



Università  
Ca' Foscari  
Venezia

Corso di Laurea  
magistrale  
in Lingue e Civiltà  
dell'Asia e dell'Africa  
mediterranea

Tesi di Laurea

# **Come parla il Bodhisattva scozzese**

Analisi del discorso videoludico per  
la localizzazione del gioco Black Myth Wukong

**Relatore**

Prof. Paolo Magagnin

**Correlatrice**

Prof.ssa Nicoletta Pesaro

**Laureanda**

Serena Hu

Matricola 896992

**Anno Accademico**

2024 / 2025

## 摘要

近年来，中国游戏产业在移动端领域实现跨越式发展，《原神》《王者荣耀》等作品成功构建全球文化影响力。然而在主机游戏这一被视为电子游戏的核心领域，本土开发力量长期处于追赶态势。《黑神话：悟空》的全球现象级成功，打破了国产 3A 游戏历史空白，再一次证明了民族文化跨语言区域传播的可能性，但同时也暴露了游戏本地化产业的规范化发展所面临的现实困难和业内普遍存在的脱节问题。

本研究以论述分析理论为基础，聚焦《黑神话：悟空》英意双语的本地化实践，探讨“中国风”游戏文本的跨文化转译机制。游戏通过“天命人”的叙事视角，引导玩家在收集大圣根器的旅途中，邂逅基于中国名著《西游记》重构的妖怪谱系，经历艰险而精彩的战斗，聆听民族乐器的演奏和还原原著白话文风格的对话，沉浸式体会中国文化哲学的意蕴。这种文化符号的现代转译，对本地化团队提出了双重挑战：既要保持陕西说书和中国神话等东方美学意象的原真性，又需构建起跨文化玩家群体的认知桥梁。游戏科学采取的策略颇具启示性——对如“妖怪”、“气势”核心概念实施异化翻译为 *yaoguài* 和 *Qi*，同时通过环境叙事和玩法引导建立辅助认知系统。

本论文基于游戏论述分析的研究视角梳理电子游戏的概念，探究电子游戏游玩的人机对话过程，创新性构建“机制-语境”双轨分析模型，将游戏资产按功能划分标记为：机制类资产、语境类资产、玩家故事资产三类。在模型中加入游戏本地化实践对文本翻译的现实限制因素进行修正之后，定性分析三类资产所采用的英语和意大利语翻译的策略。研究发现，机制类文本和语境类文本呈现显著归化倾向，采用目标语游戏惯例表达；玩家故事文本则坚持异化策略，配合其他游戏资产建立新的文化符号。

## Abstract

Negli ultimi anni, l'industria videoludica cinese è cresciuta sostanzialmente nel settore mobile, con titoli come *Genshin Impact* e *Honor of Kings* che hanno costruito un'influenza culturale globale. Tuttavia, nel campo dei giochi per console, considerato il videogioco per eccellenza, le capacità di sviluppo locali hanno a lungo registrato un ritardo strutturale. Il fenomenale successo globale di *Black Myth: Wukong* non solo ha infranto il vuoto storico dei titoli AAA made in China, ma ha anche dimostrato la fattibilità della trasmissione translinguistica di simboli culturali nazionali, rivelando al contempo le criticità nello sviluppo standardizzato della localizzazione videoludica e le disconnessioni sistemiche del settore.

Questo studio si fonda su un quadro teorico di analisi discorsiva, focalizzandosi sulle pratiche di localizzazione in inglese e italiano di *Black Myth: Wukong*, con l'obiettivo di esplorare i meccanismi di transcodifica interculturale dei testi videoludici in stile cinese. Il gioco, attraverso la prospettiva narrativa del Prescelto, guida il giocatore in un viaggio per raccogliere le reliquie del Grande Saggio, incontrare una bestiaria mitologica rielaborata dal classico *Il Viaggio in Occidente*, affrontare combattimenti epici e immergersi nella filosofia cinese attraverso dialoghi in stile *baihua* e composizioni di strumenti tradizionali. Questa trasposizione moderna di simboli culturali impone alla localizzazione una duplice sfida: preservare l'autenticità di elementi estetici orientali (come i narratori tradizionali dello Shaanxi o i riferimenti mitologici) e costruire ponti cognitivi per un pubblico globale. Lo studio rileva la strategia adottata da Game Science: applicare una strategia di straniamento a concetti chiave come *yaoguài* e *Qi*, affiancata da sistemi di supporto cognitivo tramite narrazione ambientale e meccaniche ludiche integrate.

Partendo da una prospettiva di analisi discorsiva dei videogiochi, la ricerca sistematizza i concetti fondamentali del medium, indaga il processo dialogico uomo-macchina durante il *gameplay* e propone un modello duale meccanica-contesto. Questo modello classifica gli *asset* di gioco in tre categorie funzionali: *asset* meccanici, *asset* contestuali e *asset* "storia principale del giocatore". Dopo aver integrato nel modello i vincoli pratici della localizzazione, lo studio analizza le strategie traduttive applicate alle tre categorie nelle versioni inglese e italiana. I risultati evidenziano una forte tendenza

alla domesticazione per testi meccanici e contestuali, allineati alle convenzioni ludiche delle lingue targetò; l'adozione di straniamento selettivo per gli *asset* all'interno della storia principale del giocatore, sostenuto dagli altri *asset* per istituire nuovi segni culturali.

## Indice

摘要.....	1
Abstract .....	2
Introduzione .....	6
Capitolo 1: Il videogioco: cos'è e come comunica .....	9
1.1 Il videogioco. Visioni incomplete .....	9
1.1.1 Confusione nella terminologia e definizioni erranee.....	10
1.1.2 Opinione del mondo accademico.....	15
1.1.3 Categorizzazione dei videogiochi.....	19
1.2 Legittimazione del valore culturale del videogioco: il caso della Cina .....	24
1.3 <i>Game discourse analysis</i> .....	27
1.3.1 Videogiochi come dialoghi.....	28
1.3.2 <i>Affordance</i> .....	35
1.3.3 <i>Avatar</i> .....	37
1.3.4 Visione a raggi X.....	40
1.3.5 Riconoscimento di <i>pattern</i> .....	42
1.3.6 Contesto .....	43
1.3.7 Il modello meccanica-contesto .....	46
Capitolo 2: Il videogioco tradotto .....	51
2.1 La localizzazione del videogioco .....	51
2.2 Diverse modalità di localizzazione .....	53
2.3 Le sfide della localizzazione .....	62
2.3.1 Sfide tecniche.....	62
2.3.2 Sfide della tempistica.....	64
2.3.3 Restrizioni normative e culturali .....	64
2.3.4 Il modello di localizzazione.....	66
Capitolo 3: Studio del caso di <i>Black Myth: Wukong</i> .....	69
3.1 Presentazione del gioco.....	69

3.1.1 <i>Black Myth: Wukong</i> .....	69
3.1.2 Game Science .....	74
3.1.3 Localizzazione .....	75
3.2 Metodologia applicata .....	80
3.3 Analisi con esempi .....	82
3.3.1 Colonna sonora .....	84
3.3.2 Effetti sonori e suoni ambientali.....	85
3.3.3 <i>Cutscene</i> e video .....	85
3.3.4 Grafica .....	86
3.3.5 Asset testuali.....	88
3.3.6 Resa dei nomi di NPC.....	94
3.3.7 Localizzazione del personaggio Bodhisattva Lingji.....	101
Conclusioni .....	111
Bibliografia .....	114
Sitografia e riviste online .....	120

## Introduzione

Il videogioco, *video game* oppure *multimedia entertainment software* in inglese, è un termine che copre una vasta gamma di prodotti di intrattenimento distribuiti sulle più svariate piattaforme e dispositivi. Negli ultimi quarant'anni, il videogioco ha conosciuto una costante evoluzione e una crescita significativa: dai mercati tradizionali di Nord America e Giappone, la sua diffusione si è allargata a un pubblico globale sempre più consistente, con un'evidente spinta verso la macroregione dell'Asia-Pacifico<sup>1</sup>. Ormai, il videogioco non può più essere considerato un passatempo di nicchia: è una forma d'espressione complessa che coinvolge la maggioranza della popolazione<sup>2</sup>, intrecciando elementi narrativi e interattivi all'interno di un prodotto multimediale di grande impatto. In tale contesto, le aziende videoludiche si trovano a fronteggiare la sfida di proporre opere adatte a pubblici provenienti da contesti culturali e linguistici diversi, facendo così emergere la necessità di adottare strategie di localizzazione efficaci.

La localizzazione di un videogioco non equivale a una mera traduzione dei testi; si tratta di un intervento su più livelli — linguistico, grafico, sonoro e strutturale — per assicurare che il giocatore, in qualsiasi Paese, possa vivere un'esperienza coerente, immersiva e fedele alla visione degli sviluppatori. A differenza di forme unidirezionali quali il cinema o la letteratura, i videogiochi aggiungono una componente interattiva: la narrazione si evolve attraverso la partecipazione del giocatore, impegnato in un “dialogo uomo-macchina” che influisce sugli eventi e ne co-costruisce il significato. Rispetto a forme d'arte unidirezionali come il cinema o la letteratura, il videogioco aggiunge la dimensione interattiva: la narrazione si sviluppa attraverso la partecipazione attiva del giocatore nel dialogo uomo-macchina, che influisce sugli eventi e ne co-costruisce il senso.

Il presente lavoro si focalizza sull'analisi delle strategie di localizzazione adottate in un caso di studio specifico, evidenziando come la complessità del medium videoludico si rifletta nelle scelte traduttive e nel rapporto dialettico tra “meccaniche di gioco” e “contesto narrativo”. Viene applicato

---

<sup>1</sup> NEWZOO, *2024 Global Games Market Report*, newzoo.com, 2024. URL: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoos-global-games-market-report-2024-free-version> (consultato il 15/12/2024).

<sup>2</sup> Lisa NEWON, Online Multiplayer Games, in A. GEORGAKOULOPOULOU e T. SPILIOTI (a cura di), *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*, New York, Routledge, 2016, p. 289.

un modello duale meccanica-contesto per distinguere gli *asset* maggiormente orientati alla meccanica (comandi, regole, interfaccia) da quelli incentrati sulla costruzione del contesto (dialoghi, testi ambientali, costruzione dei personaggi) e quelli riferiti alla “storia principale del giocatore”, con l’obiettivo di mostrare come la localizzazione può usufruire dalla pratica di mappare gli *asset* a seconda della loro funzione nell’esperienza di gioco.

Prima di intraprendere nella trasportazione del videogioco attraverso confini nazionali e barriere linguistico culturali, si è ritenuto opportuno esplorare nel primo capitolo, il concetto del videogioco e le caratteristiche che lo contraddistinguono da altre forme di gioco e altre forme artistiche per avere una visione completa del prodotto videoludico. La analisi parte dalle definizioni che circolano nei dizionari in lingue italiano, inglese e cinese, per poi procedere con quelle emerse negli studi accademici. In vista alle limitazioni delle descrizioni del videogioco basate sull’aspetto prettamente tecnico, si introduce il punto di vista dell’analisi del discorso videoludico, in particolare la struttura conversazionale tra giocatore e gioco proposta da Gee<sup>3</sup>. L’esperienza videoludica viene revisionata in termini di individuazione di *affordance* e *avatar*<sup>4</sup>, che il giocatore deriva dalla rielaborazione degli enunciati videoludici tramite due canali, ovvero il riconoscimento della meccanica del gioco e il contesto del gioco. Con questo modello è possibile suddividere gli *asset* del gioco in tre categorie, quali gli *asset* meccanici, gli *asset* contestuali e gli *asset* “storia principale del giocatore”.

Nel secondo capitolo, si approfondiscono le dinamiche del settore della localizzazione videoludica, mettendo in luce le principali sfide tecniche, culturali e normative che gli operatori del settore affrontano, integrandoli nel modello proposto per sviluppare un modello di localizzazione che bilancia le restrizioni pratiche del settore e una resa efficace dell’esperienza videoludica<sup>5</sup> nel *locale* di arrivo.

Nel terzo capitolo, ho tentato di analizzare la localizzazione del videogioco *Black Myth: Wukong*, definito da molti come il primo titolo Tripla A proveniente dalla Cina. Opera di enorme successo, ha

---

<sup>3</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 8.

<sup>4</sup> Ivi, p. 80.

<sup>5</sup> Minako O'HAGAN, *Video Games as a New Domain for Translation Research: From Translating Text to Translating Experience*. *Tradumàtica: Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació*, 2007, 5.

registrato una vendita di oltre 23,2 milioni di copie sulla piattaforma di distribuzione giochi Steam<sup>6</sup>. Per lo studio del caso si esamina il modo in cui gli *asset* del gioco siano stati localizzati nelle diverse lingue in riferimento alla collocazione nel modello sviluppato, discutendo differenze e convergenze nelle strategie adottate. In particolare, si analizzano le rese dei nomi degli NPC e, nel caso di Bodhisattva Lingji, il modo in cui i diversi *asset* localizzati (dialoghi, doppiaggio, testi di canzoni e poesie) contribuiscono alla costruzione del personaggio.

Si intende così dimostrare che, per garantire coerenza e successo commerciale su scala internazionale, la localizzazione deve collocarsi in una visione integrata del prodotto videoludico. Anziché affrontare traduzioni e adattamenti come interventi frammentari, si rivela essenziale considerare il gioco nella sua interezza, valutando ogni singolo *asset* in relazione al contesto del gioco per valutare il suo impatto sull'esperienza dell'utente. In ultima analisi, lo studio proposto mira a sottolineare l'importanza di una visione integrale per la localizzazione del videogioco: solo attraverso una sinergia tra diversi segnali, sia localizzati che no, è possibile realizzare la localizzazione dell'esperienza videoludica<sup>7</sup>, in grado di mantenere l'equilibrio tra fedeltà all'opera originale e fruibilità per il pubblico locale.

---

<sup>6</sup> VG Insights, *Black Myth: Wukong* – Steam Stats, vginsights.com, 2024. URL: <https://vginsights.com/game/black-myth-wukong> (consultato il 31/12/2024).

<sup>7</sup> Minako O'HAGAN, Video Games as a New Domain for Translation Research: From Translating Text to Translating Experience. *Tradumàtica: Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació*, 2007, 5.

## Capitolo 1: Il videogioco: cos'è e come comunica

### 1.1 Il videogioco. Visioni incomplete

Nonostante la loro breve storia, i videogiochi sono, molto probabilmente, la forma di espressione popolare e intrattenimento più influente della cultura odierna, in grado di sfidare la superiorità del cinema, del mondo editoriale e dell'industria della musica. Al contrario da quanto è percepito da persone al di fuori di questa industria, i videogiochi si sono evoluti superando le loro forme arcaiche, di cui si ricordano i titoli che hanno definito il videogioco nell'immaginario collettivo come *Street Fighter*<sup>8</sup> degli anni Ottanta e *Super Mario 64*<sup>9</sup> degli anni Novanta, e hanno raggiunto una penetrazione di mercato molto più profonda in termini di parametri demografici. Gli Stati Uniti, uno dei mercati principali per l'industria videoludica sin dalla nascita di questo settore, il 65% della popolazione gioca per almeno un'ora alla settimana.<sup>10</sup> In Italia, invece, sono presenti 13 milioni di videogiocatori tra i 6 e i 64 anni, corrispondenti al 31% della popolazione, e con un'età media di 30 anni<sup>11</sup>. Anche la distribuzione demografica è abbastanza equilibrata, con il 61% del pubblico di riferimento maschile<sup>12</sup>. La scena mondiale racconta una situazione simile: Newzoo prevede che nell'anno 2024, il mercato videoludico globale ammonterà fino a 187,7 miliardi di dollari, crescendo del 2,1% rispetto all'anno precedente<sup>13</sup>. La crescita progettata per il numero di giocatori che spendono soldi in videogiochi, invece, è del 5%, arrivando fino ai 1,5 miliardi, tra cui i giocatori di PC ne contribuiranno una maggior parte<sup>14</sup>. Conferenze internazionali sui videogiochi a cadenza annuale sono dedicati alla discussione delle possibilità creative nello sviluppo del settore, compresi la London Games Summit in Inghilterra, la GamesCom a Cologne, la Summer Game Fest a Los Angeles e lo

---

<sup>8</sup> *Street Fighter*: celebre serie di videogiochi picchiaduro a incontri. Il primo gioco della serie, intitolato Street Fighter I, è stato sviluppato per arcade e pubblicato da Capcom a partire dal 1987.

<sup>9</sup> *Super Mario 64*: primo capitolo della serie di videogiochi di piattaforma *Super Mario* a presentare una grafica 3D, sviluppato da Nintendo EAD e pubblicato da Nintendo per Nintendo 64.

<sup>10</sup> ESA, 2023 *Essential Facts about the U.S. Video Game Industry*, Theesa.com, 2023. URL: [https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/02/ESA\\_2023\\_Essential\\_Facts\\_FINAL\\_07092023-1.pdf](https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/02/ESA_2023_Essential_Facts_FINAL_07092023-1.pdf) (consultato il 28/12/2024).

<sup>11</sup> IDEA, *I videogiochi in Italia nel 2022*, iideassociation.com, 2022. URL: <https://iideassociation.com/wp-content/uploads/2024/04/1-videogiochi-in-Italia-nel-2023-1.pdf> (consultato il 28/12/2024).

<sup>12</sup> Ibidem.

<sup>13</sup> NEWZOO, 2024 *Global Games Market Report*, newzoo.com, 2024. URL: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoos-global-games-market-report-2024-free-version> (consultato il 15/12/2024).

<sup>14</sup> Ibidem.

Tokyo Game Show. Il British Academy of Film and Television Arts (BAFTA), il quale si incentrava inizialmente su opere cinematografiche e televisive, dedica una sezione di premi dedicate ai videogiochi a partire dal 2004 che si è espansa gradualmente negli anni fino ad arrivare a 17 categorie nel 2024<sup>15</sup>. Oltre a ciò, esistono premi dedicati specificamente al mondo dei videogiochi, che ogni anno attirano grande attenzione da parte dei media e degli appassionati dell'industria videoludica, tra cui si ricordano il Golden Joystick Awards, il D.I.C.E. Awards (“Design Innovate Communicate Entertain”) il The Game Awards (TGA) e il Game Developers Conference (GDC).

Nonostante la crescente importanza del medium videoludico, si nota che i videogiochi continuano ad essere soggetti a pregiudizi e percezioni erronee. Si tratta di pregiudizi che vedono i videogiochi come semplici passatempo, al massimo considerati beni di consumo di massa o attività superficiali per bambini (di tutte le età), e nel peggiore dei casi come strumenti di addestramento alla misoginia, al militarismo e alla violenza. Tale fatto è ulteriormente dimostrato dalla inaccuratezza nell'uso dei termini e nelle definizioni provviste dai principali dizionari ed enciclopedie che falliscono ad illustrare la varietà e la complessità dei videogiochi<sup>16</sup>.

### 1.1.1 Confusione nella terminologia e definizioni erronee

La percezione di massa dei videogiochi è spesso influenzata da una terminologia poco chiara o addirittura errata, che non aiuta a definire con precisione cosa siano realmente i videogiochi. In molte lingue, tra cui prendiamo in esame l'italiano, l'inglese e il cinese, esistono diversi termini per riferirsi a questa forma di intrattenimento, ma non sempre questi sono utilizzati correttamente o risultano interscambiabili.

Ad esempio, in italiano si usa talvolta l'espressione *giochi elettronici* come sinonimo di videogiochi, sebbene i due concetti siano distinti. I giochi elettronici, infatti, si riferiscono a giochi che utilizzano componenti elettroniche e comprendono una gamma più ampia di prodotti, come i

---

<sup>15</sup> BAFTA, *The Best Videogames of 2024*, bafta.org, 2024. URL: <https://www.bafta.org/stories/best-video-games-2024#targetsection> (consultato il 01/01/2025).

<sup>16</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 17.

tappeti musicali o le *claw crane* (le macchine afferra-peluche), che non necessariamente implicano l'uso di uno schermo o di un dispositivo programmabile<sup>17</sup>. In Cina, termini collegati al concetto dei videogiochi come *dianwan* 电玩 (composto da *dian* 电 “elettronico o elettricità” e *wan* 玩 “giocare”), *dianshi youxiji* 电视游戏机 (letteralmente “macchina di gioco televisiva”) e *shipin youxi* 视频游戏 (composto da *shipin* 视频 “video” e *youxi* 游戏 “gioco”) hanno subito una evoluzione. Negli anni '90, i primi videogiochi che erano entrati nel mercato cinese erano principalmente sotto forma di console da collegare alla televisione o apparecchi arcade ritrovabili nelle sale gioco, quest'ultime chiamate appunto *dianwancheng* 电玩城 (letteralmente “città dei giochi elettronici”). 视频游戏 è la traduzione letterale per il termine inglese *videogame*, che però è facilmente confondibile con giochi che accentuano le animazioni video, e perciò l'uso di questo termine non si è mai diffuso. All'epoca queste espressioni erano sufficienti per rappresentare l'intero panorama dei videogiochi. Tuttavia, con il progredire del tempo e l'espansione del medium, questi termini sono diventati inadeguati. Oggi, pubblicazioni ufficiali usano il termine *wangluoyouxi* 网络游戏<sup>18</sup> (letteralmente “giochi online”), o la forma abbreviata *wangyou* 网游, per riferirsi a tutti i videogiochi che necessitano di collegamento alla rete Internet per accedere o scaricare sul dispositivo<sup>19</sup>. *diannaoyouxi* 电脑游戏 “giochi per computer” e *dianzi youxi* 电子游戏 “giochi digitali” sono più comunemente usati nelle comunità di giocatori, e talvolta si utilizza semplicemente il più generico *youxi* 游戏 “gioco” per riferirsi al sottogenere specifico, un fenomeno rispecchiato dall'uso di *gioco* nella lingua italiana e di *game* nella lingua inglese per riferirsi a videogioco, come nella istanza del nome della fiera Summer Game Fest.

