заміни) замінює поняття оригіналу на логічно пов'язане, часто використовується для неологізмів, щоб передати зміст шляхом заміни слова його логічним дериватом. У вибірці 10 одиниць (7.75%). Приклади: Мозкограй (*Braindance (BD)*), Мережник (*Netrunner*), Різар (*Ripperdoc*).

Описовий переклад застосовується, коли відсутній прямий відповідник, і значення передається за допомогою розгорнутої фрази або пояснення. Цей спосіб представлений 3 одиницями (2.33%). Приклади:

Бляхарі (*Scavengers*), Мережева варта (*Netwatch*), Фабрика «Всеїжа» (“*All Foods*” *Factory*).

3.1.2. Перекладацькі трансформації

Перекладацькі трансформації – це зміни на лексичному чи граматичному рівнях для досягнення еквівалентності.

Додавання слова – це введення в текст перекладу додаткових слів для забезпечення повноти, ясності або граматичної правильності висловлювання. У вибірці 4 такі одиниці (3.10%). Приклади: *Grand Imperial Mall (GIM)* (ТЦ «Гранд Імперіал Мол» (ГІМ)), *Heavy Hearts* (Бар «Важкі серця»).

Вилучення слова (опущення) – це виключення слів, значення яких надлишкове або може бути відновлене з контексту. Ця трансформація представлена 7 одиницями (5.43%). Приклади: Вест-Вінд (*West Wind Estate*), Шоста вулиця (*6th Street Gang*).

Заміна слова однієї частини мови на слово іншої частини мови – це граматична трансформація для відповідності нормам цільової мови. У вибірці є 1 такий випадок (0.78%): Шоста вулиця (*6th Street Gang*).

Перестановка слова – зміна порядку слів або компонентів словосполучення, що вимагається граматичними та стилістичними нормами. Ця трансформація охоплює 8 одиниць (6.20%). Приклади: Майдан Корпорацій (*Corpo Plaza*), Центр Міста (*City Center*), Бар «У Ліззі» (*Lizzie's Bar*).

3.2. Характеристика досліджуваних онімів міста Найт-Сіті

Щоб зацікавити потенційних гравців на сторінках онлайн магазинів розміщують описи ігор. Ми пропонуємо опис гри «Кіберпанк 2077», невід’ємною частиною якої є власні назви, що зустрічаються в грі. Така оповідь дозволяє контекстуалізувати власні назви та обґрунтувати перекладацьких рішення.

Історія кожної назви – це окрема розповідь, що віддзеркалює події і людей, які залишили свій слід у цьому місці. У випадку ж відеоігор, назва місця завжди пов'язана з його історією, виглядом, подіями, що там відбувалися, тощо. У цій частині я розповім про деякі місця з вибірки, та поясню чому вони мають саме таку назву.

Почнемо з самого міста, та його районів. Почувши назву Найт-Сіті, будь яка людина, що знає англійську мову може подумати, що місто отримало назву через нескінченну ніч та відсутність сонця у небі. Насправді ж, воно розташоване на західному березі США, та сонця там удосталь, а ось свою назву місто отримало від прізвища засновника, Річарда Найта. Найт-Сіті – це величезний і хаотичний мегаполіс, що розкинувся на узбережжі Північної Каліфорнії у 2077 році. Це місто, де корпоративна влада сягає небес у блискучих хмарочосах, а вулиці кишать бідністю, насильством та технологіями. Кожен його район має свій унікальний характер, що формується архітектурою, домінуючими угрупованнями та знаковими місцями [60]. Ці назви, будь то районів, банд чи пам'яток, часто не випадкові: вони несуть у собі символічний або буквальный зміст, занурюючи нас глибше у історію цього антиутопічного світу. У Найт-Сіті повсякденним явищем є справники (Fixer) – своєрідні «роботодавці» або посередники у кримінальному світі, які зводять найманців з клієнтами для виконання завдань. Їхня оригінальна назва, фіксер (Fixer), походить від англійського “fix”, що в контексті означає «вирішувати», «влагоджувати» проблеми, що точно відображає їхню роль у місті [43].

Найбільшим та найпершим районом у який потрапляє гравець є Вотсон. Він поділений на такі квартали як: Кабукі, Малий Китай, Набережна «Арасаки», та Північна Індустріальна зона [83]. Такі квартали як Кабукі та Малий Китай отримали свою назву через великі інвестиції японських та китайських компаній, через що велика кількість людей з цих країн переїхали у місто, щоб жити та працювати[51]. Для того, щоб вмістити багато людей в одному місті у більшості районів побудували дуже великі будівлі, що мають

назву «Мегаблоки». Насправді дуже влучна назва, тому що у одному Мегаблочі міститься більше ніж 8 тис. квартир, на деяких поверхах можна отримати деякі послуги, такі як купити їжу, позайматися у тренажерному залі, купити зброю, чи просто поговорити з сусідами, загалом, прогулянка по таким поверхам дуже нагадує прогулянку по ТЦ. Через велику кількість людей у кожному Мегаблочі існує проблема з грабіжниками, але поліція завжди патрулює поверхи, що вже є краще ніж відсутність поліції[56].

Навіть загубившись у місті, людина може зрозуміти, що вона знаходиться у цих кварталах, через велику кількість ієрогліфів та графіті японською та китайською мовою, через велику кількість азійського стріт-фуду, та торговців азійської зовнішності на більшості ринків. Також, є великий шанс, що туристу не пощастить, і він натрапить на кримінальне угруповання під назвою «Тигрові кігті». Їх можна впізнати по одягу, вони будуть вдягнені у яскравий кольоровий одяг, який часто не буде закривати татуювання в азійському стилі, та матиме написи ієрогліфами, також будуть озброєні катанами, чи вогнепальною зброєю виробництва азійських корпорацій, у той час як поруч з ними будуть стояти мотоцикли японського виробництва, що, як і одяг, будуть пофарбовані у яскраві кольори, та матимуть ієрогліфи та неонові вставки [79].

На противагу азійській частині Вотсона, у місті є Набережна «Арасаки», та Північна Індустріальна зона. Прочитавши назви можна зрозуміти, чого очікувати від цих кварталів. У Північній Індустріальній зоні виробляється всі товари, і дозволені і заборонені, які можна знайти на ринках всього міста[62]. У минулому найбільший завод міста, Фабрика «Всеїжа» виготовляла їжу, що її споживало все місто. Наразі завод стоїть закинутий, та тільки й чекає, щоб його зайняло якесь кримінальне угруповання. Сказати про «Всеїжу» насправді майже нічого, назва дуже пасує цій фабриці, бо у магазинах можна знайти страви з усіх куточків світу, що були вироблені на цій фабриці. Також під час прогулянки по ній можна своїми очима побачити конвеєри, та всі етапи, що проходить сировина перед тим як стати чимось, що можна з'їсти.

