

**ИНТЕРНАЦИОНАЛИЗАЦИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР:
ПЕРЕВОДЧЕСКИЙ АСПЕКТ**

В настоящее время компьютерные игры обладают большей популярностью и распространенностью по всему миру, чем многие другие продукты из индустрии развлечений. Их начинают применять не только в развлекательных целях, но также в развивающих, обучающих и многих других. Именно поэтому на начальных этапах разработки необходимо тщательно подходить к интернационализации продукта.

Интернационализация является первым и важным этапом локализации текста. Она позволяет расширить сферу использования готового продукта и сделать его доступным для большого количества стран. Ее цель состоит в полном уничтожении всех возможных культурных особенностей. Отсутствие интернационализации может создать трудности при переводе, таких как необходимость сокращения текста до количества символов текста оригинала, что может привести к потерям в стилистической и смысловой составляющих текста перевода. Или же сделать невозможным перевод текста на некоторые языки, в которых способ чтения не совпадает со способом чтения языка текста оригинала.

Помимо всех существующих функциональных стилей, не являющихся главной сложностью при переводе на другие языки, текст компьютерной игры может включать в себя большой объем безэквивалентной лексики и сленга. Процесс интернационализации призван упростить содержание текста игры и стереть культурные границы, чтобы не допустить шанса неправильной интерпретации и недопонимания при переводе. В ходе качественной интернационализации к тексту компьютерной игры должны быть добавлены специальные подсказки для переводчиков и глоссарии, призванные упростить и ускорить последующую работу.

Таким образом, интернационализация может и не обязывать переводить весь текст продукта и его документацию на другой язык, но она включает в себя все необходимые шаги для комфортной и качественной локализации компьютерной игры на другие языки и является ее неотъемлемой частью. Переводчики получают универсальный и интернациональный вариант текста, который впоследствии можно успешно адаптировать для конкретной страны и конкретных культурных реалий. Без интернационализации процесс локализации остается возможным, пусть и крайне ограниченным, в то время как интернационализация не отделима от локализации, т.к. создает почву для дальнейшей адаптации продукта.