Nonostante gli sforzi per utilizzare una terminologia più precisa, il problema centrale della percezione di massa rimane irrisolto: la comprensione pubblica di cosa siano effettivamente i videogiochi (e di come si differenzino da ciò che erano in passato) è ancora vaga e spesso confusa. Purtroppo, i dizionari e le enciclopedie che circolano sul mercato non sono di grande aiuto in questo

---

<sup>17</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 14

<sup>18</sup> Da segnalare la differenza tra 网络游戏 e *wangye youxi* 网页游戏 “giochi da browser” (forma abbreviate *yeyou* 页游), ovvero giochi accessibili direttamente tramite browser web, senza la necessità di scaricare il client.

<sup>19</sup> GOV.CN, *wangluo youxi guanli zanxing banfa* 网络游戏管理暂行办法 “Regolamento provvisorio sulla gestione dei giochi online”, gov.cn 2010. URL: [https://www.gov.cn/flfg/2010-06/22/content\\_1633935.htm](https://www.gov.cn/flfg/2010-06/22/content_1633935.htm) (consultato il 27/12/2024).

ambito. Ad esempio, le definizioni proposte da Treccani e Hoepli considerano il videogioco equivalente al dispositivo che permette l'accesso al contenuto del gioco:

- videogiòco s. m. [comp. di *video-* e *gioco*] (pl. *-chi*). – Dispositivo elettronico (chiamato anche con il corrispondente termine ingl. *videogame*), costituito da un generatore di impulsi video per la simulazione su schermo televisivo o su un apposito monitor di giochi o competizioni sportive (scacchi, tennis, corsa automobilistica, battaglie in scenari fantastici, ecc.), i quali possono essere praticati da due concorrenti in competizione (o anche da una sola persona, che gioca contro la macchina, oppure mira ad ottenere punteggi sempre più elevati) mediante l'azionamento di tasti o di un *joy stick*. Nei tipi in commercio i programmi sono registrati su supporti ottici digitali (CD-ROM e DVD-ROM) utilizzabili su personal computer o su apposite *console* ad essi dedicate; come apparati completi a gettoniera, provvisti di un proprio monitor, possono essere installati in locali pubblici. Esistono anche versioni più semplici, tascabili, con piccolo schermo a cristalli liquidi e controllo mediante tasti, che utilizzano programmi registrati su cartucce<sup>20</sup>.
- videogioco [vi-deo-giò-co] s.m. (pl. *-chi*) - Gioco elettronico per uno o più giocatori, costituito da programmi memorizzati e da un terminale video, che permette di simulare situazioni reali, come competizioni sportive o immaginarie, sulle quali si interviene agendo su tastiera o joystick || Il supporto magnetico di tali giochi || L'apparecchio sul quale si gioca<sup>21</sup>.

La pagina in lingua italiana di Wikipedia lo definisce come un tipo di *software* oltre al dispositivo dedicato:

- Il videogioco è un gioco gestito da un dispositivo elettronico che consente di interagire con le immagini di uno schermo. Il termine generalmente tende a identificare un *software*, ma in alcuni casi può riferirsi anche a un dispositivo hardware dedicato a uno specifico gioco<sup>22</sup>.

---

<sup>20</sup> “Videogioco”, Vocabolario Treccani on line, URL: <https://www.treccani.it/enciclopedia/videogioco/> (consultato il 27/12/2024).

<sup>21</sup> “Videogioco”, Dizionario Hoepli on line, URL: [https://www.grandidizionari.it/Dizionario\\_Italiano/parola/V/video-gioco.aspx?query=videogioco](https://www.grandidizionari.it/Dizionario_Italiano/parola/V/video-gioco.aspx?query=videogioco) (consultato il 27/12/2024).

<sup>22</sup> “Videogioco”, Wikipedia, URL: <https://it.wikipedia.org/wiki/Videogioco> (consultato il 20/12/2024).

La pagina in lingua cinese di Wikipedia, invece, mostra la traduzione della definizione fornita dalla pagina in lingua inglese, che riporta:

- A video game, sometimes further qualified as a computer game, is an electronic game that involves interaction with a user interface or input device (such as joystick, controller, keyboard, or motion sensing device) to generate visual feedback from a display device, most commonly shown in a video format on a television set, computer monitor, display or touchscreen on handheld devices, or a virtual reality headset<sup>23</sup>.

Di seguito sono riportate le spiegazioni fornite da *Oxford English Dictionary* e *Merriam Webster*:

- A game played by electronically manipulating images produced by a computer program on a monitor or other display<sup>24</sup>.
- an electronic game in which players control images on a video screen<sup>25</sup>.

Si nota nella lingua inglese, oltre a *video game*, che è l'espressione più usata dal pubblico generale e nell'industria videoludica, esistono anche le varianti ortografiche *video-game* e *videogame*. I tre termini non presentano differenza nel significato e sono interscambiabili<sup>26</sup>.

Per la lingua cinese, si fa riferimento alla voce *dianzi youxi* 电子游戏 “gioco digitale” nello *Handian* 汉典, data la mancata presenza della voce *wangluo youxi* 网络游戏 “gioco di rete”, l'espressione più usata dai regolamenti del governo cinese:

- 操纵计算机线路进行的游戏。有依靠电池供电的手控机关进行和利用电视屏幕、计算机终

---

<sup>23</sup> “Video game”, Wikipedia, URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Video\\_game](https://en.wikipedia.org/wiki/Video_game) (consultato il 20/12/2024).

<sup>24</sup> “Video game”, Oxford English Dictionary, URL: <https://www.oed.com/search/dictionary/?scope=Entries&q=video+game> (consultato il 26/12/2024).

<sup>25</sup> “Video game”, Merriam Webster, URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/video%20game> (consultato il 26/12/2024).

<sup>26</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 16.

端进行，以及利用设在游艺室内的大型设备进行等多种。始于 20 世纪 60 年代末。今已形成许多种游戏项目。如足球、棒球、国际象棋的电子游戏等，也有组字和数字的游戏<sup>27</sup>。

È possibile individuare varie percezioni erronee nelle definizioni analizzate. Un primo esempio riguarda la mancata considerazione dei giochi mobili, ovvero i videogiochi fruibili su dispositivi come smartphone e tablet: sia il dizionario Treccani sia *Handian* 汉典 non ne fanno menzione. All'inizio degli anni 2000, i cellulari offrivano una scelta di giochi estremamente limitata, ma l'avvento dello smartphone di Apple nel 2007, dotato di un sistema operativo e di un App Store per scaricare app, ha innescato una crescita esponenziale del settore<sup>28</sup>. Nel 2023, i titoli per dispositivi mobili hanno raggiunto un giro d'affari di 89,9 miliardi di dollari, equivalenti al 49% delle entrate globali dell'industria videoludica<sup>29</sup>.

Un secondo malinteso consiste nell'equiparare il videogioco al dispositivo su cui viene avviato. Sarebbe come dichiarare che il vino equivalga alla bottiglia o che il gioco del calcio sia interscambiabile con il pallone. Già nelle prime fasi della storia videoludica, quando la maggior parte dei titoli era disponibile soltanto tramite console dedicate, Fairchild Camera and Instrument lanciò nel 1976 la Fairchild Channel F, la prima console per videogiochi domestica a basarsi su un microprocessore e a utilizzare cartucce ROM (chiamate *videocarts*) al posto dei giochi integrati. Lo stesso dispositivo consentiva quindi di avviare cartucce diverse e, oggi, la gamma di opzioni disponibili per PC o smartphone rende ancor più evidente l'errore di identificare Tetris, ad esempio, con il computer o il cellulare su cui gira.

È pertanto fondamentale riconoscere che il videogioco non coincide con il supporto fisico, i circuiti interni o il codice sorgente che lo compone. La grande diffusione di titoli di successo, disponibili su più piattaforme per catturare una fetta di mercato più ampia, dimostra chiaramente questa distinzione. Anche se gli sviluppatori si trovano talvolta a dover modificare o riscrivere intere

---

<sup>27</sup> “电子游戏”, *Handian* 汉典, URL: <https://www.zdic.net/hans/%E7%94%B5%E5%AD%90%E6%B8%B8%E6%-88%8F> (consultato il 29/12/2024).

<sup>28</sup> Joel WEST e Michael MACE, Browsing as the killer app: Explaining the rapid success of Apple's iPhone. *Telecommunications Policy*, 34(5-6), 270-286, 2010.

<sup>29</sup> NEWZOO, *Global Games Market Report 2023*, newzoo.com, 2023. URL: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2023-free-version> (consultato il 05/01/2024).

parti del codice per consentire il corretto funzionamento del gioco su dispositivi diversi, ciò non implica che il medesimo titolo diventi un prodotto distinto quando viene fruito su PC anziché su PlayStation 5.

### 1.1.2 Opinione del mondo accademico

Nonostante la crescente popolarità dei videogiochi come forma di intrattenimento e la loro diffusione su larga scala, il mondo accademico mostra ancora una certa riluttanza nel riconoscerne pienamente la dignità di oggetto di studio<sup>30</sup>, rispecchiando in qualche misura il fenomeno delle definizioni obsolete conservate nei dizionari, incapaci di cogliere gli sviluppi e le trasformazioni di un medium in costante evoluzione. Perciò, lo studio dei videogiochi come una significativa forma di espressione culturale, degna di attenzione accademica e che si espande oltre i confini semantici di un fenomeno sociologico, economico o culturale<sup>31</sup>, è ancora ben lontano dall'essere soddisfacente. Benché si stiano progressivamente affermando corsi universitari dedicati alla teoria del *game design*, alla programmazione o allo studio del ruolo sociale dei videogiochi<sup>32</sup>, la piena considerazione di questo medium come forma espressiva autonoma è ancora lontana dall'essere condivisa.

Tale atteggiamento è in parte riconducibile al fatto che questo medium ha una storia relativamente breve e, a causa delle restrizioni tecnologiche all'epoca, presentava strutture semplici nei primi dieci anni dalla sua nascita. La storia del videogioco comincia nel 1958, con la creazione di *Tennis for Two* da parte dei fisicisti statunitensi William Higinbotham e Robert V. Dvorak sul computer analogico Donnel Model 30. Questo videogioco non era altro che un simulatore di tennis in cui i giocatori, utilizzando delle racchette virtuali, potevano colpire e far rimbalzare un puntino bianco sullo schermo di un oscilloscopio. Questo gioco dalla grafica estremamente rudimentale venne mostrato al pubblico presso la Brookhaven National Laboratory di Uptown (New York), ed ottenne un gran successo nei tre giorni di esibizione, tanto che i visitatori si misero in fila per provarlo. *Tennis for Two* è considerato

---

<sup>30</sup> Steven E. JONES, *The meaning of video games: Gaming and textual strategies*. London/New York, Routledge, 2008, p. 2.

<sup>31</sup> Ivi, p. 1.

<sup>32</sup> Ibidem.

il primo videogioco al mondo, essendo il primo gioco creato su un computer non ai fini di ricerca scientifica o promozione commerciale, ma per puro svago. I primi videogiochi sviluppati per essere commercializzati, invece, appaiono nel prossimo decennio, e iniziano ad ottenere successo sul mercato negli anni '70 attraverso alla diffusione dei *mobili arcade*, o cabinati all'interno delle sale giochi. Tra i grandi titoli di quella epoca, ricordiamo *Pong*<sup>33</sup>, *Space Invaders*<sup>34</sup> e *Pac-Man*<sup>35</sup>. Grazie ai meccanismi relativamente semplici e intuitivi, questi giochi riscosero grande successo in mercati stranieri come la Germania, la Francia e la Spagna senza il bisogno di alterare i testi sulle schermate, che nella maggior parte dei casi erano in inglese<sup>36</sup>. Alla fine degli anni '90, il videogioco si è evoluto in una vera e propria industria di intrattenimento in grado di sfidare la superiorità del cinema, del mondo editoriale e dell'industria della musica.

Un'altra spiegazione sul perché si osserva esitazione da parte del mondo accademico nel considerare i videogiochi come una legittima forma espressiva risiede nella stessa natura del videogioco: la sua funzione primaria è “essere giocato”<sup>37</sup>. Dopotutto, oltre all'hardware necessario per l'esecuzione e agli aspetti multimediali, il videogioco è innanzitutto una forma di espressione del “gioco” in senso stretto. Un gioco non ha bisogno di avere un significato. L'atto del gioco, in verità, non è affatto limitato all'essere umano adulto e nemmeno alla sfera dei videogiochi. Basti pensare ai cuccioli di leone che inseguono la coda della madre, o ai bambini piccoli che esplorano tappeti musicali e ridono per i suoni prodotti. Questa pratica è presente in moltissime specie animali e fornisce una base importante per lo sviluppo di capacità cognitive, sociali, emotive e fisiche<sup>38</sup>. Ciò suggerisce che l'impulso a giocare faccia parte di un istinto innato, un bisogno che va oltre la semplice ricerca di “significato” e che non sparisce con il raggiungimento della maturità. Sebbene le finalità del gioco possano cambiare (dall'allenamento fisico, come in una partita di tennis, al rilassamento cognitivo,

---

<sup>33</sup> *Pong*, gioco arcade sviluppato e pubblicato da Atari nel 1972.

<sup>34</sup> *Space Invaders*, gioco soprattutto sviluppato per arcade e pubblicato dalla azienda giapponese Taito nel 1978.

<sup>35</sup> *Pac-Man*, gioco arcade sviluppato e pubblicato da Namco con il nome originale Puck-Man nel 1980. È stato introdotto in Occidente da Midway Games con il nome modificato.

<sup>36</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 1.

<sup>37</sup> Steven E. JONES, *The meaning of video games: Gaming and textual strategies*. London/New York, Routledge, 2008, p. 2.

<sup>38</sup> Kenneth R. GINSBURG et al., *The Importance of Play in Promoting Healthy Child Development and Maintaining Strong Parent-child Bonds*. *Pediatrics*, 2007, 119.1: 182-191.

come in una sessione di *Candy Crush*), resta il fatto che il più delle volte si gioca “per divertirsi e basta” e per ottenere la stessa soddisfazione che un bambino o una bambina ritrova nel catturare un oggetto volante, nel costruire un castello di sabbia oppure nel riempire di colori un foglio bianco.

I videogiochi nelle prime fasi della storia di questo medium, si avvicinano a questa nozione del gioco in quanto erano caratterizzati da grafiche rudimentali, meccanismi intuitivi e spesso ripetitivi. Venivano acquistati sotto forma di console dedicate, spesso dotate di slot in cui inserire cartucce o schede di memoria contenenti il *software* di gioco. Queste cartucce, come per l’Atari 2600 o il Nintendo Entertainment System (NES), erano munite di una ROM in cui veniva salvato il codice del videogioco; collegandole alla console, il programma veniva caricato nella RAM della macchina che, a sua volta, gestiva l’uscita video su uno schermo televisivo. Le cartucce avevano una capacità di memoria molto limitata rispetto agli standard odierni, e perciò gli sviluppatori erano costretti a ottimizzare il codice e le risorse grafiche. Possiamo dunque concordare sul fatto che, almeno in questo stadio iniziale, l’espressione di un significato profondo non fosse tra le priorità degli sviluppatori. Oggi, grazie ai progressi tecnologici, la maggiore capacità di memoria e l’evoluzione della programmazione consentono di creare mondi di gioco sempre più sofisticati e ricchi di dettagli. Il videogioco ha così oltrepassato il semplice meccanismo di interazione che consiste nello schiacciare un pulsante e vedere un movimento sullo schermo, ma è invece realizzato al fine di offrire una esperienza immersiva nel mondo del gioco, diventando sempre più creativi nella grafica, sofisticati nel meccanismo, complessi nei comandi e ricchi nella narrazione. Detto questo, per incitare la continuazione della partita e giungere a una vera e propria “formazione di significato”, un videogioco, a prescindere dalla meccanica del *gameplay*, deve prima di tutto rispecchiare la funzione di base che lo rende un gioco, ovvero risultare divertente. Per molti accademici, tale necessità entra in conflitto con l’approccio interpretativo e analitico tradizionale<sup>39</sup>: mentre un’opera letteraria o un film si prestano a essere “letti” e “decifrati”, un videogioco come *Tetris* sfida la comprensione semantica e simbolica. Ne deriva una domanda cruciale: è possibile parlare di un significato profondo in un’opera concepita fondamentalmente per il puro intrattenimento e la ripetizione ludica?

---

<sup>39</sup> Steven E. JONES, *The meaning of video games: Gaming and textual strategies*. London/New York, Routledge, 2008, p. 2.

Nel tentativo di fornire una risposta a tale quesito, numerosi studiosi hanno proposto definizioni spesso generiche, poiché l'estrema varietà di forme e di generi videoludici rende difficile coglierne l'unicità. Una delle proposte più ampie è quella di Frasca, che definisce il videogioco come "qualsiasi forma di *software* di intrattenimento basato sul computer, testuale o visivo, che utilizzi una qualunque piattaforma elettronica come PC o console e che coinvolga uno o più giocatori in un ambiente fisico o in rete"<sup>40</sup>. Merino arricchisce questa prospettiva sottolineando come il videogioco, oltre a costituire uno strumento di divertimento, possa essere integrato in contesti educativi o formativi, grazie all'offerta di feedback puntuali sulle performance del giocatore, senza bisogno di una supervisione esterna<sup>41</sup>. Altri ricercatori, che possono essere definiti "narratologi" sulla scia di Murray, mettono in evidenza il potenziale narrativo del medium, sostenendo che il futuro sviluppo dei videogiochi risiede primariamente negli aspetti legati alla narrazione<sup>42</sup>. D'altro canto, i "ludologi" come Poole richiamano l'attenzione sulla componente interattiva: secondo loro, la narrazione videoludica risulta indebolita dalla percezione di reversibilità di alcuni eventi drammatici, in quanto il giocatore può solitamente ricaricare un salvataggio precedente dopo la morte di un personaggio o un obiettivo fallito<sup>43</sup>.

Nonostante queste diverse prospettive, molti dibattiti accademici tendono a non soffermarsi troppo sulla definizione del medium, adottando spesso le spiegazioni reperibili nei dizionari. Da un lato, ciò si giustifica con la rapida evoluzione del settore videoludico, che in poco più di mezzo decennio ha dato origine a forme di gioco inimmaginabili, rendendo di fatto necessarie definizioni sempre più estese o, paradossalmente, sempre meno esaustive. Dall'altro lato, come suggerisce l'approccio di lasciare da parte i riferimenti tecnici e concentrarsi su casi specifici o sottocategorie, può essere più produttivo analizzare i videogiochi su base selettiva: in questo modo è possibile studiarne in profondità le caratteristiche, sia sul piano ludico sia su quello narrativo, senza incorrere nelle difficoltà che sorgono quando si tenta di abbracciare l'intero panorama videoludico con un'unica

---

<sup>40</sup> Gonzalo FRASCA, *Videogames of the Oppressed: Videogames as a Means for Critical Thinking and Debate*, tesi di Laurea magistrale, ludology.org, 2001. URL: [www.ludology.org/articles/thesis](http://www.ludology.org/articles/thesis) (consultato il 05/01/2025). Citazione originale: "any form of computer-based entertainment software, either textual or image-based, using any electronic platform such a personal computer or console and involving one or multiple players in a physical or networked environment". Traduzione personale.

<sup>41</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 18.

<sup>42</sup> Janet MURRAY, *Hamlet on the Holodeck: the Future of Narrative in Cyberspace*. New York, The Free Press, 1998.

<sup>43</sup> Steve POOLE, *Trigger Happy: Videogames and the Entertainment Revolution*. New York. Arcade Publishing, 2000.

definizione.

### 1.1.3 Categorizzazione dei videogiochi

Non esiste un'unica categoria generale di videogiochi, alla quale tutti i titoli appartengano in virtù di un set essenziale di caratteristiche riguardo la loro struttura di design. Piuttosto, vi sono numerosi tipi di videogiochi, e la parola "videogioco" dovrebbe essere intesa come un concetto di "somiglianza familiare"<sup>44</sup>. I membri di una famiglia si assomigliano per certi tratti, che sia il colore degli occhi o la forma del viso, ma non possiedono necessariamente un'unica caratteristica identica che li accomuni tutti. Allo stesso modo, i videogiochi condividono tra loro alcune somiglianze di fondo, ma queste variano in modo diverso a seconda del confronto con un titolo o con un genere specifico. Questa straordinaria varietà di prodotti, di conseguenza, pone le basi per l'esistenza di molteplici sistemi di classificazione. Uno dei primi criteri di distinzione riguarda il contesto in cui il videogioco viene fruito. In questo ambito, possiamo individuare le seguenti categorie:

- **Arcade (giochi arcade)**: Si tratta di cabinati o postazioni presenti in sale giochi, bar o altri luoghi pubblici. L'interfaccia di gioco è di solito costituita da joystick, pulsanti e, in alcuni casi, sistemi di controllo specifici (volanti, pistole ottiche, ecc.). Tradizionalmente, l'avvio di una partita richiedeva l'inserimento di una moneta o un gettone. Le macchine arcade erano pensate per sessioni di gioco rapide e coinvolgenti: non a caso molti titoli arcade puntano su un'azione frenetica e punteggi di alto valore per incentivare i giocatori a competere tra loro.