Ця «прогулянка» змушує задуматись про те, що іноді щастя у незнанні, наприклад, у незнанні того, з чого створюється наша їжа[30]. До речі, їжу вироблену на цьому заводі можна знайти у стріт-фуд кіосках по всьому місту, наприклад, хоч-дог, чия назва, Hawt Dawg, є грайливим, «модифікованим» написанням класичного “hot-dog”, що відображає кіберпанковий стиль і естетику. Також популярною стравою є Рибка й Фішинг (Phish & Chips), переосмислення традиційного “Fish and Chips”, де Phish & Chips є грою слів (“phishing” – фішинг, поширений вид кіберзлочинності), що вказує на поєднання класики з реаліями кіберсвіту. Тут також можна знайти безмолчне молоко «Молочарко» (Dairing dairy “Milkshake”), що вказує на поширення штучних замінників традиційних продуктів у майбутньому, а назва «Молочарко» є типовим брендуванням з використанням гри слів, що створює асоціацію з молочними продуктами [29].

А ось щодо Набережної «Арасаки», тут все дуже просто. Велика компанія, що має назву «Арасаки», була створена японським бізнесменом на ім'я Сабуро Арасака. Ця корпорація забудувала весь квартал своїми складами, фабриками, та навіть побудувала готель «для своїх». Насправді, не тільки у готель, а і у весь квартал неможливо потрапити, якщо ти не «свій», бо корпорація побудувала навколо набережної величезну стіну з колючим дротом та іншими прихованими системами захисту. Офіційно вони захищають те, що належить корпорації від кримінальних угруповань, репортерів, що можуть написати про те, про що нікому не потрібно знати, та звичайних людей, що можуть «загубитися» на набережній. Але чи це є справжньою причиною? [27]

Вотсон також є районом, у якому розташовано багато нічних клубів та інших місць відпочинку. Найпопулярнішим є бар «Потойбіччя», частим клієнтом якого є головний герой гри. У бар складно потрапити якщо у тебе немає зв'язків, бо у цей заклад дозволяють зайти тільки якщо ти найманець, як головний герой, чи якщо ти справник, тобто місцевий роботодавець, з яким зв'язуються клієнти, щоб спеціальний найманець допоміг їм з їх

справою. Цікавий факт, назва «Потойбіччя» (“Afterlife”) символізує місце, де найманці, які живуть на межі, можуть знайти "життя після життя" або відпочинок після небезпечних завдань[28].

Ще одною бандою яка має авторитет є банда «Шибайки» (The Mox), що була заснована після смерті Елізабет "Ліззі" Борден. Їхня назва походить від слова “moxie”, що означає «сміливість» або «рішучість», відображаючи їхній дух захисту слабких та боротьби за справедливість[76]. Також популярною місциною у цьому районі є бар «У Ліззі» (Lizzie's Bar), відомий заклад, що належить банді Шибайок, є типовим для барів, названих на честь їхніх власників або символічних фігур[50].

Вестбрук вважається найелітнішим і найзаможнішим районом Найт-Сіті, де зосереджені розкішні резиденції та корпоративні апартаменти. Його назва, Вестбрук (Westbrook), буквально означає “західний струмок”, що може натякати на його розташування та, можливо, на колишні природні ландшафти, які були поглинені міською забудовою[84]. У Вестбруку знаходиться яскравий Японський квартал (Japantown) – серце розваг району, де неонові вивіски освітлюють вулиці з суші-барами, капсульними готелями та нічними клубами, що прямо відображає його етнічне та культурне домінування[48]. Ще однією елітною частиною є Норт-Оук (North Oak), ексклюзивний житловий район з величними маєтками. Назва Норт-Оук («Північний Дуб») асоціюється з престижем та стабільністю, характерними для заможних районів, де часто зустрічаються великі дерева та зелені насадження[61]. Поряд розташований Чартер-Гілл (Charter Hill), сучасний район з висотками, що пропонує чудові краєвиди на місто. Його назва, Чартер-Гілл («Хартійний Пагорб»), може вказувати на заснування за певними привілеями чи хартіями, що надавали йому особливий статус[38]. У Вестбруку панують Тигрові Кігті (Tiger Claws). Саме з цього району вони отримують найбільше грошей, та саме тут мають основну базу, з якої керують своїми людьми по місту[79].

Іншим доволі цікавим районом є Пацифіка. Його назва, Пацифіка (Pacifica), походить від слова “Pacific” (Тихий), вказуючи на його розташування біля Тихого океану. Однак ця назва є іронічною, оскільки сам район є вкрай неспокійним і далеким від «тихого». Тут майже неможливо жити звичайній людині, тому що у районі панують не мерія Найт-Сіті і не поліція, а кримінальне угруповання під назвою Вудуїсти (Voodoo Boys)[63].

Вудуїсти (Voodoo Boys) є емігрантами з Гаїті, і з приїздом у Найт-Сіті вони привезли з собою свою мову і культуру. Вони дуже недовірливі до «чужинців», і саме тому ніхто не знає як вони називають себе насправді, але назву «Вудуїсти» вони отримали через свій зовнішній вигляд, а саме зачіски з дредами, креольські татуювання, та обереги з кісток пташок та гризунів. Вудуїсти спеціалізуються на мережництві, та їх основною метою є пізнання всіх секретів «старого інтернету», та співіснування з дикими штучними інтелектами. Саме тому у мережі їх часто можна знайти біля так званого «Чорномуру», великої «стіни», яка блокує залишки старого інтернету від проникнення до безпечного інтернету, яким користуються всі жителі міста. Ці їх дії дуже не подобаються корпорації, що має назву «Мережева варта»[82]. З назви можна зрозуміти чим займається корпорація, але на відміну від Вудуїстів, варта не проти залучення живої сили у їхню війну за контроль мережі, і тому дуже часто корпорація наймає інше кримінальне угруповання для допомоги у реальному світі. Цим угрупованням є «Звірі». Ця назва їм дуже пасує, бо єдиною річчю, якою займаються члени цієї банди, є виготовлення та використання незаконних препаратів для збільшення росту м'язів, та встановлення незаконних імплантів, які допомагають їм «вирости» ще більше. Якщо клієнту потрібна груба сила, Звірі допоможуть йому виконати будь-яку справу[31]. Наприклад, Мережева варта найняла Звірів, та з їх допомогою намагалася зайняти ТЦ «Гранд Імперіал Мол» (ГІМ), щоб бути ближче до Вудуїстів та активніше за ними слідкувати. До речі, назва самого ТЦ теж доволі підходяща, бо будівля вражає будь який європейський мозок своїм стереотипно великим американським розміром.

Варто зазначити, що район не завжди був таким, яким він є під час подій гри. Він поділений на квартали, а саме: Вест-Вінд, Набережна, та Псарня. Свою назву сам район Пацифіка, а також Вест-Вінд та Набережна отримали через своє розташування на березі Тихого океану. Вся територія району повинна була стати курортом для корпоративів та інших багатіїв, навіть корпоративні гроші у побудову готелів та інших місць для розваги пливли до мерії Найт-Сіті у необмеженій кількості. З роками майже все було готово до відкриття, але сталася війна, яка поклала кінець цим планам[63]. Відголоски цієї війни можна в усіх деталях розгледіти під час проходження гри, а саме зайшовши у квартал під назвою «Псарня».

На відміну від прибережної половини району, для того, щоб потрапити у Псарню звичайній людині потрібне або запрошення, або спеціальне тренування, щоб проникнути на територію через «чорний вхід».