- **Desktop (giochi per desktop)**: Giochi sviluppati per computer personali (Windows, macOS, Linux) e console. Sono ritrovabili nel contesto domestico, ma anche in spazi pubblici come internet café o club per videogiochi e consentono spesso un'esperienza più profonda e personalizzabile rispetto ad altre piattaforme. I *desktop game* tendono a essere i prodotti di intrattenimento interattivo più curati,

---

<sup>44</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 11.

offrendo la massima qualità audio e video, insieme a una maggiore flessibilità nei sistemi di controllo, grazie all'impiego di dispositivi come tastiere, mouse, *joystick*, volanti, telecamere e simili.

- **Portable (giochi portatili)**: Progettati per dispositivi portatili, come telefoni cellulari tradizionali, smartphone, tablet e console “tascabili” (es. Nintendo Switch, Nintendo 3DS, PlayStation Vita). Questi giochi tendono ad essere meno corposi date le limitazioni del *hardware* in termini di capacità di archiviazione, potenza di rendering multimediale e prestazioni complessive. L'obiettivo è garantire un intrattenimento in mobilità, con giochi spesso più brevi e adatti a sessioni rapide.

Se, invece, consideriamo il dispositivo utilizzato per accedere al videogioco, possiamo distinguere diversi tipi di prodotti:

- **Console game (giochi console)**: Le console “da tavolo” sono dispositivi dedicati esclusivamente all'esecuzione di videogiochi, collegabili a un televisore. Generalmente, vengono progettate per giochi d'azione, in cui il numero di tasti da utilizzare viene ridotto al minimo per favorire la praticità dei controllori. La Playstation 5 (PS5) prodotta da Sony e le Xbox Series X|S di Microsoft sono le principali console disponibili sul mercato.

- **Computer game (giochi per computer)**: Anche se tecnicamente i videogiochi sono *software* videoludici che vengono operati su un computer, e per questo i termini inglesi “*computer game*” e “*video game*” si possono considerare interscambiabili, di norma si usa *computer game* per riferirsi a videogiochi operati sui PC. Il giocatore di solito fa uso del mouse e la tastiera, ma alcuni preferiscono a collegare controllori appositi come nelle console e sfruttare al meglio le prestazioni potenziate dei PC.

- **Handheld console game (giochi console portatili)**: Le console portatili, come il Nintendo Switch o la Sony PSP, hanno limitazioni piuttosto evidenti, quali la ridotta capacità di archiviazione, schermi di dimensioni ridotte e potenza di calcolo inferiore rispetto alle console da tavolo. Nonostante ciò,

grazie al prezzo più accessibile e alle dimensioni ridotte, hanno riscosso un grande successo tra la generazione giovane.

- **Mobile game (giochi portatili):** Tradizionalmente considerati poco attraenti per via della scarsa potenza di calcolo, dei display a bassa risoluzione e dei controlli limitati, il gaming su dispositivi mobili ha registrato notevoli miglioramenti con l'avvento di smartphone sempre più performanti, arrivando a 92,6 miliardi di dollari e contribuendo il 48% dei ricavi globali del 2024<sup>45</sup>.

È importante sottolineare come queste suddivisioni non siano mutuamente esclusive. A causa dell'aumento dei costi di sviluppo dei titoli Tripla A<sup>46</sup>, la maggior parte delle case di produzione e distribuzione punta a lanciare i propri giochi su tutte le principali piattaforme<sup>47</sup>. Ne è esempio il titolo di grande successo *Elden Ring* sviluppato dallo studio giapponese FromSoftware e pubblicato da Bandai Namco Entertainment, che è stato distribuito contemporaneamente su PlayStation 4, PlayStation 5, Xbox Series X/S, Xbox One e Microsoft Windows<sup>48</sup>, così da rispondere alle esigenze di una vasta e variegata platea di giocatori.

Un terzo criterio di classificazione si focalizza sul genere del videogioco. È possibile individuarne, a grandi linee, otto principali, da cui derivano numerosi sottogeneri che ampliano ulteriormente il panorama videoludico:

- **Action (giochi d'azione):** I giochi d'azione mettono alla prova la velocità di reazione e la coordinazione del giocatore nell'affrontare sfide fisiche, che possono essere combattimenti, sequenze di salti o acrobazie. I principali sottogeneri dei giochi d'azione sono i *platformer* (giochi di piattaforme) come *Super Mario 64* il cui comando fondamentale è il salto, gli *shooter* ("sparatutto") in cui i

---

<sup>45</sup> NEWZOO, *2024 Global Games Market Report*, newzoo.com, 2024. URL: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoos-global-games-market-report-2024-free-version> (consultato il 15/12/2024)

<sup>46</sup> Tripla A: scritto anche come AAA, è un termine informale senza una vera e propria definizione condivisa dal pubblico. In linea generale, si riferisce a videogiochi sviluppati e distribuiti da un editore di medie o grandi dimensioni, con un budget di produzione e marketing molto elevati.

<sup>47</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 21.

<sup>48</sup> "*Elden Ring*", Wikipedia. URL: [https://it.wikipedia.org/wiki/Elden\\_Ring](https://it.wikipedia.org/wiki/Elden_Ring). (consultato il 15/01/2025).

giocatori utilizzano armi da fuoco o simili per eliminare avversari e completare obiettivi e i *beat 'em up* (giochi picchiaduro), rappresentazioni di combattimenti uno contro uno.

- **Adventure (Giochi di avventura)**: Centrati sull'esplorazione, sulla narrazione e sulla risoluzione di enigmi, i giochi di avventura raccontano una storia di cui il giocatore si mette nei panni del protagonista. Sono generalmente erogati in modalità di giocatore singolo, come per esempio *The Legend of Zelda*<sup>49</sup>.

- **Role-Playing Games (giochi di ruolo)**: Nei giochi di ruolo, o più comunemente RPG (GDR in italiano), il giocatore assume il ruolo di un personaggio e ne cura lo sviluppo in una storia personalizzabile. Sono caratterizzati da fasi di combattimento ed esplorazione, alternati da fasi di gestione dell'inventario, dell'equipaggiamento o di punti esperienza. Come principali sottogeneri si individuano gli *action role-playing game* (ARPG, giochi di ruolo d'azione), che enfatizzano il combattimento tipico dei giochi action, i *massive multiplayer online role-playing game* (MMORPG, gioco di ruolo *online* multigiocatore di massa) e i *tactical role-playing game* (TRPG, gioco di ruolo tattico) in cui i giocatori gestiscono un gruppo di personaggi e affrontano battaglie tattiche a turni su mappe a griglia o scenari simili.

- **Simulation (giochi simulativi)**: I giochi simulativi riproducono virtualmente esperienze realistiche, riproducendo determinate attività a livelli paragonabili al mondo reale. I temi esplorati dai giochi simulativi spaziano tra la gestione di un ristorante (come in *Overcooked*<sup>50</sup>) o una città (come in *The Sims*<sup>51</sup>), la manovra di mezzi di trasporto, la gestione del traffico, la costruzione di relazioni e migliaia di alternative.

- **Strategy (giochi di strategia)**: I giochi di strategia richiedono pianificazione e capacità decisionale

---

<sup>49</sup> *The Legend of Zelda*: serie videoludica sviluppata e pubblicata da Nintendo a partire dal 1986.

<sup>50</sup> *Overcooked*: videogioco gestionale di simulazione di cucina accessibile su più piattaforme, è stato prodotto da Ghost Town Games e pubblicato da Team17 nel 2016.

<sup>51</sup> *The Sims*: videogioco di simulazione pubblicato da EA Games nel 2000.

per gestire le risorse a mano mentre si prova a raggiungere un determinato scopo, come vincere battaglie o conquistare territori. *Civilization*<sup>52</sup> è un classico esempio di gioco di strategia in cui il giocatore ha come obiettivo guidare una civiltà storica verso la prosperità, gestendo ogni aspetto della sua crescita.

- ***Sports/Racing (giochi sportivi e di corse)***: Riproducono sport reali o immaginari e corse di veicoli. La longeve serie *FIFA* sviluppata da EA Sports, ad esempio, punta a ricreare fedelmente regole, dinamiche e strategie del calcio con partite veloci tra amici o contro la CPU, dove si può scegliere liberamente la propria squadra e si gioca a una singola partita. Il giocatore può anche vestire i panni di un allenatore-gestore di una squadra o di un singolo atleta e di affrontare campionati, sessioni di mercato e gestione economica a lungo termine.

- ***Puzzle***: I giochi puzzle sono basati su enigmi o problemi logici da risolvere seguendo regole ben definite. Di solito sono separati in diversi livelli autonomi, come nel caso di *Tetris*.

- ***Educational (giochi educativi)***: I giochi educativi hanno obiettivi didattici e sono di solito pensati per bambini, trasformando l'apprendimento di contenuti come lo spelling, la matematica o la storia in una attività divertente.

Questa categorizzazione non ricopre tutti i videogiochi reperibili sul mercato. In realtà, non esiste una suddivisione in varie tipologie riconosciuta universalmente. MobyGames, ad esempio, ha definito addirittura 14 *basic genres* (generi base), che include anche gli *idle game* (giochi inattivi) e i *gambling game* (giochi d'azzardo), oltre a 3 tipologie basate sulla modalità di pubblicazione: gli *add-on* (pacchetti di estensione) sono contenuti aggiuntivi ad un videogioco che si possono acquisire solo se si è in possesso del titolo, i *compilation* (saghe) sono pacchetti che contengono due o più titoli, mentre i *special edition* (edizioni speciali) offrono contenuti aggiuntivi fisici o digitali insieme al videogioco

---

<sup>52</sup> *Civilization*: serie di videogiochi strategici a turni iniziata da MicroProse nel 1991.

base che normalmente non sono disponibili nella versione standard<sup>53</sup>.

Sebbene sia diffusa l'idea che il videogioco abbia esclusivamente uno scopo ricreativo, è importante ricordare come esso venga sfruttato in sempre più contesti: come strumento didattico nelle scuole, mezzo di valutazione in ambito aziendale, e supporto terapeutico o diagnostico in alcuni ambienti medici<sup>54</sup>. Questa estensione d'uso riflette la grande versatilità del mezzo videoludico, che, di conseguenza, trova nel concetto di "divertimento" il suo elemento di base, ma che, grazie all'avanzamento tecnologico, rivela capacità educative, interattive e formative potenzialmente illimitate<sup>55</sup>.

## 1.2 Legittimazione del valore culturale del videogioco: il caso della Cina

Le politiche del governo cinese nei confronti dell'industria dei videogiochi riflettono gli stessi stereotipi e pregiudizi radicati nella percezione di massa. Nonostante la Cina sia diventata nel 2023 il mercato di videogiochi più importante al mondo<sup>56</sup>, questa crescita è avvenuta in un contesto caratterizzato da un atteggiamento ambivalente e da normative poco favorevoli.

A causa del suo particolare contesto politico e del ritardo nell'accesso al mercato internazionale, l'industria videoludica è stata percepita per lungo tempo come un prodotto "estraneo", simbolo di una cultura e di un'ideologia capitalista. Negli anni '80 e '90, durante il periodo delle riforme economiche, aziende come Nintendo cercarono di esportare console di terza generazione, tra cui il Famicom (conosciuto come NES), nel mercato cinese, ancora inesplorato. Tuttavia, l'importazione di questi prodotti era economicamente proibitiva: oltre a un'imposta doganale del 130%, veniva applicata un'IVA che rendeva i costi insostenibili. Questo contesto favorì la nascita di un mercato grigio di console e videogiochi contraffatti, che riuscì a soddisfare la crescente domanda tra i giovani.

---

<sup>53</sup> "Genres", MobyGames. URL: <https://www.mobygames.com/genre/> (consultato il 10/01/2024).

<sup>54</sup> Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO, "Watch the Potty Mouth" Negotiating Impoliteness in Online Gaming, in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality* Bloomsbury. New York, Publishing USA, 2019, p. 201.

<sup>55</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 30-31.

<sup>56</sup> NEWZOO, *2024 Global Games Market Report*, newzoo.com, 2024. URL: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoos-global-games-market-report-2024-free-version> (consultato il 15/12/2024).

Con la diffusione del medium e la comparsa di sale da giochi in tutto il paese, i videogiochi hanno iniziato ad attirare l'attenzione dei media, preoccupati per i possibili effetti negativi sui minori. I luoghi di ritrovo legati ai videogiochi sono stati bollati come “spazi pericolosi”, e i giocatori ritratti come “deviazione giovanile”, tra il clamore mediatico e le proteste dei genitori allarmati da casi di assenteismo scolastico o furti riconducibili alla passione per i videogiochi<sup>57</sup>. La narrazione pubblica ha spesso dipinto le sale giochi come “rovine morali” e i videogiochi stessi come un “eroina elettronica”<sup>58</sup>. Questo clima di allarmismo influenzò le politiche governative, portando nel 2000 a un divieto assoluto sull'importazione, produzione e vendita di console e arcade in Cina<sup>59</sup>. La misura, imposta dal Ministero della Cultura e da altri sei dipartimenti governativi, è stata revocata nel 2014, ma comunque non accompagnata da un mutamento sostanziale dell'approccio governativo.

Dopo la revoca del divieto, aziende come Sony, Microsoft e Nintendo cercarono di rientrare nel mercato cinese collaborando con partner locali. Stabilirono punti vendita e fabbriche nella zona di libero scambio di Shanghai per distribuire le loro console. Tuttavia, il software destinato a queste piattaforme doveva superare un lungo e complesso processo di revisione. Le linee guida fornite dal governo erano spesso vaghe e soggette a interpretazioni, creando incertezza per gli sviluppatori. Il sistema di revisione dei videogiochi della Cina è governata da diversi enti statali, tra cui l'Amministrazione statale per la stampa e le pubblicazioni (*guojia xinwen chubanshu* 国家新闻出版署) si occupa della revisione dei giochi online e di quelli pubblicati su supporto fisico e rilascia un apposito numero di pubblicazione (*banhao* 版号) necessario per la distribuzione all'interno del territorio cinese. La procedura per ottenere l'autorizzazione a vendere i videogiochi in Cina può richiedere molto tempo, e soltanto i titoli che superano con successo il vaglio censorio ottengono l'accesso ufficiale sul mercato interno (vengono “sbloccati” sulle console cinesi e inseriti nei relativi store digitali). Di conseguenza, molti giocatori cinesi preferiscono procurarsi all'estero sia l'hardware

---

<sup>57</sup> XIA Fei 夏斐, Diannaoyouxi miaozhun haizi de dianzihualuoyin 电脑游戏 瞄准孩子的“海洛因”“I videogiochi sono l'eroina dei giovani”, *Guangming Daily* 光明日报, 2000. URL: <https://www.gmw.cn/01gmr/2000-05/09/GB/05%5E18415%5E0%5EGMA2-013.htm> (consultato il 23/12/2024).

<sup>58</sup> Ibidem.

<sup>59</sup> Ministero della Cultura della PRC 中华人民共和国文化部, *guanyu kaizhan dianzi youxi jingying changsuo zhuanxiang zhili de yijian* 关于开展电子游戏经营场所专项治理的意见 “Parere relativo all'avvio di un'operazione speciale di regolamentazione degli esercizi dedicati ai videogiochi”, gov.cn, 2000. URL: [https://www.gov.cn/gongbao/content/2000/content\\_60240.htm](https://www.gov.cn/gongbao/content/2000/content_60240.htm) (consultato il 20/12/2024).

sia i software videoludici, aggirando in tal modo i limiti territoriali e godendo appieno della varietà di titoli disponibili sul mercato globale.

Nel 2018, il governo cinese ha ulteriormente ristretto il mercato, congelando l'emissione di numeri di pubblicazione per otto mesi. Questo ha portato a una drastica riduzione dei giochi approvati: solo 2055 titoli nazionali e 50 importati, rispetto ai 9177 e 456 rispettivamente del 2017<sup>60</sup>. Simili sospensioni si sono ripetute tra il 2021 e il 2022, causando incertezze e rallentamenti per gli sviluppatori. Anche quando una licenza viene ottenuta, i prodotti possono subire modifiche per adeguarsi alle restrizioni culturali (ad esempio, *World of Warcraft* ha rimosso scheletri e sangue rosso) o per ridurre l'impatto "nocivo" sui minori: dal 2019 è vietato agli under 18 di giocare per più di 90 minuti al giorno (e di notte l'accesso è bloccato), mentre la spesa mensile è stata limitata a 400 yuan. Nel 2021, queste regole sono state ulteriormente inasprite, consentendo ai minori di giocare solo un'ora al giorno nei fine settimana e nei festivi. Questo complesso apparato regolatorio ha portato molti giocatori a procurarsi hardware e software dall'estero (spesso con console internazionali e VPN) e spinge gli sviluppatori stranieri a rivedere abbondantemente i propri contenuti o a rinunciare direttamente al mercato cinese.

In ambito mediatico, il discorso sui videogiochi è passato progressivamente dall'allarme sociale — che descriveva i videogiochi come "eroina elettronica" e identificava i giovani videogiocatori come potenziali criminali — verso un'attenzione crescente al loro valore culturale ed economico<sup>61</sup>. Eppure, se da un lato si riconosce il ruolo dei videogame come prodotti di esportazione culturale, dall'altro i meccanismi di censura e di regolamentazione della distribuzione restano poco trasparenti, rallentando o impedendo l'uscita di molti titoli. Per la gran parte delle aziende cinesi, specialmente gli studi indipendenti di minori dimensioni, ciò significa dover far fronte a un forte clima di incertezza normativa e di autocensura, con il rischio di focalizzarsi su progetti più semplici e rapidi da sviluppare, piuttosto che su opere complesse. Nonostante il contesto regolamentare, l'industria cinese ha ottenuto successi significativi a livello globale. Titoli come *Genshin Impact*, sviluppato da Tencent, e *Black*

---

<sup>60</sup> Informazioni reperite nella sezione dei risultati per la revisione delle licenze dei videogiochi dell'Amministrazione statale per la stampa e le pubblicazioni. URL: <https://www.nppa.gov.cn/bsfw/jggs/yxspjg/> (consultato il 20/01/2025).

<sup>61</sup> HE Wei 何威 e CAO Shule, 曹书乐, From E-heroin to Created in China: Discourse Change of Digital Game Coverage in People's Daily from 1981 to 2017. *Chinese Journal of Journalism & Communication*. 2018, 40(5), p. 57-81.

*Myth: Wukong*, hanno riscosso grande successo sia in Cina che all'estero, alimentando discussioni sul potenziale culturale ed economico dei videogiochi.

### 1.3 *Game discourse analysis*

In questo capitolo, riprenderò le riflessioni avanzate nelle sezioni precedenti sull'aspetto che, oltre il livello puramente tecnico, differenzia i videogiochi da altre forme di espressione. Come emerso in tale discussione, il videogioco è un medium emergente che, al pari di molte altre arti, è in grado di suscitare emozioni e veicolare significati culturali. Tuttavia, resta ancora da chiarire in che modo i videogiochi, diversamente da altre forme espressive, adempiano alla funzione di articolare e comunicare una "retorica", ossia come riescano a farsi comprendere e ad alimentare processi di senso. In questa tesi, esamineremo inoltre come tale processo di costruzione semantica si trasferisca a diversi *locale*<sup>62</sup> durante la localizzazione.

Per rispondere alla prima domanda, ho scelto di adottare un approccio di analisi del discorso, finalizzato a indagare le dinamiche attraverso cui i videogiochi producono significato. L'analisi del discorso si basa sulla struttura sintattica e semantica del testo<sup>63</sup> e studia la lingua nel suo utilizzo effettivo fra le persone, tenendo conto del contesto sociale e culturale in cui si inserisce la comunicazione, nonché dei processi di costruzione e rappresentazione dell'identità. In particolare, l'analisi del discorso prende le frasi o gli enunciati come punto di partenza, riconoscendo che ad essi è già stata attribuita una struttura (o sintassi) in termini di unità grammaticali di base, nonché una semantica in termini di significati "letterali"<sup>64</sup>. La sintassi rappresenta quell'insieme di regole o convenzioni secondo cui gli utenti di una lingua combinano le parole in frasi e le frasi in periodi; il modo in cui avviene tale combinazione influisce direttamente su quanto poi le espressioni significano. Questo approccio è stato ampiamente impiegato negli studi di traduzione e interpretariato, in particolare per investigare l'espressione dell'ideologia e l'intervento culturale del traduttore,

---

<sup>62</sup> *Locale*: si definisce un *locale* la varietà linguistica e culturale originaria di una regione geografica.

<sup>63</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 36.

<sup>64</sup> *Ibidem*.

abbracciando una varietà di testi — da quelli scientifici e politici alle conferenze stampa, fino ai testi a carattere turistico<sup>65</sup>. Esso è stato impiegato, sebbene su scala più ridotta, negli studi sui videogiochi per analizzare l'aspetto verbale e testuale all'interno del medium e del contesto circostante. Ne sono esempio il lavoro di Luke A. Rudge, che ha esaminato le dinamiche comunicative fra giocatori che collaborano al completamento di un obiettivo in-game<sup>66</sup>, mentre Ensslin si è incentrato sull'uso degli accenti nei videogiochi narrativi<sup>67</sup>. A proposito del l'aspetto paratestuale, sono stati studiati, ad esempio, il ruolo dei *tutorial* e i *walkthrough* da Christopher Gledhill<sup>68</sup>, i fenomeni culturali collegati a comunità virtuali e forum dedicati a specifici titoli da Isabel Balteiro<sup>69</sup>, così come le ricerche di Sage L. Graham e Scott Dutt, incentrate sull'utilizzo di un linguaggio "scortese" nelle piattaforme di streaming ludico<sup>70</sup>. Allo stesso modo, Carola Álvarez-Bolado e Inmaculada Álvarez de Mon si sono concentrate sul linguaggio impiegato nelle recensioni videoludiche<sup>71</sup>. I lavori menzionati, tuttavia, non inquadrano i videogiochi (e la loro localizzazione) in un'ottica di "conversazione ampliata" e non indirizzano la natura multimediale del *software* videoludico per comprendere appieno come vengono percepiti dal giocatore.

### 1.3.1 Videogiochi come dialoghi

Come appena discusso, sono meno numerose le ricerche che riconoscono il discorso videoludico come

---

<sup>65</sup> Binhua WANG e Jeremy MUNDAY (a cura di), *Advances in Discourse Analysis of Translation and Interpreting: Linking Linguistic Approaches with Socio-cultural Interpretation*. London/New York, Routledge, 2022.

<sup>66</sup> Luke A. RUDGE, "I Cut It and I ... Well Now What?" (Un)Collaborative Language in Timed Puzzle Games, in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality Bloomsbury*. New York, Publishing USA, 2019, p. 178-179.

<sup>67</sup> Astrid ENSSLIN, "Recallin' Fagin: Linguistic Accents, Intertextuality and Othering in Narrative Offline and Online Video Games", in G. CRAWFORD, V.K. GOSLIN, e B. LIGHT (a cura di), *Online Gaming in Context: The Social and Cultural Significance of Online Games*, New York, Routledge, 2011, p. 224-35.

<sup>68</sup> Christopher GLEDHILL, "Phraseology and Lexico-grammatical Patterns in Two Emergent Paragame Genres: Videogame Tutorials and Walkthroughs", in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality Bloomsbury*. New York, Publishing USA, 2019, p. 59-60.

<sup>69</sup> Isabel BALTEIRO, "Lexical and Morphological Devices in Gamer Language in Fora", in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality Bloomsbury*. New York, Publishing USA, 2019, p. 40.

<sup>70</sup> Sage L. GRAHAM e Scott DUTT, "Negotiating Impoliteness in Online Gaming", in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality Bloomsbury*. New York, Publishing USA, 2019, p. 202.

<sup>71</sup> Carola ÁLVAREZ-BOLADO e Inmaculada ÁLVAREZ DE MON, "Videogames: A Lexical Approach", in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality Bloomsbury*. New York, Publishing USA, 2019, p. 16-17.

forma estesa di espressione multimodale, prendendo in considerazione non soltanto i testi verbali, ma anche elementi grafici e audiovisivi, nonché la meccanica del gioco, le interazioni tra il giocatore e il gioco, la narrativa, creando uno spazio dinamico in cui il contenuto semantico nasce come frutto di una continua negoziazione tra il *software* e il giocatore.

In questa direzione, Weimin Toh ha elaborato un modello ludonarrativo fondato sull'esperienza dei giocatori in BioShock<sup>72</sup>, mostrando in che modo gli elementi di *gameplay* e quelli narrativi si intreccino e influenzino il loro impatto a vicenda<sup>73</sup>. Particolarmente significativo è il contributo di James Paul Gee, che nel suo libro *Unified Discourse Analysis: Language, Reality, Virtual Worlds* propone un'analisi unificata del discorso nei videogiochi, intesi come un vero e proprio dialogo<sup>74</sup>. Film, libri e brani musicali non rispondono a ogni mossa di chi guarda, legge o ascolta, né concorrono di pari passo alla costruzione di un significato continuo. I videogiochi, invece, si avvicinano maggiormente all'idea di conversazione rispetto alla semplice fruizione di un testo scritto, poiché si svolgono sotto forma di un processo a turni<sup>75</sup>. Secondo Gee, l'interazione videoludica è un processo ciclico che si può definire in: il giocatore elabora un obiettivo, agisce per esplorare il mondo virtuale, riceve una risposta positiva o negativa dal sistema, riflette sul risultato e agisce di nuovo, costruendo progressivamente senso e narrazione<sup>76</sup>.

Questa interpretazione dell'esperienza videoludica traccia un nuovo approccio per capire cosa significa il termine “videogioco” e come avviene l'esperienza videoludica, un punto cruciale anche per ottenere una nuova prospettiva su come realizzare la trasposizione di un titolo dal mercato domestico verso un *locale* esterno. Sino a questo punto, le definizioni del videogioco – proposte sia dai dizionari sia da studiosi – si sono spesso concentrate principalmente sul vincolo tecnico che separa il *software* di intrattenimento da altre forme di gioco. Sebbene tale visione aspiri a ricomprendere tutte le forme di videogiochi esistenti, risulta poco funzionale nel chiarire perché la stessa struttura di gioco

---

<sup>72</sup> Bioshock: videogioco soprattutto sviluppato da 2K Boston e pubblicato da 2K Games nel 2007.

<sup>73</sup> Weimin TOH, *A Multimodal Discourse Analysis of Video Games: A Ludonarrative Model*, tesi di dottorato. National University of Singapore, Singapore, 2015.

<sup>74</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014.

<sup>75</sup> Ivi, p. 7.

<sup>76</sup> Ivi, p. 8. Citazione originale: “*form goal—act/probe—get response from world—reflect—act again with due regard for the world's response*”. Traduzione personale.

possa offrire un'esperienza molto diversa se realizzata come gioco fisico o come videogioco.

Perché i videogiochi sono una forma di conversazione e le altre forme di giochi no? Un esempio calzante è quello degli scacchi. Nella versione tradizionale abbiamo una scatola, una scacchiera, dei pezzi e, talvolta, un foglio che illustra le regole. Per giocare, servono due persone che, avendo familiarità con le norme o accettandole di comune accordo, possano correggersi reciprocamente in caso di mosse irregolari. Il rispetto delle regole dipende dunque esclusivamente dai giocatori, i quali, per raggiungere un risultato (vittoria o sconfitta), scelgono di muovere i pezzi seguendo scrupolosamente le regole stabilite, anziché spostarli arbitrariamente. È importante sottolineare che tali regole hanno valore soltanto se i giocatori le conoscono e decidono volontariamente di applicarle. Se, all'improvviso, uno dei partecipanti decidesse che un pedone può muoversi in diagonale, l'intero sistema di gioco crollerebbe, riducendo la scacchiera e i pezzi a un insieme di oggetti privi di qualsiasi struttura. In altre parole, nel gioco fisico non esiste alcun "dialogo" diretto tra il singolo giocatore e il materiale da gioco, poiché le regole sono frutto di una convenzione tra i due contendenti. Inoltre, non si può parlare di un "mondo" costruito dal gioco stesso, in quanto non reagisce in alcun modo alle azioni compiute dai giocatori. Al contrario, quando gli scacchi vengono trasposti in un videogioco, una caratteristica fondamentale dell'attività viene modificata: il compito di supervisionare il rispetto delle regole e assicurarsi che nessuno effettui mosse scorrette è assegnato al *software*. Ad esempio, il programma impedisce di muovere il cavallo di quattro caselle in linea retta e, in alcune versioni, finestre *pop-up* ricordano come eseguire correttamente i movimenti dei vari pezzi. Uno potrebbe dire che nel gioco di scacchi fisico i giocatori si possono supervisionarsi a vicenda e ottenere lo stesso risultato, ma in realtà è proprio questa capacità di rispondere alle azioni del giocatore e, di conseguenza, influenzarne strategie e decisioni, che rappresenta la differenza sostanziale tra i videogiochi e altre tipologie di giochi. Sostanzialmente, il gioco non è più soltanto i pezzi che lo costituiscono e una serie di regole, ma un sistema in grado di dialogare con il giocatore.

Come in ogni processo conversazionale, il dialogo tra una persona e un sistema (in questo caso, un videogioco) si fonda su continui scambi di unità di informazione. Il significato emerge dalla composizione gerarchica di tali unità secondo regole sintattiche condivise<sup>77</sup>, attraverso un inventario

---

<sup>77</sup> Noam CHOMSKY, *Aspects of the Theory of Syntax*. No. 11. MIT press, 2014, p. 173.

di segni codificati e regole di combinazione. Nella comunicazione verbale tradizionale, tali unità di informazione si presentano come parole; ciascuna parola riceve un significato semantico in base alle convenzioni di un determinato sistema linguistico. La sintassi è l'insieme di regole o convenzioni attraverso cui gli utenti di una lingua combinano le parole in sintagmi, poi in proposizioni, e infine in frasi. Perciò, la frase “Il cacciatore insegue l'*avatar*” differisce da “L'*avatar* insegue il cacciatore” per permutazione sintagmatica nonostante l'identità lessicale. Esistono, peraltro, altri sistemi di comunicazione fondati su convenzioni diverse e non necessariamente verbali, come la matematica<sup>78</sup>: anche dai simboli matematici possiamo ricavare o trasmettere significati, analogamente a quanto accade con il linguaggio.

Negli esempi del testo scritto e il linguaggio matematico ci si è concentrati soltanto sul flusso informativo dal mittente al destinatario. Ora introduciamo il scenario dove il destinatario restituisce feedback informazioni al mittente, creando effettivamente una conversazione. Si parla delle comunicazioni faccia a faccia, in cui il significato non dipende soltanto dalla costruzione di parole, frasi e segmenti testuali, ma anche da tono di voce, velocità, gestualità, distanza fra gli interlocutori, e persino da ruoli sociali e relazioni reciproche. Anche il dialogo videoludico è intrinsecamente diadico, in quanto ogni *output* del sistema (es. rendering di un nemico) funge simultaneamente da *input* potenziale per il giocatore (es. scelta di combattere/fuggire). Questo scambio bidirezionale implementa una sintassi conversazionale<sup>79</sup> caratterizzato da un *turn-taking* strutturato che si presenta sotto forma di alternanza azione/feedback (*frame rate* come unità di tempo conversazionale) e dispositivi para-sintattici. Quest'ultimi sono elementi extralinguistici come illuminazione dinamica, timbri sonori e animazioni, che modulano l'interpretazione degli enunciati ludici.

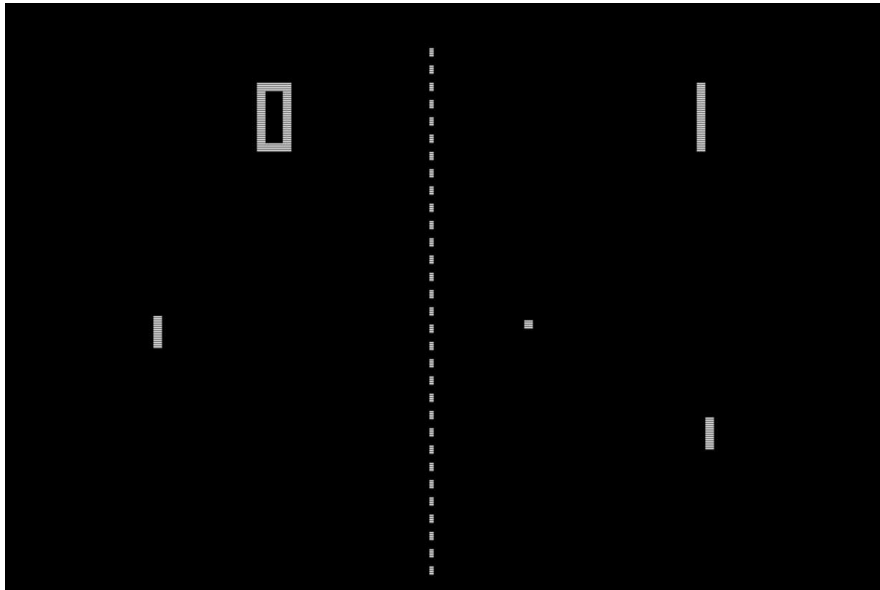
Per comprendere in cosa consiste la conversazione tra videogioco e giocatore, facciamo un passo indietro e prendiamo in esame *Pong*, che è probabilmente uno dei videogiochi più semplici mai creati. Immaginatoci un giocatore che non l'abbia mai provato né abbia mai visto qualcun altro giocarci prima. Sullo schermo, come dimostrato nella figura 1.1, egli nota una linea tratteggiata verticale che

---

<sup>78</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 6.

<sup>79</sup> Harvey SACKS, Emanuel A. SCHEGLOFF e Gail JEFFERSON, *A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation, language*, 50.4, 1974, p. 700.

divide lo schermo in due, due forme rettangolari nella parte superiore, due linee bianche più corte ai lati opposti e un piccolo punto bianco al centro. Se il giocatore si trova davanti all'arcade originale di *Pong*, prodotto da Atari nel 1972, sul pannello di controllo vedrà due manopole con le scritte "PLAYER 1" e "PLAYER 2" e, in mezzo a queste, tre brevi istruzioni: *deposit quarter, ball will serve automatically* e *avoid missing ball for higher score*.



**Figura 1.1.** *Pong* (1972), ©Atari: Schermata di gioco minimalista



**Figura 1.2.** *Pong* (1972), ©Atari: La macchina arcade originale di *Pong*

Le tre righe di istruzioni, di per sé, non risultano particolarmente esaustive: non spiegano come controllare le barrette verticali (le “racchette”), né indicano con chiarezza le regole di base o l’obiettivo del gioco. Il giocatore, per sperimentare, ruota una delle manopole e nota che la corta linea bianca a sinistra si muove verso l’alto; ruotandola in senso opposto, la linea si sposta verso il basso. Nel frattempo, il punto bianco (la “pallina”) rimbalza sui margini superiore e inferiore dello schermo, emettendo un breve “beep” a ogni impatto, finché non supera il margine sinistro, scompare dallo schermo e si sente un *beep* più lungo e dal suono sgradevole, come se fosse un allarme. Contemporaneamente, il piccolo rettangolo in alto a destra si trasforma, passando da una forma quadrata a una linea lunga. Il giocatore, perplesso, attende il ritorno del punto bianco e, quando lo vede avanzare nuovamente verso sinistra, manovra la linea verticale in modo da intercettarlo. Questa volta la pallina rimbalza indietro, in direzione del margine destro dello schermo; scomparendo di nuovo, produce il medesimo *beep* grave, e il segnapunti in alto a sinistra si modifica a sua volta. A quel punto, il giocatore comprende che quelle forme rettangolari in alto corrispondono al punteggio e che colpendo la pallina con la racchetta, inviandola verso il margine opposto dello schermo, guadagna un punto.

Nel mondo reale, è molto più probabile che il giocatore abbia osservato altre persone alle prese con *Pong* prima di provarlo, derivandone in maniera più immediata le regole e le dinamiche di punteggio. Questo esempio rimane comunque estremamente efficace per illustrare come si instauri un “dialogo” tra il videogioco e il giocatore. Al di là delle tre frasi riportate sul pannello – che non forniscono alcuna indicazione specifica su come muovere la racchetta o su come impedire alla pallina di oltrepassare la linea di difesa – non compaiono altre istruzioni. Il giocatore scopre gradualmente la relazione tra la rotazione della manopola e il movimento sullo schermo; intuisce che il *beep* grave segnala un errore e, di conseguenza, apprende la regola implicita: impedire che la pallina esca dallo schermo.

*Pong* rappresenta uno dei progetti videoludici più minimalisti mai realizzati: ogni elemento grafico sullo schermo è essenziale e i suoni svolgono un ruolo essenziale per trasmettere segnali al giocatore. Nessun elemento esiste in totale isolamento, ma si completano a vicenda nell’interpretazione dello spettatore. Il modo in cui questi elementi si intrecciano, seguendo un insieme

di regole predefinite, può essere definito come la “*sintassi*” del gioco, vale a dire la struttura di base che determina come un videogioco debba essere giocato.

Un’ampia serie di titoli condivide la stessa sintassi di *Pong*, pur presentando, a un primo sguardo, un design molto più sofisticato. Eppure, il giocatore riesce comunque a riconoscerne la logica di fondo. In figura 1.3., ad esempio, viene mostrata la schermata di gioco di *Ping Pong Fury*<sup>80</sup>. L’ambientazione è tridimensionale, e il punto di vista corrisponde a quello di un vero atleta di ping pong, anziché a una visione dall’alto come in *Pong*. Oltre al tavolo, le due racchette, la pallina e il segnapunti in alto, la scena include molti dettagli aggiuntivi, tra cui il pubblico, i tabelloni pubblicitari, le luci a bordo campo.

In figura 1.4., invece, vediamo un esempio tratto da *Mario Tennis Aces*, pubblicato da Nintendo nel 2018 per la propria piattaforma Nintendo Switch. Qui l’ambiente tridimensionale raffigura un campo da tennis, e il giocatore può scegliere fra vari personaggi, ciascuno dotato di abilità speciali. Inoltre, la potenza del colpo può essere modulata in modo da spezzare la racchetta dell’avversario. Anche in questo caso sono presenti numerosi dettagli grafici che vanno oltre l’informazione essenziale, poiché mirano a rappresentare il “mondo di gioco” e a migliorare l’immersività dell’esperienza. Tuttavia, la logica del gioco non cambia: colpire la palla, farla rimbalzare e cadere oltre i confini del campo avversario per guadagnare un punto.



**Figura 1.3.** *Ping Pong Fury* (2021), © Yakuto: Schermata di gioco con ambientazione realistica

---

<sup>80</sup> *Ping Pong Fury*: Gioco mobile multigiocatore sviluppato e distribuito da Yakuto nel 2021.



**Figura 1.4.** *Mario Tennis Aces* (2018), © Nintendo: Schermata di gioco raffigurante un torneo di tennis

In questi esempi, i game designer hanno seguito un principio di progettazione che prevede il posizionamento di tutti gli elementi in maniera naturale e coerente, così che, pur essendoci numerosi oggetti a schermo, la scena non appaia né caotica né artificiosa, e l'attenzione del giocatore venga indirizzata senza difficoltà verso il centro del campo di gioco. Dal punto di vista del giocatore, in tutte queste circostanze, è altrettanto naturale ignorare gli elementi di contorno, mettendo in pratica la loro “visione a raggi X”, capace di filtrare tutti gli elementi mostrati sullo schermo (immagini, oggetti, testi) e i canali di comunicazione aggiuntivi (suoni, voci, interazioni con la console) per identificare quali componenti costituiscano la sintassi del gioco<sup>81</sup>. Gli elementi di base che il giocatore cerca di individuare sono di due tipologie: le *affordance* e l'*avatar*<sup>82</sup>.

### 1.3.2 *Affordance*

Il termine *affordance* (invito all'uso) venne coniato per la prima volta dallo psicologo statunitense James Gibson nella sua ricerca riguardo la percezione visiva per riferirsi alla qualità di un oggetto che

---

<sup>81</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 28-29.

<sup>82</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 16-18.

suggerisce a un essere umano le sue funzioni e le giuste azioni per manipolarlo in un dato ambiente<sup>83</sup>. Questo concetto, tuttavia, non si limita agli oggetti fisici: sono in possesso di una o più *affordance* anche le superfici, gli eventi e i luoghi. Ad esempio, una sedia "invita" a sedersi, una maniglia suggerisce di essere girata, e una scala incoraggia a salire o scendere. È opportuno notare che tali qualità non sono innate dell'oggetto stesso, ma vengono concepite in riguardo alla persona che ne fa uso (nella prossima sezione, specificheremo che si tratta di identità assunte dalla persona) e la situazione in cui ci si trova. Un libro "invita" una persona adulta alla sua lettura, ma non dispone delle stesse qualità per un neonato, così come un bastone può fornire ausilio ad escursionista durante le camminate in montagna, mentre per un pastore è uno strumento per guidare il gregge.

Nel contesto dei videogiochi, le *affordance* possono essere intese come caratteristiche di strumenti culturali che facilitano la realizzazione di certe azioni<sup>84</sup>, diventando elementi cruciali per guidare il giocatore attraverso l'esperienza interattiva. Integrando la loro funzione nel ciclo di scambio tra il giocatore e il gioco, delineiamo lo stesso processo in maggiore dettaglio: Il giocatore ispeziona le immagini sullo schermo e formula ipotesi riguardo a quanto un oggetto sia rilevante per il compimento dell'obiettivo; agisce in base a tale ipotesi e ottiene una risposta positiva o negativa dal gioco. Partendo dalla risposta ottenuta, il giocatore è in grado di conformarsi a seconda delle norme del gioco e formulare la prossima mossa per compiere il proprio obiettivo. Nel gioco *Ping Pong Fury*, ad esempio, il giocatore riesce facilmente a dedurre che la racchetta serve per colpire la palla e che il tavolo delimita la superficie su cui la palla deve rimbalzare. In altri giochi, allo stesso modo, un pulsante lampeggiante su uno schermo, una porta semi-aperta o un percorso illuminato sono tutti esempi di come il design visivo e interattivo possa comunicare chiaramente le azioni possibili, senza necessità di istruzioni esplicite. Al contrario, i muri invisibili rappresentano punti nell'ambiente di gioco in cui il design visivo (ad esempio, un basso ponte su un ruscello) suggerisce un sentiero percorribile, ma che in realtà risulta inaccessibile (il personaggio è impedito nel saltare giù dal ponte verso l'acqua, come se ci fosse un muro invisibile). Presentando un netto contrasto tra la qualità suggerita

---

<sup>83</sup> James J. GIBSON, *The Ecological Approach to Visual Perception: Classic Edition*. New York, Psychology press, 2014, p. 119-121.