Сам район закритий великою бетонною стіною, яка, на відміну від великою стіни навколо Набережної «Арасаки», не має якихось прихованих систем захисту, але має пару пропускних пунктів. Потрапивши всередину можна зрозуміти чому квартал отримав таку назву. Купа пилу та бруду, старі контейнери, що раніше були у власності різних компаній зі всього світу, та недобудовані багатоповерхові будинки, музеї з майже готовими до відкриття виставками, пентхауси, та навіть повністю готовий стадіон присутні у цьому кварталі, але місцева «влада», що складається з колишніх військових, які утворили анклав у Найт-Сіті, а потім відокремилися і проголосили себе незалежними, але не отримали визнання ні від мерії Найт-Сіті, ні від президента США, нічого не робить для покращення зовнішнього вигляду та якості життя псарничан[42].

Навіть у руїнах, у яких панує жорстокість, знаходяться добрі люди, які хоч і не завжди морально правильними методами, але все ж маючи хороші наміри допомагають людям. Деякі з таких людей працюють у клініці «Прихисток», яка отримала таку назву через те, що туди може прийти будь хто, і ні заплативши нічого отримати медичну допомогу, місце для ночівлі,

або трохи їжі. Клініка розташована у будівлі церкви, тому отримати там можна не тільки фізичну, а і духовну допомогу[44].

Також у Псарні є місця відпочинку, де клієнта можуть пригостити смачним напоєм. Наприклад, звичайний псарничанин може піти у бар під назвою «Нетля», який своєю неоновною вивіскою приваблює клієнтів. Підходяща назва для бару, який є одним з небагатьох місць, що може запропонувати моральну підтримку людям, які не можуть собі дозволити піти до психолога, через що туди тягнуться люди за допомогою, як нетля тягнеться до світла лампи[75].

У той час як звичайні люди виживають у руїнах, якими є Псарня, заможні та впливові люди, які готові співпрацювати з ватажком місцевої влади, можуть бути запрошені у «Чорний сапфір». Сапфір розташований на верхньому поверсі недобудованої багатоповерхівки, і через це вечірки, що там проходять, можна побачити не тільки з Псарні, а і з навколишніх районів міста. Інтер'єру у цьому місці можуть позаздрити навіть найпрестижніші заклади не тільки у Найт-Сіті, а і у всьому світі. Бар, кухня, казино, концерти найпопулярніших виконавців, та навіть вертолітний майданчик на даху, чого тільки немає у «Сапфірі». Доволі вдала назва, адже прикраси з сапфірами вважаються дорогими, і доступними тільки вищому класу населення, так само як і даний заклад[36].

Через свою географічну близькість до Пацифіки, у Псарні можна знайти дуже багато Вудуїстів. Незважаючи на те, що вони є одним угрупованням, Вудуїсти з Псарні не мають майже нічого спільного зі своїми братами та сестрами з іншого боку стіни. Наприклад, Вудуїсти з Пацифіки поважають свої корені та малюють символи вуду як графіті, у той час як Псарничани часто приймають більш екстремальні рішення щодо проявлення креольської культури, часто використовуючи білі імпланти замість того, щоб нанести звичайне татуювання. Також вони скористалися можливістю зайняти пусті приміщення салонів краси, таких як Спа-курорт «Надвечір'я» та Спа-центр «Розкішні вершини». Ці будівлі нині закриті для звичайних жителів

Псарні, охороняються на всіх виходах, а у середині вони розмальовані у креольські графіті, що світяться у темряві, та заставлені різною комп'ютерною апаратурою, якою Вудуїсти користуються для виходу в мережу[82].

Варто також згадати про інше угруповання, що можна зустріти в усіх районах, але з політичних причин, саме у Псарні воно працює більш відкрито. Їх назва «Бляхарі» (Scavengers). Ця банда в основному складається з найгірших, найбільш жорстоких людей які живуть у Найт-Сіті. Їхня назва точно відображає їх вид діяльності – вони «збирають» (scavenge) кібернетичні компоненти, та постачають їх різарям, тобто спеціально навченим хірургам, що спеціалізуються на встановленні імплантів, та доглядом за ними. Всім відомо яким чином ці хлопці отримують імпланти, які у них замовили, але ніхто це не обговорює відкрито, бо через одне погане слово сказане у їх сторону, наступним у черзі постачальників імплантів може стати саме ця людина. У цього угруповання немає чіткої ієрархії, але організовані вони краще, ніж здається на перший погляд, бо якщо вони «запросили» когось на свою територію, то їх не знайде вже ніхто, навіть «Травма Тім»[71].

Травма Тім, або просто «Травма», це корпорація, яка надає медичні послуги всім, хто може дозволити собі оплачувати щомісячну підписку на їх послуги. Їх можна пізнати по формі та броні, що пофарбована у білий та зелений, що можна знайти на уніформі лікарів. Також медики матимуть логотип компанії на формі та транспорті. На відміну від звичайних лікарень, при перших ознаках негаразд у клієнта Травма вишле до нього команду бойових медиків, які по прибутті нададуть потрібну допомогу, та навіть захистять від поганців, якщо такі будуть, але чесно кажучи, якщо людина не є кимось вкрай важливим у якійсь великій корпорації, то краще взагалі не користуватися послугами компанії, особливо мінімальним тарифом. Він звісно ж покрий якісь витрати, але рахунок який потім виставлять людині за відстань від місця перебування до найближчої лікарні, за паливо, за

використані ліки, іноді за використану амуніцію, тощо, викличе у людини бажання відмінити той виклик та залишитися там де її поранили[78].

Гейвуд (Heywood) – це великий, переважно житловий район, що коливається між відносною заможністю та бідністю, відображаючи боротьбу між корпоративним впливом та життям звичайних людей. Назва Гейвуд є поширеним англійським прізвищем або топонімом, що може свідчити про його «середній» статус. В Гейвуді знаходиться Велспрингз (Wellsprings) — більш заможна частина з новими житловими комплексами, чия назва, Велспрингз («Джерела Добробуту»), асоціюється з процвітанням та благополуччям. Глен (The Glen) — бідніший, але колоритний район Гейвуда, з багатьма барами та невеликими крамничками. Глен («Долина» або «Лощина») може вказувати на його ландшафтні особливості або на більш «приземлений» характер. Серед культових місць тут є бар «Жаринки» (“Embers”), назва якого може символізувати як залишки колишньої величі, так і вогник надії чи конфлікту, що тліє в серці міста. Також саме у цьому районі знаходиться мерія, головний суд, та інші державні установи. Віста-Дель-Рей (Vista del Rey) – район із сумішню житлових будівель та промислових об'єктів. Віста-Дель-Рей — іспанська фраза, що означає «Вид Короля», може натякати на панорамні краєвиди, доступні з деяких його частин[46]. Гейвуд перебуває під контролем Валентинос (Valentinos) — великої латиноамериканської банди. Їхня назва, Валентинос, походить від іспанського імені «Валентин», що може символізувати їхню міцну спільноту, братерство та, можливо, романтичний, але жорстокий кодекс честі. Вони відомі своєю релігійністю та повагою до традицій[80].