<sup>84</sup> Rodney H. JONES e Christoph A. HAFNER, *Understanding digital literacies: A practical introduction*. New York, Routledge, 2021, p. 192.

dall'aspetto visivo e l'azione effettivamente permessa dal gioco, i muri invisibili sono percepiti dai giocatori come un difetto nella costruzione dell'ambiente di gioco, che interrompe l'esperienza videoludica e ne riduce l'immersività.

### 1.3.3 *Avatar*

L'*avatar* è generalmente inteso come la rappresentazione virtuale del giocatore all'interno di un mondo di gioco<sup>85</sup>. Esistono anche titoli privi di *avatar*, come *Pong*, in cui non compare alcun personaggio vero e proprio: il giocatore controlla semplicemente delle barre verticali per respingere una pallina, eppure, da una prospettiva più ampia, può comunque essere considerato "l'atleta" che, in quella partita, si sta cimentando in una sfida di ping pong. In questo senso, l'*avatar* non è sempre un'entità antropomorfa; può assumere forme diverse e, in alcuni casi, non essere nemmeno presentato come "personaggio"<sup>86</sup>. Ciò che conta è l'identità che il giocatore assume o percepisce di avere all'interno del contesto ludico. Gee evidenzia che assumere una identità non è esclusivo all'esperienza videoludica, in quanto ognuno di noi adotta ruoli sociali differenti in diverse situazioni<sup>87</sup>: la stessa persona è uno studente quando va a lezione, un passeggero quando prende il treno, un cliente quando fa la spesa al supermercato. Percepriamo la nostra identità sociale in base alla situazione in cui ci troviamo, e moderiamo le nostre azioni secondo una serie di norme legate ad essa. Analogamente, in un videogioco, assumiamo il ruolo di un eroe fantasy, di un pilota di corse, di un soldato o, come in *Pong*, di un ipotetico atleta di ping pong. Ogni ruolo comporta aspettative e norme di comportamento specifiche, che guidano le nostre azioni e influenzano la nostra esperienza.

Nei videogiochi più complessi, l'*avatar* si presenta spesso come un vero e proprio personaggio (umano, animale o robotico) controllato in prima o in terza persona, attraverso il quale il giocatore interagisce con l'universo digitale: può combattere, risolvere enigmi, dialogare con personaggi non giocanti (NPC), raccogliere risorse e modificare l'ambiente. Le conseguenze di queste azioni (danni

---

<sup>85</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 16-18.

<sup>86</sup> Ibidem.

<sup>87</sup> Ivi, p. 20.

subiti, ricompense ottenute, avanzamento di livello) vengono comunicate attraverso una serie di feedback visivi, sonori o testuali incentrati sull'*avatar*, il quale diventa così un ponte comunicativo tra il giocatore e il mondo virtuale. In molti titoli di giochi di ruolo, il concetto di *avatar* si estende ulteriormente, grazie alla possibilità di scegliere tra più personaggi, ciascuno con un aspetto e attributi unici (come forza, destrezza o persino carattere). Selezionare un *avatar* invece dell'altro implica un cambiamento nelle *affordance* a disposizione nel gioco.

In ogni partita di *Identity V*<sup>88</sup>, cinque giocatori sono divisi in due squadre. Quattro di loro interpretano i *survivor*<sup>89</sup> (sopravvissuti) e devono collaborare per decifrare cinque *cipher machine* (macchine codificate) e ottenere il codice necessario per fuggire dal campo di gioco, mentre il quinto giocatore assume il ruolo dello *hunter* (cacciatore), il cui obiettivo è catturarli e impedire la loro fuga. In base ai loro attributi e agli strumenti a disposizione, ogni *survivor* ha un ruolo specifico nel gioco: Il tipo “*contain*” (contenimento) indica che il personaggio eccelle nell'abilità di fuggire dall'inseguimento dello *hunter*, distraendolo e guadagnando tempo prezioso per la squadra. Un esempio è il personaggio Servais Le Roy, il *magician* (mago) che può utilizzare la sua bacchetta per diventare temporaneamente invisibile e sfuggire agli attacchi del *hunter*. Il tipo “*rescue*” (salvataggio) è specializzato nel liberare i compagni di squadra catturati dal *hunter*. Tra questi c'è Martha Behamfil, che nel gioco è presentata come la *coordinator* (coordinatrice) di un aeroporto e può usare una pistola stordente per salvare i compagni dalle trappole. Il tipo “*assist*” (supporto) è spesso considerato un ruolo cruciale, poiché questi personaggi possiedono abilità che permettono di sfruttare al meglio l'ambiente della mappa. Ad esempio, Fiona Gilman è la *priestess* (Sacerdotessa) che può creare portali per spostarsi rapidamente tra le aree del campo di gioco. Infine, il tipo “*decode*” (decifrazione) si riferisce a personaggi che, pur essendo vulnerabili e facili da catturare per lo *hunter*, sono essenziali per la squadra grazie alla loro capacità di decifrare rapidamente le *cipher machine*. Un esempio è Tracy Reznick, la *mechanic* (meccanica) in grado di controllare un robot per decifrare le macchine in sicurezza.

In *Identity V*, la scelta di personaggi diversi per i giocatori *survivor* determina variazioni negli

---

<sup>88</sup> *Identity V*: videogioco di ruolo asimmetrico multigiocatore per mobile sviluppato da NetEase in collaborazione con Behaviour Interactive e pubblicato da NetEase nel 2018.

<sup>89</sup> Si utilizza la terminologia del gioco nell'edizione inglese data la mancanza di traduzioni ufficiali in italiano.

oggetti a disposizione, nell'uso di strutture architettoniche o meccaniche speciali, nonché nelle interazioni tra abilità. Alcuni *avatar survivor*, infatti, possiedono abilità che possono contrastare determinate abilità di alcuni *hunter*, ma sono ostacolate da altri. Per aumentare le probabilità di vittoria, i giocatori sono incentivati a selezionare i loro personaggi in base a strategie specifiche, ma non è detto che una squadra debba per forza contenere un personaggio per ogni categoria. Ad esempio, una squadra composta principalmente da personaggi “*decode*” potrebbe adottare una strategia incentrata sulla decifrazione rapida delle *cipher machine*, mentre una squadra con più personaggi “*assist*” potrebbe privilegiare il controllo dell'ambiente e il supporto reciproco. Vediamo chiaramente come i giocatori adattano la loro visione del mondo di *Identity V* quando scelgono *avatar* diversi. Negli occhi della *priestess*, un vicolo cieco non è un semplice ostacolo, ma possiede la *affordance* di creare un portale temporaneo, permettendole di sfuggire all'inseguimento del *hunter*. Per qualsiasi altro personaggio, tuttavia, quello stesso vicolo rappresenterebbe una trappola.

Ognuno di questi personaggi, inoltre, possiede una storia e una motivazione unica per partecipare ai misteriosi "giochi" contro gli *hunter*. Servais Le Roy ricerca la fama e cerca di insabbiare l'omicidio del proprio mentore; Martha Behamfil è una soldatessa che desidera realizzare il suo sogno di diventare pilota; la *priestess* è una mistica che sostiene di essere stata guidata da *Yog-Sothoth*, mentre la *mechanic* ha dedicato la sua giovinezza a invenzioni “inutili” e a esperimenti con la polvere da sparo. Tutte queste vicende spiegano chi sia l'*avatar*, cosa possa fare e perché desideri (o sia costretto) a farlo. Nel momento in cui giochiamo, agiamo e prendiamo decisioni nei panni dell'*avatar*<sup>90</sup>, ereditandone non soltanto gli attributi, le abilità e gli strumenti che ci permettono di sfruttare determinate *affordance* nel mondo di gioco, ma anche la sua identità, le sue prospettive e persino la sua storia personale. In altre parole, i giocatori non interagiscono direttamente con l'ambiente di gioco, bensì attraverso l'*avatar*: si allineano con il personaggio, usufruiscono delle sue abilità e sfruttano le occasioni che quel particolare punto di vista e quell'insieme di competenze offrono<sup>91</sup>.

---

<sup>90</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 16-18.

<sup>91</sup> *Ibidem*.

#### 1.3.4 Visione a raggi X

A differenza dei giochi fisici, in cui istruzioni e informazioni sono fornite tramite manuali o carte narrative, o dei libri, nei quali il flusso informativo si costruisce quasi unicamente dal testo (eventualmente corredato da immagini e appendici), i videogiochi implementano una architettura semiotica stratificata che sfrutta sinergie tra componenti verbali come i dialoghi, segni iconici come modelli 3D e le interfacce grafiche, indici aptici come le vibrazioni e forze feedback, segnali acustici come musica diegetica e la colonna sonora, i quali possono apparire frammentati a prima vista, ma in realtà trovano coerenza nel contesto e presentano parti costitutive del significato<sup>92</sup>. Mentre nei libri la coesione testuale si costruisce attraverso relazioni ipotattiche tra periodi (congiunzioni, anafore), nei videogiochi la formazione di un enunciato emerge dalla disposizione di più elementi in un certo modo.

In una partita di *Identity V*, quando i *survivor* decifrano cinque macchine e ottengono il codice necessario per aprire il cancello, il risuonare dell'allarme (segnale acustico) si coordina con la figura del portone di colore arancione (segnale visivo diegetico), mentre la scritta nella parte superiore dello schermo passa da "*I cipher(s) remaining*" (letteralmente "una macchina a cifre rimanente", segnale testuale non diegetico) a "*survivors can activate the Exit Gate*" (i sopravvissuti possono attivare il portone di uscita). Questi tre segnali si sovrappongono e si completano a vicenda per comunicare, in modo più efficace, lo stesso messaggio d'insieme: "recati al portone e attivalo". Come riportato dalla tabella x, l'allarme segnala il completamento di tutte le *cipher machine*, la figura arancione del portone indica che ora è possibile inserire il codice e, al contempo, localizza il cancello sulla mappa, il testo in alto fornisce un riscontro informativo (completamento della decodifica) ed evidenzia la nuova azione che i giocatori possono compiere (attivare il portone). Osserviamo anche la presenza di una sovrapposizione parziale dei messaggi in questo contesto, ideato sia per fornire una esperienza più immersiva, che per garantire resilienza al fallimento di singoli canali, specie come accade quando un giocatore con audio disattivato può affidarsi al *feed* testuale per comprendere che la decodifica è stata completata.

---

<sup>92</sup> Yves GAMBIER e Henrik GOTTLIEB (a cura di), *(Multi) Media Translation. Concepts, Practices, and Research*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2001a, p. xviii.

Segno	La decodifica è stata completata	È possibile attivare il portone	Posizione del portone
allarme	X		
Figura del portone		X	X
Scritta superiore	X	X	



**Figura 1.4.** *Identity V* (2018), © NetEase: segnali visivi, acustici e testuali completano il messaggio “recati al portone e e attivalo”

Queste strutture si integrano nel design complessivo del gioco, mentre il giocatore, grazie alla propria capacità di visione a raggi X<sup>93</sup>, riesce a filtrare la grande quantità di informazioni disponibili e a individuare le *affordance*, compiendo di conseguenza le proprie scelte di azione. In altre parole, i giocatori non percepiscono il mondo di gioco semplicemente come un insieme di spazi, oggetti e azioni, ma piuttosto in termini di ciò che questi elementi possono offrire loro per raggiungere i propri obiettivi, vincere il gioco e risolvere i problemi che esso propone. Questa capacità di riconoscimento si sviluppa attraverso due aspetti principali: da un lato, il riconoscimento di pattern relativi alle meccaniche di uno specifico genere di videogiochi; dall'altro, il contesto del gioco stesso.

<sup>93</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 28-29.

### 1.3.5 Riconoscimento di *pattern*

I giochi appartenenti allo stesso genere tendono a presentare meccaniche simili. Un gioco di simulazione sportiva rispecchia le regole di uno sport reale: che si tratti di *Pong*, *Ping Pong Fury* o *Mario Tennis Aces*, pur girando rispettivamente su arcade, mobile e console, e nonostante differiscano nello stile grafico e nell'ambientazione, i giocatori riconoscono facilmente che il fulcro del *gameplay* ruota attorno al gesto di “colpire la palla con la racchetta”. Per un gioco appartenente alla categoria dei puzzle game, invece, l'aspettativa è che stimola le capacità analitiche del giocatore. Un RPG prevede l'uso dell'inventario e un sistema di sviluppo delle abilità. Anche nei sottogeneri più specifici (ad es. i MORPG che si concentrano sulla competizione tra più giocatori), esistono meccaniche ricorrenti: personaggi con alto attacco ma bassa difesa che necessitano di un *tank* in grado di proteggerli; ruoli di supporto che sfruttano abilità speciali e richiedono un gioco di squadra per massimizzare l'efficacia, e così via. Da una parte, questa varietà di ruoli aumenta il divertimento e garantisce equilibrio; dall'altra, la ripetizione di uno schema semplifica l'apprendimento di meccaniche già note ad altri titoli del medesimo tipo.

In questa sfera di caratteristiche condivise nello stesso genere rientrano anche elementi non diegetici che, pur essendo contenuti nel codice del gioco, si collocano al di fuori della narrazione: ad esempio manuali d'uso<sup>94</sup>, istruzioni per la calibrazione dei dispositivi o testi legali.

Tale riconoscimento di *pattern* non dipende dalla narrazione del gioco e non costituisce una particolarità esclusiva, bensì enfatizza le caratteristiche comuni di genere. Infatti, il giocatore può tranquillamente ignorare i dialoghi, le scene animate o i retroscena dei personaggi senza compromettere la comprensione delle dinamiche di base. In *Identity V*, ad esempio, la chiara suddivisione in categorie di personaggi (*decode*, *assist*, e così via) aiuta a comprendere le diverse abilità disponibili e a pianificare le proprie strategie, indipendentemente dalla storia di ciascun personaggio o dalle *cutscene*.

---

<sup>94</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 135.

### 1.3.6 Contesto

Il secondo aspetto riguarda il mondo virtuale rappresentato dal gioco. Riprendendo l'esempio di *Pong*, *Ping Pong Fury* e *Mario Tennis Ace*, si riconosce che il primo è praticamente privo di ambientazione, il secondo ricrea il scenario di tornei internazionali di ping pong e il terzo trova ambientazione nel mondo della celebre serie giapponese *Super Mario*. In base alla connessione con la trama principale, elementi che aderiscono a questa categoria possono essere suddivisi in tre livelli:

- **Storia principale del giocatore:** Si riferisce all'identità del protagonista e la linea narrativa principale che il giocatore, attraverso l'*avatar*, contribuisce a portare avanti. Coinvolge le motivazioni, le azioni e le conseguenze delle azioni compiute dal protagonista. Si differenzia dal concetto a cui si riferisce Gee, il *player's story*, definita come “*the tale the player can tell about the flow of decisions, reflections, responses, and outcomes that the conversation between game and player has triggered*”<sup>95</sup>, il quale può essere considerato più ampio in quanto ricopre anche la trama secondaria che, poiché non essenziale per portare avanti al gioco, è una parte opzionale del gioco, ma non lo comprende poiché trascurava le motivazioni del protagonista.

- **Storie secondarie e la storia di fondo:** Comprende la trama secondaria e la storia di fondo. La storia di fondo, oppure *top-down story* come definita da Gee, si riferisce alla parte di narrazione scritta dall'autore a cui il giocatore non ha partecipato<sup>96</sup>. Questo livello di narrazione, che si avvicina al tipo di narrazione ritrovabile in libri e film, si colloca in uno spazio leggermente più esterno rispetto al fulcro della storia, pur integrandola e arricchendola.

- **Dettagli marginali del contesto:** Rappresentano il livello più esterno che non influiscono direttamente sullo svolgersi degli eventi, ma rendono il mondo di gioco più credibile agli occhi del giocatore, accrescendo l'immersione e favorendo l'immedesimazione con l'*avatar*.

---

<sup>95</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 13.

<sup>96</sup> *Ibidem*.

Spesso questi elementi non si basano sulle conoscenze collettive di un determinato genere, ma il giocatore li apprende gradualmente attraverso il processo di dialogo tramite cui esplora il mondo del gioco. La loro rappresentazione può assumere la forma di un discorso linguistico (ad esempio, un NPC che racconta una storia) e la narrazione può essere interattiva o non interattiva. Rispetto al primo livello, i successivi due livelli di contesto tendono a essere delineati soprattutto tramite piccoli riferimenti, oggetti e dialoghi ambientali, nonché attraverso l'ambientazione, lo stile artistico, i testi delle storie dei personaggi e le variazioni di registro nel linguaggio. In genere, non si ricorre a lunghi dialoghi o sequenze cinematografiche obbligatorie. Mentre lo sfondo narrativo può comprendere una notevole quantità di contenuti, con molteplici personaggi, dettagli e trame secondarie, magari estese su un lungo arco temporale, durante l'esperienza videoludica la sua rilevanza risulta inferiore rispetto alla storia del giocatore<sup>97</sup>. Al tempo stesso, il giocatore può ignorare questi contenuti (non selezionando dialoghi opzionali, ignorando *side quest* e non leggendo le descrizioni) senza compromettere il progredire della trama principale<sup>98</sup>. Tali dettagli, tuttavia, possono essere utili a rafforzare il legame emotivo con i personaggi e con l'universo di gioco, creando una risonanza tra il giocatore e l'*avatar*, pur non influenzando in modo diretto la struttura narrativa principale.

Il contesto del videogioco gioca un ruolo fondamentale nella determinazione delle *affordance* a disposizione del giocatore. Lo stesso oggetto può assumere significati diversi e svolgere funzioni differenti a seconda del gioco e, di conseguenza, del contesto in cui è inserito. Ad esempio, una bacchetta in *Identity V* è un oggetto utilizzato per nascondere la propria posizione dal *hunter*, mentre in *Hogwarts Legacy* è uno strumento essenziale per lanciare incantesimi. Questo fenomeno rientra nella teoria del *situated meaning* (significato situato), secondo cui il significato di un elemento viene determinato da ciò che parlanti/scrittori e ascoltatori/lettori considerano rilevante all'interno di un determinato contesto, in combinazione con il bagaglio di conoscenze culturali condivise<sup>99</sup>. A proposito delle conoscenze culturali, il contesto del videogioco può mirare ad essere realistico, come nel caso

---

<sup>97</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 12.

<sup>98</sup> Weimin TOH, *A Multimodal Discourse Analysis of Video Games: A Ludonarrative Model*, tesi di dottorato. National University of Singapore, Singapore, 2015, p. 216.

<sup>99</sup> James Paul GEE, *An introduction to discourse analysis: Theory and method*, 4<sup>a</sup> edizione. London, Routledge, 2014.

di *Ping Pong Fury*, oppure rappresentare una immagine artisticamente rielaborata del mondo reale, come la distopia di *Cyber Punk 2077* o addirittura le colonie interstellari di *Starfield*<sup>100</sup>. In ogni caso, i videogiochi sfruttano la conoscenza accumulata dalle persone nella vita reale per garantire coerenza e credibilità.

L'idea di contesto introdotta nella discussione precedente si distingue, in parte, dal concetto di narrazione del videogioco elaborato da vari studiosi. Secondo Krawczyk e Novak, la narrazione in un videogioco si identifica con la storia unica e personale che emerge per il giocatore come conseguenza del suo agire nel gioco<sup>101</sup>. Tale definizione risulta eccessivamente ristretta, in quanto esclude la dimensione narrativa che rappresenta le motivazioni delle azioni, focalizzandosi esclusivamente sulle conseguenze, ovvero sulla parte in cui il giocatore può interagire, trascurando invece quegli elementi della storia che rimangono al di fuori del suo controllo. Da una prospettiva psicologica, la narrazione è una rappresentazione di eventi che funge da struttura cognitiva, quest'ultima utile agli utenti per collegare cause ed effetti, di riorganizzare la complessità di ciò che accade in una storia coerente e di soddisfare il bisogno primordiale di comprendere i mondi fisico e sociale<sup>102</sup>. Anche questa visione tralascia la categoria dei dettagli marginali e quindi risulta più ristretta rispetto al concetto di contesto usato in questo elaborato.

Dansky identifica gli elementi costituenti fondamentali della narrazione videoludica, ovvero storia, personaggi, ambientazione, retroscena, *cutscene*, eventi scriptati e reperti all'interno del gioco<sup>103</sup>. Sylvester riprende il dibattito, suddividendo la narrazione del videogioco in tre macro-categorie: la *scripted story* (storia nel copione, eventi codificati direttamente nel gioco, che si svolgono sempre nello stesso modo), la *world narrative* (la storia di un luogo, del suo passato e dei suoi abitanti, resa visibile attraverso la costruzione dell'ambiente di gioco e dei relativi oggetti) e la *emergent story* (la storia che si forma durante la partita, frutto dell'interazione fra le meccaniche di gioco e le scelte

---

<sup>100</sup> *Starfield*: videogioco di ruolo sviluppato da Bethesda Game Studios e pubblicato nel 2023.