Пустка (Badlands) — це безлюдні, спустошені землі, що оточують Найт-Сіті. Це переважно пустеля з рідкісними таборами Кочівників та залишками старої інфраструктури. Назва Пустка (Badlands) буквально означає «погані землі» або «невгіддя», що ідеально описує їхній безжиттєвий і небезпечний характер. Тут немає великих міських пам'яток, але є численні табори кочівників, занедбані шахти та руїни старих корпоративних об'єктів.

Територію контролюють різні клани Кочівників, які, хоча й не є «кримінальними угрупованнями» у традиційному розумінні, живуть за межами корпоративного контролю за своїми власними правилами. Їхня назва відображає їхній спосіб життя, постійне переміщення та незалежність [35].

Санто-Домінго – це переважно промисловий та робітничий район, де проживають працівники корпорацій та фабрик, які виробляють автомобілі та інші товари. Назва Санто-Домінго є поширеною іспанською назвою («Святий Домінік»), що може бути відсилкою до його історичного заснування або натяком на певну спільноту [70]. У Санто-Домінго входить Арройо (Arroyo) – промислова частина з фабриками та складами. Арройо – іспанське слово, що означає «струмок» або «русло», що може вказувати на ландшафтні особливості або на те, що район є «руслом» промислової діяльності [34]. Ранчо Коронадо (Rancho Coronado) – житлова частина району, що складається з типових міських кварталів. Робітники з Арройо повертаються додому, до Ранчо Коронадо – самодостатнього житлового району з десятками однакових будинків[68]. У Санто-Домінго домінує банда Шоста вулиця (6th Street Gang), що складається переважно з ветеранів війни та їхніх нащадків. Їхня назва, Шоста вулиця, ймовірно, походить від назви вулиці або району, де вони були засновані, і символізує їхню територіальну приналежність та лояльність до свого «домашнього» району. Вони відомі своїм патріотизмом та використанням старої американської зброї[25].

І нарешті, Центр Міста (City Center) – це серце Найт-Сіті, де розташовані штаб-квартири найбільших корпорацій, найрозкішніші хмарочоси та елітні магазини. Це беззаперечний символ могутності та багатства. Його назва, Центр Міста, є прямим і очевидним описом його функції та розташування. У Центрі Міста знаходиться Середмістя (Downtown) – діловий та комерційний центр з висотками корпорацій та елітними апартаментами, типова назва для центральних ділових районів. Майдан Корпорацій (Corpo Plaza) – це епіцентр корпоративної влади, де розташовані найвищі та наймогутніші будівлі, включаючи штаб-квартиру

Арасаки. Назва Майдан Корпорацій чітко вказує на його призначення як місця концентрації корпоративної влади. У Центрі Міста немає єдиного панівного кримінального угруповання, оскільки він занадто цінний і контролюється переважно корпоративними силами та Мережевою Вартою (Netwatch). Однак тут також можна зустріти Бляхарів (Scavengers) [40].

Обговорюючи всесвіт «Кіберпанку» не можна не згадати великі корпорації, продукти яких можна побачити у грі. Більшість корпорацій у грі якось пов'язані з виготовленням зброї різних калібрів. Найпопулярнішими з них на масовому ринку є «Конституційні озброєння» та «Бюджетна зброя». Їх філософію та спеціалізацію можна зрозуміти з назв, наприклад, «Конституційні озброєння» були засновані у США, та виробляють зброю що знаходиться у середньому ціновому сегменті, та є дуже популярною серед людей, які вважають їх законним правом купляти та використовувати зброю, бо так написано у другій поправці до конституції США[41]. У той час як «Бюджетна зброя» виробляє низькоякісні озброєння, які може собі дозволити будь хто просто прогулюючись містом, бо їхні пістолети часто можна купити за безцінь у торговому автоматі[37].

Найбільшими та найбільш надійними вважаються такі корпорації як «Арасака», «Кан-тао», та «Мілітех». Вони мають найбільший вплив на всесвітній ринок, на інші корпорації та навіть на деякі органи влади у світі. Ці корпорації найбільш відомі через свій асортимент зброї, але це не єдина річ, яку вони виробляють. Вибір товарів у «Кан-тао» є, мабуть, найменший серед великої трійці, але не дивлячись на це, компанія спеціалізується не тільки високоякісній зброї, але і на імплантах, які допомагають як військовим, так і звичайним людям[49]. У свою чергу, корпорація «Мілітех» має вже набагато більший вибір товарів. У них в асортименті є все, що може знадобитися військовому на полі бою, вогнепальна зброя всіх доступних калібрів, спеціальне броньоване обладнання, бойові імпланти, військова техніка, як повітряна, так і наземна, дрони, та багато іншого. Їхні товари можна знайти як на озброєнні військових США, так і у приватних арміях.

Назва чітко дає зрозуміти, що продукти корпорації «Мілітех» не потрібні звичайним людям, але необхідні військовим[58]. Може здатися, що ці дві корпорації мають все потрібне будь якій державі, але «Арасаці» вдалося їх перевершити. У світі гри, якщо людина можеш дозволити собі купити продукти Арасаки, значить в житті у неї все склалося дуже добре. Окрім товарів, які використовують військові, корпорація виробляє багато цивільних речей, наприклад: одяг для корпоративів, радіо, металошукачі для вокзалів та аеропортів, цивільні імпланти, та багато іншого, що відкрито не носить логотип компанії. Якщо заможна людина має таке бажання, вона може побудувати собі дім, та повністю облаштувати його виключно продуктами Арасаки. Це буде не дуже гарна ідея, бо нікому не відомо скільки жучків для шпигування людина буде мати у кожній кімнаті, але натомість клієнт отримає найбільш безпечний дім у всій країні, а можливо і у всьому світі[26].

Може здатися, що весь світ обертається навколо збройних корпорацій, але це не так. Є такі компанії, як «Нафтохім» та «Зататех», що взагалі не виробляють ніякої зброї. «Нафтохім», наприклад, відомі тим, що вигадали альтернативне паливо, яке дозволило авто-індустрії розвиватися навіть тоді, коли звичайного палива у ігровому всесвіті стало критично мало[65]. У той час як «Зататех» спеціалізуються на імплантах, комп'ютерних технологіях та транспорті. Ця корпорація постачає більшість товарів різарям, та вони доступні для всіх бюджетів. Найпопулярнішим товаром цієї компанії є літаюча техніка, якою користуються як великі корпорації, такі як «Кан-тао» та «Травма тім», так і репортери з великих каналів новин[88].

У світі Кіберпанку 2077, де технології диктують правила життя, а соціальне розшарування вражає, автомобілі не просто засіб пересування, а справжнє продовження особистості та статусу. Кожна марка авто відображає певний сегмент суспільства Найт-Сіті, від утилітарних робітничих конячок до розкішних суперкарів для еліти. Їхні назви часто відображають або їхню функціональність, або певну естетику, або ж мають прихований сенс, що доповнює загальну картину світу.

Арчер (Archer) – це марка, відома своїми надійними та утилітарними автомобілями. Їхні моделі часто мають квадратні, функціональні форми, що натякає на їхнє призначення – бути робочими конячками для повсякденного використання. Назва «Арчер» (лучник) може символізувати точність, прямолінійність та надійність, якості, що цінуються у простих, але ефективних машинах. Ці авто є поширеним вибором для служб доставки, таксі або пересічних мешканців Найт-Сіті, які цінують практичність понад естетику[32].

Марка Шевільйон (Chevillion) спеціалізується на мас-маркеті. Їхні автомобілі зазвичай виглядають дещо старомодно, з округлими формами, що нагадують класичні американські авто середини 20-го століття, але з елементами кіберпанкового дизайну. Ця марка пропонує доступні та відносно комфортні варіанти для широкого загалу. Назва «Шевільйон» звучить дещо французькою, що може додавати відтінок елегантності, проте насправді це є адаптацією відомого американського бренду, що підкреслює її орієнтацію на «традиційність» та поширеність[39].

Квадра (Quadra) – це культова марка спортивних автомобілів, яка є уособленням сили, швидкості та агресивного дизайну. Їхні моделі, такі як знаменитий Quadra Turbo-R V-Tech, мають гострі кути, низький профіль та потужні двигуни. «Квадра» може походити від слова «квадрат» або «квадроцикл», натякаючи на потужну, але приземлену конструкцію, або ж на «чотири» (Quad), що асоціюється з чотирма колесами та їхньою здатністю до швидкісних маневрів. Це вибір найманців та тих, хто прагне виділитися на дорогах Найт-Сіті[67].

Мідзутані (Mizutani) – це японська марка, яка пропонує елегантні та технологічно просунуті автомобілі. Їхній дизайн поєднує футуристичні лінії з елементами японської естетики. Назва «Мідзутані» є типовим японським прізвищем, що підкреслює походження та асоціюється з високими технологіями та довірою, які часто притаманні японській інженерії.

Автомобілі Mizutani є популярними серед корпоративних співробітників середнього рівня та тих, хто цінує стиль та надійність[59].

Макігай (Makigai) – ще одна японська марка, що виробляє більш бюджетні, але надійні та практичні автомобілі, часто фургони та компактні міські моделі. Назва «Макігай» звучить автентично японською, імовірно, будучи вигаданим прізвищем, що надає бренду національного колориту. Їхні автомобілі часто використовуються для комерційних цілей, доставки або як сімейні авто для менш заможних верств населення[54].

Тортон (Thorton) – це марка, що випускає надійні та витривалі автомобілі, часто пікапи та позашляховики, що ідеально підходять для Пустки або жорстких умов Найт-Сіті. Назва «Тортон» є типовим англійським прізвищем, яке може асоціюватися з міцністю та робочими якостями. Це вибір фермерів, кочівників та тих, хто потребує транспорт, здатний витримати будь-які випробування[77].

Вільфор (Villefort) – це французька марка, що пропонує автомобілі, які поєднують елегантність та функціональність. Їхні моделі часто мають витончений дизайн та є популярними серед тих, хто шукає баланс між стилем та практичністю. Назва «Вільфор» звучить шляхетно, як французьке прізвище або «міське укріплення», що може натякати на їхню елегантність та міцність, або ж асоціюватися з європейським дизайном[81].

Рейфілд (Rayfield) – це вершина розкоші та статусу у світі Найт-Сіті. Ця британська марка створює ексклюзивні суперкари та лімузини, що виділяються футуристичним, часто дещо кутастим дизайном та бездоганним внутрішнім оздобленням. Назва «Рейфілд» звучить як класичне британське прізвище або назва місцевості, що асоціюється з аристократизмом та елітарністю. Це вибір найзаможніших корпоративних шишок та знаменитостей, які прагнуть підкреслити свій неперевершений статус[69].

Махір (Mahir) – це марка, що спеціалізується на потужних та агресивних автомобілях, часто з елементами тюнінгу або броні. Їхні моделі розроблені для тих, хто шукає максимальну швидкість та захист. Назва

«Махір» є незвичайною та може мати східне походження, що може натякати на особливий підхід до дизайну та функціональності. Ці авто популярні серед найманців та членів банд[53].

Еррера (Herrera) – це іспанська марка, яка виробляє витончені та ексклюзивні автомобілі, що поєднують розкіш з високими технологіями. Їхні моделі мають гладкі лінії та елегантний дизайн. Назва «Еррера» є поширеним іспанським прізвищем, що додає бренду певного середземноморського колориту та асоціюється з елегантністю та смаком. Автомобілі Herrera – це вибір тих, хто цінує престиж, але воліє більш стриману та вишукану розкіш, ніж у Rayfield[45].

Арч (Arch) – це не марка автомобілів, а відомий виробник мотоциклів, що належить, за історією гри, самому Джонні Сільвергенду та його другові, який заснував компанію Arch Motorcycle. Мотоцикли Arch відомі своєю міцністю, агресивним дизайном та високою продуктивністю. Назва «Арч» може символізувати міцність, опору або ж дугу, що асоціюється з елементами мотоциклів. Це справжня ікона стилю у світі Найт-Сіті. Цікавий факт, у реальному світі також є така марка мотоциклів, і належить вона людині, що надав свою зовнішність та голос Джонні Сільвергенду, а саме актору Кіану Рівзу[33].

Яйба (Yaiba) – це ще один виробник мотоциклів, який спеціалізується на швидкісних та футуристичних моделях. Їхні мотоцикли часто мають характерний неоновий дизайн та розраховані на максимальну швидкість. Назва «Яйба» японською означає «лезо» або «клинок», що ідеально відображає гостроту, швидкість та небезпеку, притаманні їхнім мотоциклам. Вони є популярним вибором для вуличних гонщиків та тих, хто любить швидкість[87].

Таким чином, кожна марка авто у Кіберпанку 2077 є не просто транспортним засобом, а частиною великого пазлу, що формує соціальне та культурне обличчя Найт-Сіті, відображаючи його розмаїття та контрасти.

Висновки до розділу 3

1. Серед 129 випадків передачі унікальних власних назв у відеогрі «Кіберпанк 2077», найбільшу частку (37.98%) складає транскодування, що є очікуваним для власних назв, адже вони зберігають унікальність та автентичність, додають ефект «Іноземності» та «Майбутнього», та відповідають міжнародним стандартам та мерчандайзингу.

2. Також застосовуються словникові відповідники (13.18%), контекстуальна заміна (7.75%) та смисловий розвиток (7.75%).

3. Для досягнення відповідності нормам української мови іноді використовувались також перестановки слів (6.20%) у власних назвах, вилучення слова з власних назв (5.43%) та додавання слова до власної назви (3.10%), так звана прагматична адаптація.

4. Власні назви міста Найт-Сіті, його районів, кримінальних угруповань та брендів є не випадковими, а глибоко вкорінені в історію світу гри «Кіберпанк 2077», прямо відображаючи їхнє походження, історію, функціональність або соціально-культурний контекст, що підкреслює їхню роль у формуванні антиутопічного світу.

Загальні висновки

Дипломна робота була присвячена комплексному дослідженню теоретичних основ та практичних аспектів локалізації відеоігор, яка, як було встановлено, є однією з найдинамічніших та мультидисциплінарних сфер сучасного перекладознавства. В ході аналізу термінологічного поля було з'ясовано, що в українському ігровому просторі спостерігалася історична синонімізація термінів «відеогра» та «комп'ютерна гра», проте сучасна практика схиляється до використання «відеогра» як універсального узагальнюючого визначення для всіх форм електронних розваг, незалежно від типу апаратної платформи. Ключовим теоретичним висновком стало чітке розмежування між «перекладом» як простою передачею тексту, та «локалізацією» як комплексним процесом, що передбачає повну адаптацію продукту до мовних, культурних та соціальних особливостей цільової аудиторії, з метою збереження оригінальної атмосфери та ігрового досвіду.