<sup>101</sup> Marianne KRAWCZYK e Jeannie NOVAK, *Game Development Essentials: Game Story and Character Development*. Albany, New York, Thomson Delmar Learning, 2006, p. 246

<sup>102</sup> Kwan Min LEE, Namkee PARK e Seung-A. JIN, Narrative and Interactivity in Computer Games, in Peter VORDERER e Jennings BRYANT (a cura di), *Playing Video Games: Motives, Responses, and Consequences*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2006, p. 265.

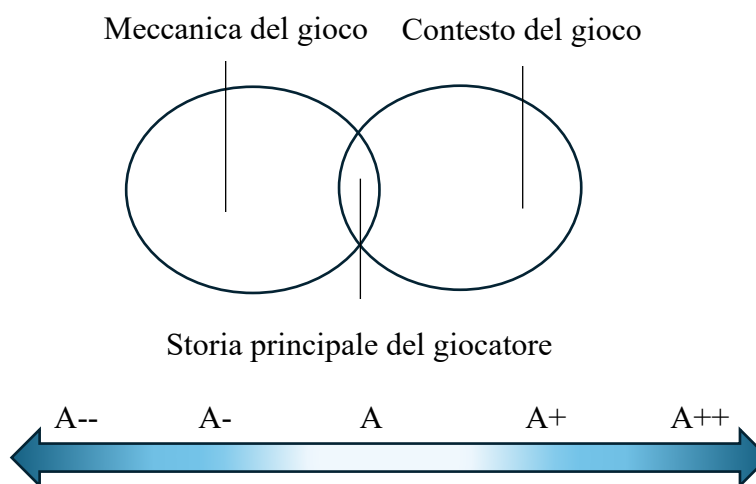
<sup>103</sup> Richard DANSKY, Introduction to Game Narrative, in Chris BATEMAN (a cura di), *In Game Writing: Narrative Skills for Videogames*. Boston, Massachusetts: Charles River Media, 2007, p. 70.

del giocatore. Tale storia non è completamente predefinita dagli sviluppatori, poiché si sviluppa dinamicamente in base al comportamento del giocatore e agli eventi fortuiti)<sup>104</sup>. Nonostante queste tre categorie possano essere teoricamente distinte, è frequente che si sovrappongano: ad esempio, una *scripted story* può dare origine a un'evoluzione imprevedibile e contribuire alla *emergent story*.

Nel quadro di queste definizioni, risulta chiaro come il contesto possa intrecciarsi con, ma non coincidere integralmente con, le componenti narrative del videogioco. Se la narrazione videoludica, secondo i vari autori, riguarda gli eventi e il modo in cui questi producono una storia nella mente del giocatore, il contesto inteso in questo elaborato comprende anche ulteriori aspetti legati all'ambientazione, al retroterra culturale, alle dinamiche ambientali, nonché ai dettagli minori che non influenzano direttamente lo sviluppo della storia principale, ma contribuiscono a creare un universo di gioco coerente e immersivo.

### 1.3.7 Il modello meccanica-contesto

Con queste considerazioni, giungiamo a definire il modello di trasmissione delle informazioni nel gioco. Tutte le informazioni fornite dal videogioco in risposta alle azioni del giocatore attraverso i vari canali di comunicazione ricadono in due grandi categorie: informazioni legate alla meccanica del gioco e informazioni legate al contesto del gioco.



<sup>104</sup> Tynan SYLVESTER, *Designing Games: A Guide to Engineering Experiences*. O'Reilly Media, Inc., 2013, p. 34.

Questi due versanti non sono nettamente separati, ma si sovrappongono in una zona intermedia, dove il giocatore può decidere e intervenire attraverso le azioni e l'utilizzo concreto delle meccaniche per co-narrare la storia principale del proprio *alter ego* virtuale, l'*avatar*. Senza la partecipazione attiva del giocatore, infatti, questa parte della storia non può progredire autonomamente. Nei videogiochi, specialmente quelli caratterizzati da un'elevata difficoltà, il completamento del gioco non è un traguardo garantito, ma deve essere "guadagnato" attraverso uno sforzo concreto e un maggiore coinvolgimento emotivo<sup>105</sup>.

Inoltre, è utile considerare la distanza tra un'informazione specifica e la storia principale del giocatore. A tal proposito, si possono distinguere cinque aree (ordinate da sinistra a destra), etichettate da A- - fino a A++, che rispecchiano quanto ciascun tipo di informazione incida sulla parte centrale dell'esperienza narrativa. Più ci si avvicina alla zona centrale, maggiormente l'informazione risulta essenziale per la narrazione co-costruita dal giocatore — ovvero il “core” dell'esperienza ludica. Qui il giocatore, grazie alla sua visione a raggi x, si concentra sulla trama e sulle meccaniche che la sviluppano, ponendo il maggior impegno interpretativo e prendendo decisioni cruciali.

Viceversa, spostandosi verso i margini di questo spettro, si trovano informazioni via via meno rilevanti per la storia primaria. Pur arricchendo il contesto, esse hanno un'influenza ridotta sul corso principale del *gameplay*; il giocatore, di conseguenza, potrebbe ignorare o sottovalutare tali elementi senza compromettere la comprensione o il proseguimento della trama principale.

In termini generali, il concetto di meccanica di gioco si riferisce a ciò che il giocatore è autorizzato a fare all'interno del *gameplay*, ovvero le azioni consentite e regolamentate dal sistema del gioco. Il contesto, invece, fornisce la motivazione narrativa e tematica che giustifica perché il giocatore dovrebbe compiere quelle azioni. Giochi di generi diversi tendono a bilanciare in maniera differente le due modalità di fruizione. Vi sono giochi che figurano partite veloci e ripetitive come la maggior parte dei giochi mobile, allo stesso tempo esistono giochi che enfatizzano una trama continua e sono caratterizzati da una abbondanza di testi o animazioni diegetici. La predominanza dell'uno o dell'altro nell'esperienza videoludica dipende anche dal tipo di giocatore<sup>106</sup>. Infatti, come discusso

---

<sup>105</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 13.

<sup>106</sup> Nick YEE, *Motivations for Play in Online Games*. *Journal of CyberPsychology and Behavior*, 9(6), 2007, p. 772-775.

precedentemente nell'esempio di *Identity V*, il giocatore può anche saltare i dialoghi e le animazioni, ignorare i testi riguardo le storie di sfondo dei vari personaggi, ponendo attenzione soltanto alle descrizioni delle loro abilità e attributi per sviluppare strategie vincenti. Si possono perciò identificare due tipi di personalità nei giocatori: “*immersion*”, i quali tendono a concentrarsi sulla narrazione e sulla costruzione di un'identità per il proprio *avatar*, a cui si contrastano gli “*achievement*”, che si focalizzano maggiormente sulla padronanza delle meccaniche e sul raggiungimento di obiettivi ludici<sup>107</sup>.

Sylvester riflette sulla relazione dei due aspetti dei videogiochi, ritenendo che “narrativa e meccaniche non sono necessariamente in conflitto (sebbene possano esserlo), né una deve necessariamente prevalere sull'altra (anche se spesso accade)”<sup>108</sup>. Quando sono intrecciate efficacemente, si rafforzano a vicenda in modi che nessuno dei due elementi potrebbe ottenere autonomamente. Come sottolinea Sylvester, un game design di alto livello non è la semplice equazione di una grande storia a delle meccaniche eccellenti, ma intreccia entrambi gli aspetti in un unico sistema emozionale, in cui il bilanciamento della sfida e la costruzione del mondo di gioco risultano perfettamente integrati<sup>109</sup>. Toh propone un modello di analisi ludonarrativa<sup>110</sup> che esamina le modalità con cui gli aspetti narrativi e quelli ludici di un gioco si intrecciano, analizzando se l'interpretazione narrativa del giocatore in un dato passaggio riesce a giustificare l'azione intesa dal *gameplay* o meno, identificando così tre possibili relazioni: *ludonarrative resonance* (risonanza ludonarrativa), *ludonarrative dissonance* (dissonanza ludonarrativa) e *ludonarrative irrelevance* (irrilevanza ludonarrativa)<sup>111</sup>. Per i tipi di *ludonarrative dissonance*, Toh identifica tre subcategorie<sup>112</sup>, ovvero:

- **contrast** (contrasto): Le interpretazioni narrative del giocatore sono in conflitto con le azioni del

---

<sup>107</sup> Ibidem

<sup>108</sup> Tynan SYLVESTER, *Designing Games: A Guide to Engineering Experiences*. O'Reilly Media, Inc., 2013, p. 34. Cit. originale: “Fiction and mechanics need not fight (though they easily can), and neither one need be given primacy (though one often is)”. Traduzione personale.

<sup>109</sup> Ibidem.

<sup>110</sup> Weimin TOH, *A Multimodal Discourse Analysis of Video Games: A Ludonarrative Model*, tesi di dottorato. National University of Singapore, Singapore, 2015, p. 213.

<sup>111</sup> Ivi, p. 221-224.

<sup>112</sup> Weimin TOH, *The Player Experience of BioShock: A Theory of Ludonarrative Relationships*, in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality* Bloomsbury. New York, Publishing USA, 2019, p. 256.

*gameplay*<sup>113</sup>.

- ***metaphor*** (metafora): Le meccaniche di gioco presentate ai giocatori attraverso una rappresentazione visiva (*cutscene*) ostacolano o ritardano l'apprendimento delle stesse, e viceversa<sup>114</sup>.

- ***demotivation*** (demotivazione): La narrazione può demotivare il giocatore nel raggiungere gli obiettivi di gioco, nel compiere determinate scelte o nell'eseguire specifiche azioni, quando crea dissonanza con le meccaniche di gioco o non supporta adeguatamente il *gameplay*<sup>115</sup>. Ne è il caso di scarsità nella varietà del *gameplay*, diventando troppo monotono.

Le tre categorie di relazione tra la meccanica e la narrazione dei videogiochi proposte da Toh tralasciano una specifica tipologia di dissonanza ludonarrativa, che può emergere a causa di difficoltà interpretative, specialmente nei casi in cui la narrazione attinge a riferimenti culturali specifici che non trovano riscontro nell'esperienza del giocatore, né ottiene adeguata spiegazione nel gioco, caso comune se si sta affrontando una versione localizzata del titolo originale. Mentre per i libri tradotti è accettabile inserire note a piè pagina per fornire ulteriori informazioni al fruitore, tale strumento può facilmente interrompere l'immersione se applicata all'interno del prodotto videoludico. Questo fenomeno non è stato ampiamente discusso nelle ricerche sui videogiochi menzionati precedentemente, poiché la maggior parte degli studi si è concentrata su titoli sviluppati in inglese e lo spagnolo, senza considerare l'impatto della localizzazione.

Tale prospettiva basata sulle relazioni ludonarrative fornisce un nuovo punto di vista per analizzare la localizzazione, in quanto tutti i testi tradotti, le modifiche apportate agli aspetti grafici ecc., appariranno all'interno del gioco in disposizioni predefinite e sono parti costitutive del significato. In altre parole, la traduzione dei videogiochi può essere compresa solo nel contesto multimodale<sup>116</sup>. Un'analisi diacronica dei testi multicanali aiuta a illustrare le molteplici stratificazioni di informazioni

---

<sup>113</sup> Ibidem.

<sup>114</sup> Ibidem.

<sup>115</sup> Ibidem.

<sup>116</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 51.

presenti in questo tipo di media, evidenziando come ciascun livello — dal testo scritto ai segnali visivi, dagli effetti sonori alla cinematografia delle *cutscene* — contribuisca alla costruzione del significato complessivo del gioco. Questi diversi strati non si limitano a trasmettere informazioni, ma possono anche modificarne l'intento originale, influenzando la comunicazione con i giocatori e, in ultima analisi, l'esperienza ludica stessa. Una scelta lessicale che non rispecchia il tono del personaggio o un elemento culturale che non viene accuratamente adattato utilizzando i vari canali utilizzabili possono incidere sulla fruizione del gioco, alterandone l'impatto emotivo e la coerenza ludonarrativa.

Ciò implica che la localizzazione videoludica non può essere trattata semplicemente come un processo di traduzione testuale, ma deve considerare il videogioco nella sua interezza come un prodotto interattivo e immersivo, in cui ogni elemento concorre a determinare il livello di coinvolgimento per il giocatore. Grazie al modello proposto in questo capitolo, possiamo adottare una visione d'insieme dei segnali utilizzati dal videogioco e dei relativi *asset*, valutando quanto siano strettamente collegati all'esperienza del giocatore e in che modo si rapportino in termini di gerarchia d'importanza, potenzialmente facilitando la decisione sulle specifiche strategie traduttive da adottare.

## Capitolo 2: Il videogioco tradotto

Essendo la localizzazione una tematica profondamente eradicata nella pratica industriale che è stata man mano sviluppata con l'espansione dei titoli videoludici sul mercato globale, il suo studio non può fare a meno che considerare tutte gli aspetti reali e, in particolar modo le restrizioni e le varie sfide che i localizzatori devono far fronte nel loro lavoro. Si ritiene opportuno quindi dedicare una sezione ai meccanismi di lavoro di questa industria.

### 2.1 La localizzazione del videogioco

L'industria videoludica attuale, caratterizzata da una concorrenza globale sempre più serrata, spinge le aziende a superare i confini domestici e a puntare su un pubblico internazionale ampio e diversificato. Molti grandi editori si espandono tramite partecipazioni societarie o acquisizioni vere e proprie di altre società di sviluppo, pubblicazione o servizi connessi ai videogiochi. Prima in classifica per ricavi nel settore videoludico globale nel 2023<sup>117</sup>, Tencent ha iniziato la propria espansione sui mercati internazionali già nel 2005, quando decise di investire nella società coreana *GoPets*, nota per i suoi giochi “*pet simulation*”<sup>118</sup>. Da allora, per quasi vent'anni, Tencent ha continuato ad acquisire partecipazioni in numerosi sviluppatori di videogiochi in tutto il mondo. Nel 2022, Tencent è diventata secondo maggiore azionista di From Software (la casa dietro il fenomeno *Elden Ring*), acquistandone il 16,25% delle azioni<sup>119</sup>. Inoltre, nel luglio 2021, l'azienda cinese aveva completato la costosa acquisizione di Sumo Group, sviluppatore britannico, per 1,3 miliardi di dollari<sup>120</sup>.

Un'altra via di sviluppo consiste nel produrre titoli originali destinati a coprire gli ingenti costi di

---

<sup>117</sup> NEWZOO, *Top Public Games Companies by Revenues*, newzoo.com, 2024. URL: <https://newzoo.com/resources/rankings/top-25-companies-game-revenues> (consultato il 15/01/2025).

<sup>118</sup> Jemmy Mikhael WIJAYA, Rangga Aditya ELIAS e Aditya PERMANA, Government and Internet-based platform company Nexus in communist state: A case study of Tencent expansion to the world. (articolo on line). *E3S Web of Conferences*. EDP Sciences, 2023. p. 02091. (consultato il 15/01/2025).

<sup>119</sup> Alessandro DI GIOIA, Sony e Tencent hanno acquisito il 30% di FromSoftware: 36,4 miliardi di yen investiti per lo studio di Elden Ring, it.ign.com, 2022. URL: <https://it.ign.com/elden-ring/196344/news/sony-e-tencent-hanno-acquisito-il-30-di-fromsoftware-364-miliardi-di-yen-investiti-per-lo-studio-di> (consultato il 16/01/2025).

<sup>120</sup> Gabriele DI MATTEO, Perché Tencent spende 1,27 miliardi di dollari per avere il brand dei videogiochi Sumo Group, forbes.it, 2021. URL: <https://forbes.it/2021/07/22/perche-tencent-spende-127-miliardi-di-dollari-per-avere-il-brand-dei-videogiochi-sumo-group/> (consultato il 15/01/2025).

progettazione e a generare profitti in un mercato globale altamente competitivo. In questo contesto, la localizzazione diviene essenziale: tradurre e adattare il videogioco alle preferenze linguistiche e culturali di più Paesi consente infatti di giustificare gli investimenti elevati (specialmente per i titoli Tripla A), massimizzare le vendite ed evitare che il pubblico straniero si trovi in difficoltà nel comprendere istruzioni o storie particolarmente complesse<sup>121</sup>. Ne è un esempio *Genshin Impact*: sviluppato dallo studio cinese miHoYo, secondo i dati di Niko Partners ha superato i 9 miliardi di dollari di ricavi su mobile entro il 2024, con il 78% dei download e oltre il 40% delle entrate provenienti dal mercato estero<sup>122</sup>.

Tuttavia, la ricerca accademica sulla localizzazione dei videogiochi risulta da tempo in ritardo rispetto alla rapida evoluzione del settore. Questa pratica si è infatti sviluppata gradualmente attraverso continui tentativi ed errori da parte degli sviluppatori, nell'intento di adattarsi costantemente alle nuove esigenze del mercato<sup>123</sup>. Con lo sviluppo di tecnologie sempre più sofisticate, i videogiochi stanno diventando opere complesse, spesso ricche di personaggi e trame articolate, tutto pensato per migliorare l'esperienza di gioco e convincere i consumatori a passare più tempo a giocare e a comprare DLC e i prossimi titoli della stessa saga. Se, da un lato, pochi titoli rimangono intuitivi anche senza traduzione, dall'altro una parte crescente di produzioni — ad esempio le *visual novel* — presuppone una buona comprensione della lingua in cui sono fornite istruzioni e testi, pena il fallimento dell'esperienza di gioco.

La localizzazione consiste nell'adattamento linguistico e culturale di un contenuto digitale (ad esempio un *software* per computer o una *app* mobile) alle esigenze di un mercato estero, e i servizi al fine della gestione del multilinguismo<sup>124</sup>, tenendo conto di differenze legali, normative e culturali e garantendo che il *software* localizzato funzioni correttamente e che tutte le traduzioni siano semanticamente adeguate e compatibili con gli spazi assegnati all'interno dell'interfaccia. Ciò

---

<sup>121</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 101.

<sup>122</sup> Evgeny OBEDKOV, Genshin Impact tops \$5 billion in revenue in China alone, on track to hit \$10 billion globally in 2025, gameworldobserver.com, 2024. URL: <https://gameworldobserver.com/2024/10/11/genshin-impact-revenue-china-5-billion-niko-partners> (consultato il 10/01/2025).

<sup>123</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 155.

<sup>124</sup> Reinhard SCHÄLER, "Localization", in Mona Baker e Gabriela Saldanha (a cura di), *Routledge Encyclopedia of translation studies* (2nd edition), Londra e New York, Routledge, 2009, pp. 157-161.

differenzia la localizzazione dalla traduzione, in quanto non si limita alla resa in una lingua alternativa dei testi, ma richiede di intervenire su numerosi elementi di design e interfaccia per garantire che un pubblico straniero possa godere del prodotto secondo le intenzioni degli sviluppatori. Anche in un servizio apparentemente “universale” come il calendario elettronico, le abitudini possono variare in base al Paese di riferimento. Mentre in molti Paesi occidentali è consuetudine considerare la domenica come primo giorno della settimana, in Cina la settimana inizia di lunedì, e il calendario spesso riporta in parallelo le date del calendario lunisolare insieme alle festività. La modifica di un videogioco (che è, appunto, un tipo di *software*) per prepararlo al lancio su un mercato estero, rientra perfettamente nella categoria della localizzazione — del quale la traduzione testuale rappresenta soltanto uno dei numerosi passaggi.



2024年12月						
一	二	三	四	五	六	日
25 廿五	26 廿六	27 廿七	28 廿八	29 廿九	30 三十	1 冬月
2 初二	3 初三	4 初四	5 初五	6 大雪	7 初七	8 初八
9 初九	10 初十	11 十一	12 十二	13 十三	14 十四	15 十五
16 十六	17 十七	18 十八	19 十九	20 二十	21 冬至	22 廿二
23 廿三	24 廿四	25 圣诞节	26 廿六	27 廿七	28 廿八	29 廿九
30 三十	31 腊月	1 元旦	2 初三	3 初四	4 初五	5 小寒

**Figura 2.1.** Il calendario elettronico in cinese di Windows posiziona il lunedì come primo giorno della settimana

## 2.2 Diverse modalità di localizzazione

In questa sezione si tenta di analizzare come viene realizzato il lavoro di localizzazione nell’ambito dell’industria videoludica, partendo innanzitutto dalla decisione di esportare il proprio gioco in altri Paesi o meno. Infatti, specialmente per sviluppatori indipendenti con un budget ristretto, il ricavo dalla versione localizzata del gioco non sempre riesce a ripagare gli oneri della localizzazione, della sponsorizzazione e della pubblicazione fuori dal suo mercato nazionale. Lo stesso vale per la decisione

sulla scelta delle lingue in cui avverrà la localizzazione<sup>125</sup>. Pertanto, non esiste un modello di localizzazione concordato per un determinato genere di videogioco, né per una determinata coppia linguistica, ma una varietà di modalità.