Було визначено, що локалізація відеоігор висуває унікальні вимоги до фахівців через низку специфічних особливостей. По-перше, мультимодальність продукту, що поєднує текст, звук, зображення та інтерактивні елементи, вимагає від перекладача враховувати синхронізацію тексту з анімацією персонажів та звуковою доріжкою. По-друге, критично важливою є контекстуальна залежність тексту: більшість ігрових фраз набуває сенсу лише в рамках ігрової ситуації, що вимагає від локалізаторів глибокого розуміння сюжету, ігрового процесу та надання їм додаткових матеріалів, таких як знімки екрану, для отримання повного контексту. По-третє, перекладачі постійно стикаються з проблемою обмежень довжини інтерфейсу (HUD), де перекладений український текст є довшим за оригінальний, що змушує шукати компроміси, скорочувати слова або повністю переосмислювати фразу, щоб не порушувати при цьому візуальний дизайн. Нарешті, для забезпечення занурення гравця необхідна сувора узгодженість термінології. У великих ігрових всесвітах із вигаданими назвами, артефактами та фракціями кожен термін має бути перекладений

однаково, що досягається завдяки використанню глосаріїв (термбанків) та САТ-інструментів, які автоматизують процес і зменшують ризик помилок.

Локалізація не обмежується лише лінгвістичною роботою, охоплюючи також технічні та маркетингові аспекти. На етапі розробки гри ключовим є процес інтернаціоналізації – модифікація програмного коду, що дозволяє легко адаптувати гру до різних мов, шрифтів, форматів дати та валют, виносячи текстові елементи в окремі файли. Фінальним і критично важливим етапом, що гарантує якість, є LQA (Localization Quality Assurance), яке здійснюється носіями мови перекладу. Тестування LQA перевіряє не лише візуальну коректність (відсутність обрізання тексту), контекстуальну правильність (відповідність роду, динамічні рядки), але й проводить культурну перевірку на предмет образливих виразів чи культурно нечутливих елементів, які можуть бути інакше сприйняті на новому ринку. Також було підкреслено необхідність адаптації маркетингових матеріалів (назв, трейлерів, описів) та творчого підходу до перекладу культурних алюзій та ігор слів, які можуть бути невідомі українській аудиторії.

Окремий розділ роботи був присвячений принципам передачі власних назв (антропонімів, топонімів, ергонімів), які складають значний відсоток у локалізаційних базах. Основними методами їхньої передачі є транскрипція (передача вимови) та транслітерація (побуквена передача). У практиці перекладу важливо керуватися принципами практичної транскрипції, яка має на меті максимально точне відтворення звучання, що особливо актуально для мов з іншою графікою. При цьому перекладач часто стикається з конфліктом між принципом ідентичності (максимальне збереження оригінальної форми) та принципом евфонії (милозвучності). Українська нормотворча традиція здебільшого обирає компромісний шлях, адаптуючи назву до милозвучності лише в тих випадках, де це не призводить до спотворення чи втрати її ідентифікаційної функції, як це видно на прикладах фонетичної адаптації при передачі звуків H/G. Також було наголошено на важливості врахування культурного контексту власних назв, оскільки омонімія чи полісемія можуть

призвести до небажаних конотацій або втрати прихованого сенсу в мові перекладу.

Нарешті, дослідження виявило значну соціально-культурну та політичну роль локалізації в Україні. В умовах мовної домінації, діяльність спілок фанатських перекладів набула критичного значення. Ці волонтерські об'єднання, створюючи україномовні версії ігор, не лише підвищують доступність контенту, але й розвивають українську ігрову термінологію. Їхня ініціатива слугує важливим демонстратором попиту для світових розробників, стимулюючи додавання української мови до офіційних локалізацій. Цей процес є частиною ширшого процесу деколонізації культурного простору та зміцнення національної ідентичності у цифровій сфері. Таким чином, успішна локалізація, що інтегрує лінгвістичну майстерність, технічну підготовку та глибоке культурне розуміння, є запорукою того, що відеоігри будуть сприйматися в українському суспільстві як повноцінний мистецький твір.

У процесі передачі 129 унікальних власних назв у відеоігрі «Кіберпанк 2077» домінуючою стратегією очікувано стало транскодування, яке охоплює найбільшу частку випадків (37.98%). Це зумовлено необхідністю збереження унікальності та автентичності імен, посиленням ефекту «Іноземності» та «Майбутнього», а також дотриманням міжнародних стандартів і вимог мерчандайзингу. Серед інших використовуваних методів, спрямованих на збереження значення та контексту, застосовувалися словникові відповідники (13.18%), контекстуальна заміна (7.75%) та смисловий розвиток (7.75%). Для забезпечення відповідності нормам української мови та підвищення природності тексту використовувались також методи прагматичної адаптації, зокрема: перестановки слів у назвах (6.20%), вилучення (5.43%) та додавання слова (3.10%). Варто зазначити, що такі власні назви, як назви міста Найт-Сіті, його районів, кримінальних угруповань та брендів, є не випадковими, а глибоко вкоріненими в історію світу *Cyberpunk 2077*, безпосередньо відображаючи їхнє походження, історію, функціональність або соціально-

культурний контекст, чим і підкреслюють їхню ключову роль у формуванні антиутопічного ігрового світу.

Список використаних джерел:

1. В одній з головних ігор 2023 року буде офіційна українська локалізація.
URL: <https://www.unian.ua/games/baldur-s-gate-3-ochikuvana-rpg-otrimaye-ukrajinsku-lokalizaciyu-12347418.html> (Дата звернення: 15.10.2025)
2. Володіна Т. С., Рудківський О. П. Загальна теорія перекладу для першого (бакалаврського рівня): навч.–метод. посіб. Київ : Вид. центр КНЛУ, 2017. 296 с. URL: <http://rep.knlu.edu.ua/xmlui/bitstream/handle/787878787/182/Rudkivskyi.pdf?sequence=1&isAllowed=y> (Дата звернення: 21.09.2025)
3. Грузія чи Сакартвело: як називати цю країну українською.
URL: https://24tv.ua/education/gruziya-sakartvelo-yak-pravilno-ukrayinskoyu-nazivati-tsyu-derzhavu_n2698792 (Дата звернення: 20.10.2025)
4. Дієвидло, бісини та кримськотатарська мова. Голосування за головну українську локалізацію року. URL: <https://gamedev.dou.ua/articles/main-ukrainian-localization-2023/> (Дата звернення: 20.08.2025)
5. Желєзняк І. М. Українська мова: енциклопедія – НАН України / В. М. Русанівський та ін. Інститут мовознавства ім. О. О. Потебні, Інститут української мови. Київ : Українська енциклопедія, 2000. 832 с.
6. Зимовець Г. В. Структурно-семантичні особливості ергонімів України, *Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Мовознавство*. 2009. Т. 17, вип. 15(3). С. 33-41.
7. Карабан В. І. Переклад англійської наукової і технічної літератури. Граматичні труднощі та жанрово-стилістичні проблеми. Вінниця : Нова книга, 2002. 576 с.
8. Корольова Н. В., Лазер-Паньків О. В. та ін. Енциклопедичний словник класичних мов / за ред. Л. Л. Звонської. Київ : ВПЦ «Київський університет», 2017. 552 с.

9. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад).
Вінниця. Нова Книга, 2003. 445 с.
10. Кочерган М. П. Вступ до мовознавства: Київ: Академія, 2001. 368 с.
11. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ :
ВЦ «Академія», 2007. – Т. 1 : А – Л. 608 с.
12. Літературознавча енциклопедія : у 2 т. / авт.-уклад. Ю. І. Ковалів. Київ :
ВЦ «Академія», 2007. – Т. 2 : М – Я. 624 с.
13. Міщенко А. Локалізація та інтернаціоналізація перекладу у контексті
міжкультурної комунікації. *Наукові записки Кіровоградського
державного педагогічного університету. Серія: Філологічні науки
(мовознавство)*. Кіровоград: РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2012.
Випуск 104 (1). С. 151–158. URL:
<https://core.ac.uk/download/pdf/53035645.pdf> (Дата звернення:
05.09.2025)
14. Над українською локалізацією Alan Wake 2 працювали російські
підрядники, а українці в команді не допомогли. URL:
<https://gamedev.dou.ua/forums/topic/45934/> (Дата звернення: 04.09.2025)
15. Ніколи не кажіть “Прибалтика”: як правильно називати Латвію, Литву
та Естонію. URL: [https://intermarium.in.ua/2025/05/01/nikoly-ne-kazhit-
prybaltyka-iak-pravylno-nazyvaty-latviiu-lytvu-ta-estoniiu/](https://intermarium.in.ua/2025/05/01/nikoly-ne-kazhit-prybaltyka-iak-pravylno-nazyvaty-latviiu-lytvu-ta-estoniiu/) (Дата
звернення: 20.10.2025)
16. Правило дев’ятки. URL: <http://litopys.org.ua/ukrmova/um199.htm> (Дата
звернення: 02.11.2025)
17. Про впорядкування транслітерації українського алфавіту латиницею.
URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/55-2010-%D0%BF#Text> (Дата
звернення: 21.09.2025)
18. Рекомендації щодо транслітерування літерами української абетки
власних назв, поданих англійською, французькою, німецькою та
італійською мовами. URL:

- <https://web.archive.org/web/20160307020619/http://sips.gov.ua/ua/transliteration/uvannja.html> (Дата звернення: 21.10.2025)
- 19.Символом чого виступають Дедал та Ікар? URL: <http://ukrlib.com.ua/answers-zl/printit.php?tid=12482> (Дата звернення: 26.10.2025)
- 20.Транслітерування англійськомовного тексту. URL: <https://web.archive.org/web/20071026160319/http://www.sdip.gov.ua/t/docman/binary/trans/04ND41.doc> (Дата звернення: 21.10.2025)
- 21.Транслітерування німецькомовного тексту. URL: <https://web.archive.org/web/20071026160401/http://www.sdip.gov.ua/t/docman/binary/trans/06ND43.doc> (Дата звернення: 21.10.2025)
- 22.У FBC: Firebreak, новій грі від творців Alan Wake та Control, буде українська локалізація. URL: <https://gamedev.dou.ua/news/ukrainian-localization-in-fbc-firebreak/> (Дата звернення: 13.10.2025)
- 23.«Шлякбитаф». URL: <https://sbt.localization.com.ua/pro-nas/> (Дата звернення: 19.10.2025)
- 24.«Хіросіма» чи «Хірошіма»: як саме варто перекладати з японської мови та до чого тут дерусифікація. URL: <https://suspilne.media/culture/854211-hirosima-ci-hirosima-ak-same-var-to-perekladati-z-aponskoi-movi-ta-do-cogo-tut-derusifikacia/> (Дата звернення: 20.08.2025)
- 25.6th Street. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/6th_Street (Дата звернення: 03.07.2025).
- 26.Arasaka. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Arasaka> (Дата звернення: 03.07.2025).
- 27.Arasaka Waterfront. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Arasaka_Waterfront (Дата звернення: 03.07.2025).
- 28.Afterlife. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Afterlife> (Дата звернення: 03.07.2025).

- 29.All Foods. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/All_Foods (Дата звернення: 03.07.2025).
- 30.All Foods Factory. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/All_Foods_Factory (Дата звернення: 03.07.2025).
- 31.Animals. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Animals> (Дата звернення: 03.07.2025).
- 32.Archer. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Archer> (Дата звернення: 03.07.2025).
- 33.ARCH Motorcycle. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/ARCH_Motorcycle (Дата звернення: 03.07.2025).
- 34.Arroyo. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Arroyo> (Дата звернення: 03.07.2025).
- 35.Badlands. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Badlands> (Дата звернення: 03.07.2025).
- 36.Black Sapphire. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Black_Sapphire (Дата звернення: 03.07.2025).
- 37.Budget Arms. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Budget_Arms (Дата звернення: 03.07.2025).
- 38.Charter Hill (2077). URL: [https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Charter_Hill_\(2077\)](https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Charter_Hill_(2077)) (Дата звернення: 03.07.2025).
- 39.Chevillon. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Chevillon> (Дата звернення: 03.07.2025).
- 40.City Center (2077). URL: [https://cyberpunk.fandom.com/wiki/City_Center_\(2077\)](https://cyberpunk.fandom.com/wiki/City_Center_(2077)) (Дата звернення: 03.07.2025).

41. Constitutional Arms. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Constitutional_Arms (Дата звернення: 03.07.2025).
42. Dogtown. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Dogtown> (Дата звернення: 03.07.2025).
43. Fixer. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Fixer> (Дата звернення: 03.07.2025).
44. Haven Clinic. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Haven_Clinic (Дата звернення: 03.07.2025).
45. Herrera. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Herrera> (Дата звернення: 03.07.2025).
46. Heywood (2077). URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Heywood> (2077 (Дата звернення: 03.07.2025).
47. Icarus And Daedalus: The Flight, Fall, Aftermath And Symbolism. URL: <https://sirioti.com/blogs/greek-symbols-meaning/icarus-and-daedalus-the-flight-fall-aftermath-and-symbolism>? (Дата звернення: 26.10.2025)
48. Japantown (2077). URL: [https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Japantown_\(2077](https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Japantown_(2077)) (Дата звернення: 03.07.2025).
49. Kang Tao. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Kang_Tao (Дата звернення: 03.07.2025).
50. Lizzie's Bar. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Lizzie's_Bar (Дата звернення: 03.07.2025).
51. Little China (2077). URL: [https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Little_China_\(2077](https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Little_China_(2077) (Дата звернення: 03.07.2025).
52. LQA Guide: What Is Game Localization Testing And How To Do It Right. URL: <https://www.localizedirect.com/posts/lqa-what-is-game-localization-testing> (Дата звернення: 05.09.2025)