Si possono individuare innanzitutto due modalità di localizzazione, ossia il modello *post-gold* (o *post-release*<sup>126</sup>) e il modello *sim-ship*<sup>127</sup>, in base alla data d'uscita per le edizioni del videogioco in varie lingue. Nel primo caso, la casa di pubblicazione lancia inizialmente la versione originale del gioco per il mercato domestico e prende in considerazione la localizzazione solo successivamente, dopo aver valutato il successo commerciale e il potenziale di espansione su altri mercati. Questo approccio è tipico dei titoli sviluppati da case giapponesi, che spesso esitano a investire subito nella localizzazione a causa delle differenze culturali e di preferenze tra il pubblico nipponico e quello occidentale. Come osservato da Hirokazu Hamamura, presidente di Enterbrain<sup>128</sup>, i giocatori giapponesi tendono a preferire ambientazioni fantasy e combattimenti con la spada, mentre i gamer occidentali prediligono esperienze più realistiche, con una forte presenza di sparattutto e giochi di guerra<sup>129</sup>. Anche lo stile grafico gioca un ruolo determinante: in Giappone sono più apprezzati i personaggi dallo stile cartoonesco, mentre in Europa e America i giocatori mostrano una preferenza per la grafica realistica<sup>130</sup>. Questa discrepanza ha portato molti sviluppatori giapponesi ad adottare un atteggiamento prudente nei confronti della localizzazione, come dimostrato dal remake di *Dragon Quest VII* per Nintendo 3DS, pubblicato in Giappone nel 2013 ma arrivato sul mercato europeo solo nel 2016<sup>131</sup>.

Dal punto di vista traduttivo, il modello *post-gold* offre diversi vantaggi: i localizzatori hanno la possibilità di giocare l'intero titolo prima di tradurlo, ottenendo una visione completa della trama, dell'atmosfera e delle meccaniche, il che riduce il rischio di incoerenze e migliora la qualità della

---

<sup>125</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 188.

<sup>126</sup> Keiran J. DUNNE e Elena S. DUNNE (a cura di), *Translation and Localization Project Management: the Art of the Possible*. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing, 2011. p. 357.

<sup>127</sup> Sim-ship: forma abbreviata dell'espressione inglese *simultaneous shipment*.

<sup>128</sup> Enterbrain: casa editrice della rivista per videogiochi *Famitsu*.

<sup>129</sup> Marc CIESLAK, *Is the Japanese Gaming Industry in Crisis*, news.bbc.co.uk, 2010. URL: [http://news.bbc.co.uk/2/hi/program-mes/click\\_online/9159905.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/program-mes/click_online/9159905.stm) (consultato il 20/01/2025).

<sup>130</sup> Ibidem.

<sup>131</sup> "Dragon Quest VII: Frammenti di un mondo dimenticato", Wikipedia. URL: [https://it.wikipedia.org/wiki/Dragon\\_Quest\\_VII:-\\_Frammenti\\_di\\_un\\_mondo\\_dimenticato](https://it.wikipedia.org/wiki/Dragon_Quest_VII:-_Frammenti_di_un_mondo_dimenticato) (consultato il 10/01/2025).

traduzione. D'altro canto, presenta anche svantaggi significativi. Una volta completata la localizzazione, è difficile apportare modifiche strutturali al gioco, come alterazioni del design, dell'interfaccia o degli *asset* grafici, poiché il team di sviluppo è spesso già impegnato su altri progetti e non può tornare facilmente a lavorare sul titolo già rilasciato<sup>132</sup>.

Negli ultimi anni, l'industria videoludica si sta orientando sempre più verso il modello *sim-ship*, che prevede il lancio globale del videogioco nello stesso periodo in tutti i mercati di riferimento. Questa transizione è motivata dalla necessità di massimizzare i profitti in un settore in cui la finestra commerciale di un titolo è sempre più breve: i giochi rimangono a prezzo pieno nei negozi solo per pochi mesi, e le vendite delle prime settimane costituiscono la fetta più consistente degli incassi<sup>133</sup>. Inoltre, questa strategia, pur richiedendo una maggiore coordinazione tra i vari dipartimenti interni all'azienda, o tra lo sviluppatore e l'agenzia di localizzazione esterna, rappresenta la soluzione più efficace per ridurre l'impatto della pirateria<sup>134</sup>.

Una volta le agenzie con cui collaborare per la distribuzione nei mercati esteri sono selezionati, i progetti di localizzazione vengono avviati sin dalle fasi preliminari della produzione del gioco, idealmente in stretta collaborazione con il team di sviluppo<sup>135</sup>. Nella pratica, il numero minimo di lingue offerte per una pubblicazione *sim-ship* è generalmente di cinque, corrispondenti all'acronimo E-FIGS<sup>136</sup>: inglese, francese, italiano, tedesco e spagnolo. Tuttavia, in base al mercato di riferimento, possono essere sostituite alcune lingue o aggiunte altre, tra cui arabo, cinese, giapponese, polacco, russo e portoghese<sup>137</sup>.

Un altro criterio di categorizzazione riguarda chi effettua la localizzazione. Risalendo alle origini del settore, negli anni Settanta e Ottanta, la localizzazione era agli albori e, qualora fosse prevista,

---

<sup>132</sup> Keiran J. DUNNE e Elena S. DUNNE (a cura di), *Translation and Localization Project Management: the Art of the Possible*. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing, 2011. p. 357.

<sup>133</sup> Frank DIETZ, Issues in Localizing Computer Games, in Keiran J. DUNNE (a cura di), *Perspective in Localization*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2006.

<sup>134</sup> Heather Maxwell CHANDLER, *The Game Localization Handbook*. Massachusetts, Charles River Media, 2005, p. 46.

<sup>135</sup> Michaela BARTELT-KRANTZ, Game Localization Management: Balancing Linguistic Quality and Financial Efficiency, in Miguel Á. BERNAL-MERINO (a cura di), *TRANS. Revista de Traductología* 15, 2011, p. 86.

<sup>136</sup> Il pacchetto di lingue E-FIGS, che include le principali lingue parlate in Europa, era l'opzione di default per i grandi titoli di fine anni Ottanta e Novanta. Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 9.

<sup>137</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 9.

veniva affidata *in-house* a un membro del team di sviluppo con qualche conoscenza linguistica<sup>138</sup>. All'epoca la struttura commerciale più diffusa contemplava un piccolo studio di sviluppo, che spesso si auto-pubblicava oppure si associava a una piccola casa editrice per soddisfare esigenze di distribuzione, inclusa l'eventuale localizzazione<sup>139</sup>. Malgrado i notevoli cambiamenti avvenuti nel mercato, questo approccio "interno" resta tipico di alcune grandi realtà di produzione videoludica asiatiche, nelle quali lo stesso gruppo si occupa sia dello sviluppo sia dell'adattamento linguistico-culturale del gioco. Queste aziende, di fatto, hanno ereditato l'idea che una conoscenza diretta del progetto e un contatto costante con i creatori possano migliorare la coerenza e la qualità della localizzazione, benché oggi tale pratica non sia più necessariamente la norma presso tutti i produttori videoludici. Nintendo Treehouse, divisione di Nintendo of America (NOA), venne fondata a metà degli anni '90 per migliorare la qualità delle traduzioni inglesi dei giochi Nintendo, all'epoca spesso carenti sulle console a 8 e 16 bit<sup>140</sup>. Oggi il team conta circa ottanta persone, responsabili non solo della localizzazione in inglese americano, francese canadese, spagnolo latinoamericano e, più di recente, in portoghese brasiliano, ma anche di attività come compilazione di video, pianificazione di marketing, *QA Testing* e *product management*<sup>141</sup>. Un progetto particolarmente rilevante per Treehouse fu quello di *Animal Crossing*<sup>142</sup>, primo titolo a subire modifiche sostanziali per adattarlo ai gusti del pubblico occidentale<sup>143</sup>. Basti pensare che la versione più recente di *Animal Crossing* presentava uno script in giapponese di circa 2,4 milioni di caratteri, evidenziando l'entità delle sfide linguistiche e culturali affrontate dalla squadra di localizzazione<sup>144</sup>.

La localizzazione *in-house* consente ai localizzatori di lavorare gomito a gomito con i creatori del gioco, facilitando un continuo scambio di informazioni in ogni fase del progetto per chiedere chiarimenti o fornire suggerimenti; i testi sono verificati in tempo reale, senza ritardi legati a

---

<sup>138</sup> Ivi, p. 85.

<sup>139</sup> James NEWMAN, *Videogames*. London/New York, Routledge, 2004.

<sup>140</sup> Jonathan METTS, *The Treehouse Interview*, nintendoworldreport.com, 2004. URL: <https://www.nintendoworldreport.com/inter-view/2205/the-treehouse-interview> (consultato il 19/01/2025).

<sup>141</sup> Jason SCHEREIRER, *Nintendo's Secret Weapon*, kotaku.com, 2014. URL: <https://kotaku.com/inside-the-treehouse-the-people-who-help-make-nintendo-1301809672> (consultato il 19/01/2025).

<sup>142</sup> *Animal Crossing*: serie di videogiochi di simulazione di vita pubblicati da Nintendo a partire dal 2002.

<sup>143</sup> Jason SCHEREIRER, *Nintendo's Secret Weapon*, kotaku.com, 2014. URL: <https://kotaku.com/inside-the-treehouse-the-people-who-help-make-nintendo-1301809672> (consultato il 19/01/2025).

<sup>144</sup> Ibidem.

comunicazioni esterne. In tal modo, si assicura coerenza tra i contenuti all'interno del gioco e l'esperienza videoludica tra le differenti versioni. Un dipartimento di localizzazione interno — o un gruppo di *freelancer* guidato dall'azienda — ha inoltre il privilegio di provare il gioco in fase di realizzazione, per avere una visione più completa dei contenuti che devono essere localizzati.

Nonostante decenni di rapida crescita ed espansione, molti sviluppatori di videogiochi continuano a incontrare difficoltà nell'integrare la localizzazione fin dalle prime fasi della progettazione. Le cause di questa lacuna possono essere di natura finanziaria, poiché mantenere un dipartimento dedicato alla localizzazione non è economicamente sostenibile per gli studi più piccoli, che sviluppano solo uno o due titoli alla volta. Inoltre, localizzazioni realizzate *in-house*, specialmente nel caso di aziende minori, presentano una qualità inferiore per via della persistente percezione errata della localizzazione come una mera traduzione letteraria dei testi di gioco, senza considerare gli aspetti tecnici, culturali e di *user experience* coinvolti<sup>145</sup>.

A causa di questi fattori, l'*outsourcing* si è affermato come il modello più diffuso per la localizzazione, specialmente in Europa e in America<sup>146</sup>. Merino riassume nel suo libro i contenuti del supporto linguistico completo che tali agenzie specializzate sono spettate ad offrire ad agenzie di produzione videoludica, che include la traduzione di tutti i testi in-game, dalle linee di dialogo alle istruzioni di sistema e ai menu interattivi<sup>147</sup>. Il loro lavoro non si limita solo ai contenuti presenti nel gioco, ma si estende anche alla traduzione di manuali di prodotto, avvisi sanitari, note legali e documentazione ufficiale<sup>148</sup>. Inoltre, queste aziende si occupano della gestione delle community e dei siti web legati al gioco, della selezione e registrazione delle voci per il doppiaggio e dei test linguistici volti a garantire coerenza e qualità nella localizzazione<sup>149</sup>. Un aspetto fondamentale del loro operato riguarda anche la revisione geoculturale, ovvero l'adattamento dei contenuti alle sensibilità e alle aspettative del mercato di destinazione<sup>150</sup>. A ciò si aggiunge la consulenza sulla conformità legale, il

---

<sup>145</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 182.

<sup>146</sup> Aaron SCHLIEM, GDC 2012 [March 5-9] increases localization focus, in "Multilingual 23 (4)", 2012.

<sup>147</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 2.

<sup>148</sup> Ibidem.

<sup>149</sup> Ivi, p. 155.

<sup>150</sup> Ivi, p. 155.

rispetto degli standard di classificazione dei contenuti e le linee guida relative ai sistemi di valutazione dell'età, elementi cruciali per ottenere le certificazioni necessarie alla distribuzione del gioco in diversi Paesi. Infatti, le differenze nelle sensibilità culturali nazionali possono influenzare il modo in cui i vari enti di classificazione valutano i videogiochi, assegnando loro rating differenti a seconda del Paese di distribuzione. Uno degli standard di classificazione più diffusi in Europa è il PEGI (Pan European Game Information), un sistema adottato da 38 Paesi europei che fornisce indicazioni sull'età minima consigliata per i giocatori e segnala la presenza di elementi potenzialmente sensibili, come violenza, linguaggio scurrile o contenuti a sfondo sessuale<sup>151</sup>. Come illustrato nella figura 2.2., il PEGI utilizza un sistema di etichette visive che permettono ai consumatori di identificare rapidamente il livello di idoneità del gioco. Oltre ai servizi menzionati, sviluppatori che scelgono di esternalizzare la localizzazione possono avvalersi delle loro capacità e le conoscenze *iper-niche* di linguisti specializzati per gestire al meglio picchi di lavoro in rispetto delle ristrette tempistiche, lasciando più spazio al design e alla programmazione.



**Figura 2.2.** PEGI: Il sistema di etichette visive utilizzate da PEGI rende immediata la  
 identificazione del *rating*

Tutti questi aspetti sono fondamentali per le aziende videoludiche che intendono entrare in un nuovo

<sup>151</sup> PEGI, *L'organizzazione PEGI*. URL: <https://pegi.info/it> (consultato il 17/01/2025).

mercato. In particolare, per un titolo di grande scala come *Cyberpunk 2077*<sup>152</sup>, la localizzazione ha rappresentato una sfida enorme: il gioco, un *open-world* con circa 1,1 milioni di parole, è stato tradotto in 19 lingue, di cui 11 hanno ricevuto un doppiaggio completo<sup>153</sup>. Un progetto di tale portata non avrebbe potuto essere gestito esclusivamente dalla casa di sviluppo CD Projekt Red. Per migliorare il controllo qualità, piuttosto che affidare l'intera localizzazione a un'unica società, lo studio ha scelto di collaborare con agenzie specializzate per ogni lingua, come sottolineato da Alexander Radkevich, project manager per la localizzazione dell'azienda<sup>154</sup>. Tuttavia, questa scelta ha comportato un aumento significativo dei costi di gestione e della complessità logistica, dovendo coordinare più team e punti di contatto. In totale, 2.456 persone hanno lavorato alla localizzazione di *Cyberpunk 2077*, di cui 20 membri del team di localizzazione interna e 1.966 attori di doppiaggio<sup>155</sup>. Anche se si considerano esclusivamente i traduttori, editor e responsabili per la revisione delle traduzioni, si contano 117 persone<sup>156</sup>.

Tuttavia, non tutte le case di sviluppo riescono a raggiungere un livello così alto di coordinamento nella gestione della localizzazione. Non è raro che le diverse versioni linguistiche di un titolo vengano affidate a studi separati, senza alcun coordinamento diretto tra i team di traduzione. Per i giochi sviluppati da studi asiatici destinati ai mercati E-FIGS, è tuttora comune adottare un processo di localizzazione che prevede una traduzione iniziale dalla lingua originale all'inglese, seguita dall'adattamento nelle altre lingue basandosi su questa versione intermedia. Questa pratica, spesso motivata da considerazioni economiche, nasce dal fatto che i servizi linguistici che coinvolgono l'inglese sono più diffusi e accessibili sul mercato, risultando quindi più convenienti in termini di costi e tempi di esecuzione. Tuttavia, questo approccio può compromettere la qualità della localizzazione finale. L'uso dell'inglese come lingua ponte introduce il rischio di perdita di sfumature culturali, alterazione del tono originale e disconnessione dalla visione narrativa degli sviluppatori. Di conseguenza, le edizioni localizzate potrebbero risultare meno fedeli all'intento originale del gioco,

---

<sup>152</sup> *Cyberpunk 2077*: videogioco sparattutto di genere ARPG sviluppato da CD Projekt RED e pubblicato da CD Projekt su più piattaforme nel 2020.

<sup>153</sup> Matt LEONE, Nearly Half of Cyberpunk 2077's 5,000-person Team Worked on Localizing the Game, polygon.com, 2025. URL: <https://www.polygon.com/gaming/506323/cyberpunk-2077-localization-data> (consultato il 17/01/2024).

<sup>154</sup> Ibidem.

<sup>155</sup> Ibidem.

<sup>156</sup> Ibidem.

incidendo sull'esperienza immersiva del giocatore e sulla coerenza interna della narrazione. Sebbene questa strategia aiuti a bilanciare il ROI del progetto riducendo i costi di localizzazione, rischia di compromettere la qualità del prodotto finale e la soddisfazione dell'utenza nei mercati di destinazione.

Sempre nello scenario in cui più agenzie di localizzazione sono coinvolte nel progetto, spesso questi non hanno la possibilità di comunicare direttamente con gli sviluppatori del gioco, aumentando il rischio di incoerenze stilistiche tra le varie lingue, o addirittura incoerenze all'interno della stessa edizione. Inoltre, raramente hanno accesso al videogioco in fase di lavorazione per questioni di riservatezza e devono basarsi esclusivamente sul materiale fornito dalla casa di produzione, che può essere frammentario e privo del contesto in cui si colloca, talvolta provvisorio. Come discusso nella sezione 1.3.7, il giocatore si orienta nel mondo di gioco attraverso due canali principali: il riconoscimento delle meccaniche di gioco e la comprensione del contesto narrativo. Mentre le meccaniche sono generalmente condivise all'interno dello stesso genere e quindi facilmente identificabili, il contesto può essere strettamente legato alle conoscenze socio-culturali del giocatore<sup>157</sup>. Senza una chiara comprensione di come gli *asset* tradotti verranno integrati nel gioco e presentati al pubblico, è difficile valutare se una traduzione tralasci o alteri elementi essenziali per la comprensione dell'esperienza videoludica.

Per far fronte a queste difficoltà ed evitare che i traduttori lavorino completamente alla cieca, si è affermata la pratica di fornire alle agenzie di localizzazione una documentazione dettagliata con informazioni precise sul *software*, la sinossi della trama, la presentazione dei personaggi e linee guida sullo stile e sulla libertà di adattamento concessa. Ad esempio, Game Science ha fornito alle agenzie di localizzazione manuali dettagliati, specificando traduzioni standardizzate per termini chiave come *loong* per long 龙<sup>158</sup> e *yaoguài* per 妖怪<sup>159</sup><sup>160</sup>. BioWare invece ha sviluppato *software* interni che riordinano automaticamente i frammenti di dialogo all'interno di schemi narrativi, aiutando i traduttori

---

<sup>157</sup> James Paul GEE, *An introduction to discourse analysis: Theory and method*, 4ª edizione. London, Routledge, 2014.

<sup>158</sup> Esiste una lunga tradizione di tradurre il termine *long* 龙, perlopiù erroneamente, come *dragon*. Le due creature mitologiche, seppure condividono l'ispirazione da animali rettili, differiscono nell'aspetto e nella simbologia culturale.

<sup>159</sup> 妖怪: anche *guiguai* 鬼怪, *shenmo* 神魔 o *yao* 妖, termine appartenente al repertorio folklore cinese. Sono strane creature trasformate da piante o animali.

<sup>160</sup> ALTAGRAM, *Black Myth: Wukong - A Localization Journey with Altagram and Game Science*, altagram.com. URL: <https://altagram.com/case-studies/black-myth-wukong-a-localization-journey-with-altagram-and-game-science/> (consultato il 29/12/2024)

ad orientarsi attraverso la storia anche quando gli script appaiono disorganizzati<sup>161</sup>.

Infine, esistono comunità di fan che si organizzano spontaneamente per realizzare patch di traduzione nelle lingue non ufficialmente supportate dal gioco. Nel contesto cinese, questi gruppi sono chiamati *hanhuazu* 汉化组 (letteralmente “gruppi di sinizzazione”), intesi come collettivi online che si occupano della traduzione in cinese di opere testuali straniere o di prodotti multimediali contenenti testi. Il loro lavoro non si limita alla semplice traduzione linguistica, ma include anche operazioni di *hacking* tecnico, adattamento culturale e diffusione dei contenuti all’interno della comunità. Tuttavia, poiché queste attività implicano la modifica non autorizzata di *software* e testi protetti da diritto d’autore, possono violare le leggi sulla proprietà intellettuale. Alcuni gruppi sono stati costretti a sciogliersi per pressioni legali, mentre in altri casi i membri hanno addirittura subito condanne penali. Nel caso del gruppo *Shuhui Hanhuazu* 鼠绘汉化组, manga giapponesi come *One Piece* e *Haikyuu!!* sono state tradotte illegalmente senza autorizzazione da parte di Shueisha per ottenere profitti tramite pubblicità. Nel 2019, il fondatore del gruppo è stato arrestato e successivamente condannato a tre anni di prigione con sospensione della pena e una multa di 80.000 yuan (circa 10.000 euro)<sup>162</sup>. Nel caso di *Black Myth: Wukong*, si è osservato un notevole entusiasmo da parte della comunità di giocatori vietnamiti, che, in assenza di una versione ufficiale in lingua vietnamita, hanno realizzato autonomamente la localizzazione della maggior parte dei testi nel giro di pochi giorni. Successivamente, hanno spinto il progetto ancora oltre, sostituendo anche gli *asset* grafici, traducendo in vietnamita le etichette dei nomi dei personaggi e le insegne sugli edifici, dimostrando la forte domanda di una versione ufficiale per il loro mercato.