53. Mahir. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Mahir> (Дата звернення: 03.07.2025).
54. Makigai. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Makigai> (Дата звернення: 03.07.2025).
55. Mangiron C., O'Hagan M. Game Localization. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 2013. 374 p.
56. Megabuilding. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Megabuilding> (Дата звернення: 03.07.2025).
57. Merino M.A.B. Translation and localisation in video games: Making entertainment software global, London/New-York: Routledge. 302 p.
58. Militech. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Militech> (Дата звернення: 03.07.2025).
59. Mizutani. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Mizutani> (Дата звернення: 03.07.2025).
60. Night City. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Night_City (Дата звернення: 03.07.2025).
61. North Oak (2077). URL: [https://cyberpunk.fandom.com/wiki/North_Oak_\(2077\)](https://cyberpunk.fandom.com/wiki/North_Oak_(2077)) (Дата звернення: 03.07.2025).
62. Northside (2077). URL: [https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Northside_\(2077\)](https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Northside_(2077)) (Дата звернення: 03.07.2025).
63. Pacifica (2077). URL: [https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Pacifica_\(2077\)](https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Pacifica_(2077)) (Дата звернення: 03.07.2025).
64. Part 5: Internationalization (Games Localization Guide). URL: <https://blog.andovar.com/games-localization-guide-part-5> (Дата звернення: 26.10.2025 p.)
65. Petrochem. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Petrochem> (Дата звернення: 03.07.2025).

66. Pym A. The Moving Text Localization, translation, and distribution. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins, 2004. 226 p.
67. Quadra. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Quadra> (Дата звернення: 03.07.2025).
68. Rancho Coronado (2077). URL: [https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Rancho_Coronado_\(2077\)](https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Rancho_Coronado_(2077)) (Дата звернення: 03.07.2025).
69. Rayfield. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Rayfield> (Дата звернення: 03.07.2025).
70. Santo Domingo (2077). URL: [https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Santo_Domingo_\(2077\)](https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Santo_Domingo_(2077)) (Дата звернення: 03.07.2025).
71. Scavengers. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Scavengers> (Дата звернення: 03.07.2025).
72. Schäler R. Localization and translation. John Benjamins Publishing Company, 2012. 468 p.
73. Slasher – січа, МОБА – БМБА: випустили оновлений словник ігрової термінології українською. URL: <https://itc.ua/ua/novini/slasher-sicha-moba-bmba-vypustyly-onovlenyj-slovnyk-igrovoyi-terminologiyi-ukrayinskoyu/> (Дата звернення: 02.11.2025)
74. The Chevy Nova That Wouldn't Go: This Commonly Told Tale Is Just an Urban Legend. URL: <https://www.thoughtco.com/chevy-nova-that-wouldnt-go-3078090> (Дата звернення: 20.08.2025)
75. The Moth. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/The_Moth (Дата звернення: 03.07.2025).
76. The Mox. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/The_Mox (Дата звернення: 03.07.2025).
77. Thorton. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Thorton> (Дата звернення: 03.07.2025).

78. Trauma Team. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Trauma_Team (Дата звернення: 03.07.2025).
79. Tyger Claws. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Tyger_Claws (Дата звернення: 03.07.2025).
80. Valentinos. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Valentinos> (Дата звернення: 03.07.2025).
81. Villefort. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Villefort> (Дата звернення: 03.07.2025).
82. Voodoo Boys. URL: https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Voodoo_Boys (Дата звернення: 03.07.2025).
83. Watson (2077). URL: [https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Watson\(2077\)](https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Watson(2077)) (Дата звернення: 03.07.2025).
84. Westbrook. URL: [https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Westbrook_\(2077\)](https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Westbrook_(2077)) (Дата звернення: 03.07.2025).
85. What Are AAA Games? Everything You Need to Know About Triple-A Games and Their Impact. URL: <https://kevurugames.com/blog/what-are-aaa-games-everything-you-need-to-know-about-triple-a-games-and-their-impact/> (Дата звернення: 31.10.2025)
86. What are Consonant Clusters in English Grammar? URL: <https://www.thoughtco.com/what-is-consonant-cluster-cc-1689791> (Дата звернення: 31.10.2025)
87. Yaiba. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Yaiba> (Дата звернення: 03.07.2025).
88. Zetatech. URL: <https://cyberpunk.fandom.com/wiki/Zetatech> (Дата звернення: 03.07.2025).

Summary

The master's thesis is devoted to a comprehensive study of the theoretical foundations and practical aspects of *video game localization* as one of the most dynamic and multidisciplinary areas of modern translation studies. The relevance of the research is determined by the growing importance of the gaming industry as a global cultural phenomenon and the increasing need for high-quality Ukrainian-language localizations. In the context of digital globalization and cultural decolonization, video game localization not only facilitates linguistic accessibility but also contributes to the preservation and development of national identity through language.

The purpose of the study is to explore the linguistic, cultural, and technical features of video game localization and to analyze the principles of rendering proper names in Ukrainian translations. The research tasks include defining the distinction between “translation” and “localization,” examining the specifics of game localization as a multimodal process, classifying methods for transferring proper names and titles, and analyzing practical examples based on the game *Cyberpunk 2077*.

The methodological basis of the research combines descriptive, comparative, and analytical methods. The study relies on theoretical works in translation studies (by Karaban, Korunets, Schäler, Bernal-Merino, Mangiron & O'Hagan), as well as practical analysis of localized linguistic material. A sample of 129 unique proper names and titles from *Cyberpunk 2077* was examined to identify and classify translation strategies and transformations.

The scientific novelty of the research lies in its integrative approach to the study of localization as both a linguistic and sociocultural phenomenon. For the first time in Ukrainian academic discourse, the paper offers a detailed classification of methods for translating proper names in the context of this specific video game, combining linguistic theory with practical localization data. The study also

emphasizes the role of fan translation communities as agents of linguistic innovation and cultural resistance.

The theoretical significance of the study is that it systematizes the principles of rendering proper names in video game localization and clarifies the relationship between the concepts of *translation* and *localization*. The practical significance lies in the possibility of applying the findings in the work of localization specialists, translation educators, and linguistic standardization projects aimed at developing Ukrainian gaming terminology and improving localization quality standards.

The content of the thesis covers three main chapters. The first chapter explores the conceptual and terminological aspects of localization, highlighting its difference from traditional translation and the challenges of multimodality, interactivity, and cultural adaptation. The second chapter analyzes the types of proper names (anthroponyms, toponyms, ergonyms) and the primary methods of their transfer-transcription, transliteration, and calque-emphasizing the challenges of homonymy, polysemy, and phonetic differences. The third chapter presents an empirical analysis of translation methods based on *Cyberpunk 2077*, identifying dominant strategies such as transliteration (56.58%), transcription (20.93%), and contextual substitution (7.75%), as well as highlighting pragmatic adaptation and euphonious adjustments to maintain naturalness in Ukrainian.

The results demonstrate that localization serves not only linguistic but also socio-political functions in Ukraine. Volunteer fan translation groups have played a pivotal role in popularizing Ukrainian-language content and stimulating the inclusion of Ukrainian in official localizations of major titles. This reflects a broader process of cultural decolonization and digital identity strengthening.

The thesis findings were presented and discussed during academic seminars, and its core ideas were reflected in student scientific conferences and related publications on translation and localization theory.