---

<sup>161</sup> Chris CHRISTOW, Jenny MCKEARNEY e Ryan WARDEN, Enabling The Localization Of Large Role-Playing Games. *TRANS: rivista de traductologia* 15, 2011, p. 39-51.

<sup>162</sup> Li Jing 李菁, *weijing shouquan chuanbo Hanghaiwang zhi manhua gongsi sunshi shangqianwanyuan, nanzi bei pibu* 未经授权传播《航海王》致漫画公司损失上千万元, 男子被批捕 (uomo arrestato per diffusione illegale del manga *One Piece* che ha causato perdite economiche di oltre 10 milioni di yuan), thepaper.com, 2019. URL: [https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_5228591](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_5228591) (consultato il 04/01/2024).



**Figura 3.1.** Gruppi autonomi di *fan* hanno provveduto alla creazione di *patch* di localizzazione in lingua vietnamite, traducendo anche la grafica delle insegne

## 2.3 Le sfide della localizzazione

### 2.3.1 Sfide tecniche

Il localizzatore di videogiochi affronta una sfida multidisciplinare derivante dalla natura multimodale del medium<sup>163</sup>, dovendo costantemente bilanciare la funzione interattiva del *software* con la manipolazione dei materiali testuali e non testuali. Ciò che viene localizzato in un videogioco è definito *asset*, ovvero i diversi file non appartenenti al codice che compongono il gioco. Secondo Chandler, gli *asset* di un videogioco che necessitano la localizzazione sono suddivisi in quattro categorie principali: il testo in-game o su schermo (UI, menu, dialoghi, descrizioni di oggetti e abilità), *asset* audio (doppiaggio, effetti sonori) e cinematografici (*cutscene*, filmati animati), *asset* artistici (testi incorporati nelle immagini, segnaletica, *texture*), materiali stampati (materiali promozionali, copertine, documentazione legale)<sup>164</sup>. Tali *asset* possono subire modificazioni a vari livelli per servire

---

<sup>163</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 83-84.

<sup>164</sup> Heather Maxwell CHANDLER, *The Game Localization Handbook*. Massachusetts, Charles River Media. 2005.

lo scopo della localizzazione. Perciò, oltre a dover lavorare con testi di natura eterogenea—spaziando tra dialoghi narrativi, istruzioni d’uso, comandi di gioco, materiali promozionali e informative legali—il localizzatore deve possedere solide competenze informatiche per operare con diversi formati di file e pacchetti *software*<sup>165</sup>.

Un aspetto cruciale della localizzazione consiste nella gestione del testo su schermo. Gli *asset* tradotti sono conservati in pacchetti di file all’interno della *directory* del gioco e vengono richiamati dinamicamente dal codice, in base alle impostazioni linguistiche selezionate dal giocatore. A meno di situazioni estreme, il team di localizzazione evita di modificare il codice del gioco, poiché la programmazione di un titolo è un processo complesso che può durare anni, e l’intervento di personale non specializzato potrebbe causare errori di visualizzazione o, nei casi più gravi, compromettere l’esecuzione dell’intero *software*.

Di conseguenza, il testo tradotto deve adattarsi allo spazio predefinito dell’interfaccia utente (UI) evitando modificazioni al *layout*, anche se questi spazi potrebbero non essere sufficienti per lingue più verbose. Per esempio, mentre l’inglese e il cinese hanno una struttura compatta, lingue come l’italiano o il tedesco tendono ad avere una maggiore espansione del testo<sup>166</sup>. Secondo le *Guidelines to Design Global Solutions* di IBM, un testo inglese di 10 caratteri può espandersi in italiano fino al 200-300%, mentre per testi superiori ai 70 caratteri l’espansione media si attesta comunque intorno al 130%<sup>167</sup>. Questo problema può causare il troncamento del testo o la sovrapposizione con altri elementi grafici, compromettendo la leggibilità e l’usabilità dell’interfaccia.

Per affrontare questa sfida, i localizzatori sono spesso costretti ad effettuare una compressione testuale e ricercare soluzioni linguistiche più concise che trasmettano un significato simile (se non lo stesso significato) con un minor numero di caratteri. Gli sviluppatori, d’altra parte, possono impiegare la *internationalization* (i18n), ossia la predisposizione, già in fase di sviluppo, di font scalabili, UI flessibili e adattabili a diverse lingue, con spazi dinamici per il testo e supporto a caratteri speciali<sup>168</sup>.

---

<sup>165</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 2.

<sup>166</sup> W3C, Text size in translation, w3.org, 2007. URL: <https://www.w3.org/International/articles/article-text-size> (consultato il 01/01/2024).

<sup>167</sup> Ibidem.

<sup>168</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014, p. 101.

### 2.3.2 Sfide della tempistica

Per rispettare le scadenze del modello *sim-ship*, idealmente i traduttori iniziano il loro lavoro già durante le prime fasi dello sviluppo del gioco. In queste circostanze, il tempo a disposizione risulta inevitabilmente limitato, soprattutto se il team di sviluppo sottovaluta le difficoltà del progetto. A ciò si aggiunge la possibilità di dover lavorare su materiale incompleto o ancora soggetto a modifiche, come è accaduto nella traduzione di *Black Myth: Wukong*. Il giorno dell'uscita del gioco, nella edizione in italiano si sono riscontrate incongruenze nell'uso delle maiuscole per i nomi degli NPC e alcune brevi storie sui personaggi risultavano tradotte in modo incompleto o troppo letterale. Tali problematiche sono state corrette soltanto a distanza di mesi, grazie al rilascio di una patch scaricabile sulle piattaforme di riferimento.

Negli anni, il settore ha provato a sviluppare delle direttive per venire incontro a questa sfida. Nelle prime fasi dello sviluppo il team di localizzazione dovrebbe collaborare con chi scrive i testi per definire un calendario di lavoro condiviso. Le metodologie utili comprendono il flusso *waterfall*, in quale un'area di lavoro deve essere conclusa prima che ne inizi un'altra, o agile, in quale le varie sezioni sono indipendenti e possono essere gestite in parallelo<sup>169</sup>. Rispettare queste scadenze e “bloccare” i contenuti destinati alla localizzazione permette di risparmiare tempo e denaro, evitando la necessità di rivedere continuamente il testo a causa di modifiche tardive o mancate sincronizzazioni tra i vari reparti.

### 2.3.3 Restrizioni normative e culturali

Oltre le restrizioni già discusse, trasportare un prodotto attraverso i confini nazionali comporta una revisione dello stesso secondo tutti i possibili vincoli legali e culturali posti dal mercato di destinazione.

Numerosi Paesi si affidano a organismi di valutazione per fornire un rating preventivo in base

---

<sup>169</sup> Michaela BARTELT-KRANTZ, *Game Localization Management: Balancing Linguistic Quality and Financial Efficiency*, in Miguel Á. BERNAL-MERINO (a cura di), *TRANS. Revista de Traductología* 15, 2011, p. 86.

all'età consigliata; tra i più noti figurano PEGI in Europa, ESRB negli Stati Uniti, BBFC nel Regno Unito e USK in Germania. Queste organizzazioni, indipendenti da industria e politica, classificano contenuti (violenza, linguaggio esplicito) per proteggere i minori, ma non vietano tematiche di per sé. Sebbene nella maggior parte dei Paesi tali classificazioni siano volontarie e non abbiano forza di legge, i rispettivi governi tendono comunque ad agire in conformità, arrivare fino al blocco totale della pubblicazione di un titolo. Per aderire ai sistemi di rating, in alcuni casi lo stesso gioco viene assegnato età minime diverse a seconda dell'ente di valutazione.

La Cina, invece, ha introdotto un modello proibizionista attraverso le “Avvertenze per Età” (*shiling tishi* 适龄提示). Quest'ultime, come specificato dalla National Press and Publication Administration (*Guojia xinwen chubanshu* 国家新闻出版署)<sup>170</sup> nella Circolare pubblicata il novembre 2019<sup>171</sup>, vietano categoricamente contenuti "sessuali, sanguinosi, violenti o riguardanti l'azzardo", indipendentemente dalla fascia d'età<sup>172</sup>. Ciò ha spinto i videogiochi che mirano ad ottenere la licenza per la distribuzione nel territorio cinese ad eseguire modifiche sostanziali alla loro grafica, come ad esempio *World of Warcraft*<sup>173</sup>, che per l'edizione cinese aveva modificato scheletri in "carni putrescenti" e alterato il colore del sangue. Tuttavia, è emerso un caso particolare che riguarda proprio *Black Myth: Wukong*, l'oggetto di analisi di questa tesi. Nella versione pubblicata sulla piattaforma WeGame<sup>174</sup> per il mercato cinese, il secondo capitolo del gioco — in cui compaiono un bacino di sangue e carcasse di animali — non ha subito modifiche sostanziali rispetto alle edizioni distribuite

---

<sup>170</sup> 国家新闻出版署 è l'entità ufficiale in Cina che si occupa di si occupa della supervisione di pubblicazioni, videogiochi inclusi, nel territorio nazionale.

<sup>171</sup> National Press and Publication Administration 国家新闻出版署, *guanyu fangzhi weichengnianren chenmi wangluo youxi de tongzhi* 关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知 “Circolare per prevenire l'assuefazione dei minori ai giochi online”, nppa.gov.cn, 2019. URL: [https://www.nppa.gov.cn/xxfb/zcfg/gfxwj/201911/t20191119\\_4503.html](https://www.nppa.gov.cn/xxfb/zcfg/gfxwj/201911/t20191119_4503.html) (consultato il 13/01/2025).

<sup>172</sup> Xinhua News Agency 新华社, *jianjue ezhi chenmi, baohu qingshaonian jiankang chengzhang* — *guojia xinwen chubanshu youguan fuzeren jiu guanyu fangzhi weichengnianren chenmi wangluo youxi de tongzhi da jizhe wen* 坚决遏制沉迷, 保护青少年健康成长——国家新闻出版署有关负责人就《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》答记者问 “Fermare con decisione la dipendenza, proteggere la crescita sana dei giovani: Domande e risposte con il responsabile dell'Amministrazione statale per la stampa e le pubblicazioni in merito alla Circolare per prevenire l'assuefazione dei minori ai giochi online”, gov.cn, 2019. URL: [https://www.gov.cn/zhengce/2019-11/05/content\\_5448848.htm](https://www.gov.cn/zhengce/2019-11/05/content_5448848.htm) (consultato il 15/01/2025).

<sup>173</sup> *World of Warcraft*: videogioco MMORPG sviluppato da Blizzard Entertainment per Windows e macOS e pubblicato da Vivendi Universal nel 2004.

<sup>174</sup> WeGame è una piattaforma di distribuzione digitale sviluppata da Tencent Games, una delle aziende tecnologiche più influenti al mondo. Lanciata nel 2017, la piattaforma si concentra sul mercato cinese ed è considerata da molti la versione cinese di Steam.

sulle piattaforme mirate al mercato globale. Questo episodio mette in evidenza una certa ambiguità nei criteri di censura e revisione in Cina, dove i confini tra ciò che è accettabile o meno restano spesso poco chiari.

Le controversie circa la sensibilità culturale non sempre nascono da imposizioni legali o governative, ma talvolta provengono direttamente dai giocatori. Ogni territorio possiede valori, tradizioni e livelli di tolleranza differenti, e un contenuto ritenuto normale in un determinato contesto può risultare inaccettabile altrove. Ad esempio, in *Identity V*, la *skin The Painted Girls*, realizzata in collaborazione con il manga horror *Junji Ito Collection*, è stata rimossa dai *server* cinesi per “eccessiva crudeltà” a seguito di segnalazioni degli utenti, nonostante il gioco fosse classificato 16+. Un’altra *skin*, chiamata *Salome*, ha scatenato proteste tra alcune comunità cristiane e musulmane per la raffigurazione della testa di Giovanni Battista (nella tradizione islamica identificato come il profeta *Yahya*) come strumento del personaggio. Per arginare la contestazione, il team di sviluppo ha rimosso dalla grafica il riferimento religioso.

Questi esempi sottolineano come l’individuazione anticipata di contenuti potenzialmente controversi costituisca parte essenziale del lavoro di localizzazione. I professionisti della localizzazione, infatti, hanno anche la responsabilità di fornire consulenza al team di sviluppo circa possibili criticità culturali, consentendo di apportare modifiche appropriate prima del rilascio del prodotto. Quando gli sviluppatori individuano tali problemi soltanto in un secondo momento (ad esempio, dopo che una *skin* è stata completata e pubblicata), il rischio di dover rimuovere o riprogettare i contenuti si traduce in costi aggiuntivi e possibili danni di immagine.

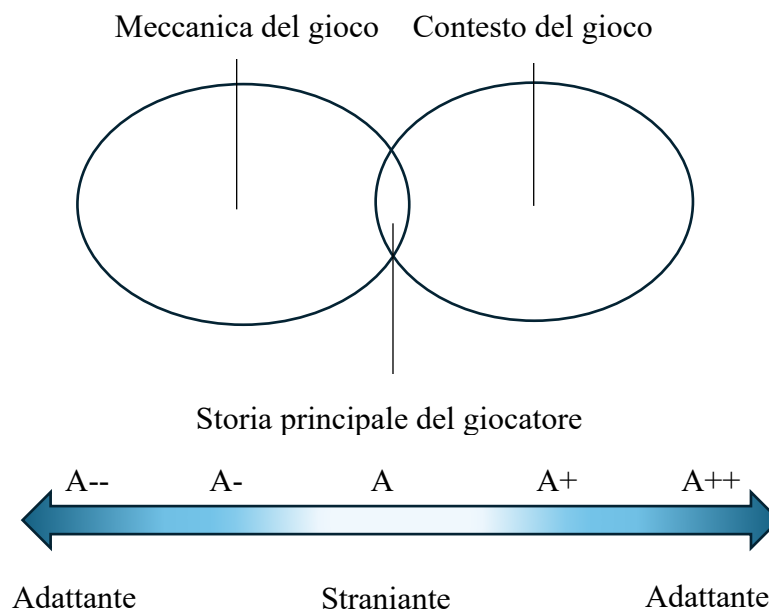
#### 2.3.4 Il modello di localizzazione

Dalle sezioni precedenti emerge come i localizzatori debbano gestire un insieme frammentario di stringhe testuali entro budget e tempistiche limitati. Tuttavia, non basta trattare singolarmente gli *asset* da tradurre, ma è essenziale inserirli in una visione globale dell’esperienza di gioco. In questa sezione, uniremo il modello duale meccanica-contesto ai vincoli che governano la pratica della localizzazione.

In primo luogo, il team di sviluppo e il team di localizzazione si concordano nella selezione di

quali *asset* tradurre in base al potenziale di mercato di ogni lingua e alle risorse disponibili, valutando se intervenire solo sull'interfaccia, sui materiali promozionali o sul packaging, oppure estendere il lavoro a gran parte dei testi di gioco, comprese le voci e gli *asset* grafici nel caso in cui si decida di modificare il comparto visivo o introdurre un doppiaggio multilingue. Una volta stabilito quali elementi localizzare, ogni *asset* viene collocato lungo la direttrice che collega la componente meccanica (comandi, regole, interfaccia) a quella contestuale (narrazione, world-building) e, se necessario, alla “storia principale del giocatore”, e viene etichettato con un attributo tra A-- a A++.

In linea massima, *asset* a cui vengono etichettati A- - e A- fruiscono di più sul riconoscimento della meccanica del gioco e necessitano di rese che mirano alla chiarezza e la facilità di comprensione. Asset A+ e A++ sono invece più strettamente collegati alla costruzione del contesto del gioco, anche se non fruiscono direttamente sulla storia principale portata avanti dal giocatore. Anch'essi necessitano di una resa che predilige la scorrevolezza e la facilità di comprensione, per far sì di non distrarre il giocatore dalla trama principale. In fine, gli *asset* etichettati con A sono quelli su cui si costruisce il fulcro della storia, e quindi sono dedicati più spazio nel gioco e nel dialogo giocatore-gioco. Perciò, sono più adatti per una strategia straniante.



In altre parole, l'obiettivo è capire quale sia il peso di ciascun *asset* nel garantire un'esperienza ludica coerente e valutare se eventuali parti non tradotte possano fungere da ancoraggio culturale o rischino invece di comprometterne la fruizione. Con questi dati, il team di localizzazione decide più efficacemente le strategie e priorità traduttive. Ad esempio, se non si localizzano *asset* artistici perché eccessivamente onerosi o legati a vincoli artistici, occorre valutare in che misura questa scelta incida sulla coerenza e lo stile generale. In definitiva, l'approccio proposto assicura che la traduzione non sia una mera trasposizione di stringhe, ma un'operazione strategica volta a preservare la completezza dell'esperienza di gioco, l'equilibrio tra *gameplay* e narrazione e l'identità del titolo e la sua fruibilità per il pubblico di arrivo.

## Capitolo 3: Studio del caso di *Black Myth: Wukong*

### 3.1 Presentazione del gioco

#### 3.1.1 *Black Myth: Wukong*

Il videogioco analizzato in questa tesi ha come titolo *Black Myth: Wukong*, gioco action ARPG sviluppato da Game Science, giovane studio cinese che ha catturato l'attenzione internazionale fin dal primo *trailer* pubblicato nel 2020. I successivi filmati promozionali hanno mostrato un ulteriore miglioramento nel comparto grafico e nel *gameplay*, suscitando grande curiosità tra i giocatori di tutto il mondo. A partire dal 20 agosto 2024, il gioco è accessibile su Playstation 5 e anche su PC, acquistabile tramite le piattaforme digitali Steam, Epic Games e WeGame, mentre la versione per Xbox Series X/S è stata posticipata a una data successiva<sup>175</sup>.

Già a cominciare dal primo *trailer*, *Black Myth: Wukong* ha dimostrato un forte potenziale commerciale per il mercato globale. Nonostante il pubblico occidentale non fosse familiare con la figura di Sun Wukong o con la mitologia cinese — e nonostante il doppiaggio dei primi tre filmati fosse solo in cinese, con sottotitoli parziali in inglese — *Black Myth: Wukong* ha comunque conquistato l'interesse globale grazie all'originale direzione artistica e a elementi di gioco fortemente ispirati a capolavori del genere come *Dark Souls*<sup>176</sup> e *Sekiro: Shadows Die Twice*<sup>177178</sup>. Il sistema di combattimento presentato in questi video, in particolare, risulta estremamente fluido e dinamico, come si può notare nello scontro con il boss *Ling Xuzi* 灵虚子 “Lingxuzi” dalla forma di lupo: i movimenti del pelo del nemico, così come l'effetto del fuoco appiccato dal protagonista, sono resi con un notevole realismo visivo. Game Science ha perseguito uno stile artistico iperrealista anche nel rappresentare il mondo soprannaturale, un obiettivo perseguito con cura maniacale: la casa di produzione ha stabilito

---

<sup>175</sup> In data 30/12/2024, la versione Xbox Series X/S di *Black Myth: Wukong* non è ancora stata lanciata.

<sup>176</sup> *Dark Souls*: serie di videogiochi ARPG sviluppata da FromSoftware e pubblicata da Bandai Namco Entertainment a partire dal 2011.

<sup>177</sup> *Sekiro: Shadows Die Twice* è un ARPG sviluppato da FromSoftware e pubblicato da Activision nel 2019.

<sup>178</sup> Luciano COFANO, *Black Myth: Wukong è il nuovo progetto di Game Science Studio*, [it.ign.com](https://it.ign.com/blackmyth-wukong/172827/news/black-myth-wukong-e-il-nuovo-progetto-di-game-science-studio), 2020. URL: <https://it.ign.com/blackmyth-wukong/172827/news/black-myth-wukong-e-il-nuovo-progetto-di-game-science-studio> (consultato il 02/01/2025).

una squadra di scansione 3D che, in oltre tre anni, ha viaggiato in oltre un centinaio di località in Cina per acquisire modelli di antiche architetture e paesaggi differenti<sup>179</sup>. Il Tempio Xiaoxitian (小西天) a Xixian (隰县), provincia dello Shanxi, è stato ricostruito digitalmente come Nuovo tempio del Tuono (*Xiao leiyinsi* 小雷音寺) nel terzo capitolo, dove il protagonista, il Prescelto (*tianmingren* 天命人), viene intrappolato in un labirinto di illusioni. Statue del Tempio Lingyin (*Lingyinsi* 灵隐寺) di Hangzhou sono state anch'esse digitalizzate e disseminate nel gioco come rovine abbandonate, simbolo di una era mitologica perduta. Persino forzieri, vasi e altri oggetti del gioco riproducono fedelmente reperti museali. Questa scelta conferisce al titolo una forte impronta culturale e genera un'interessante interazione tra il mondo virtuale e quello reale.

Sviluppato su Unreal Engine 5<sup>180</sup>, *Black Myth: Wukong* ricrea un mondo estremamente realistico e immersivo. Gli effetti particellari, l'illuminazione dinamica e i modelli dettagliati contribuiscono a un livello visivo senza precedenti. Sul piano del *gameplay*, *Black Myth: Wukong* integra un sistema di inventario e di distribuzione punti, elementi classici dei grandi titoli RPG, che consentono al giocatore di gestire le risorse raccolte e di sviluppare stili di combattimento completamente diversi, conferendo varietà e profondità all'esperienza di gioco.

Il successo commerciale è indiscutibile: il 23 agosto, ovvero a soli 3 giorni dopo il lancio, Game Science ha annunciato sui propri account ufficiali che le vendite del gioco su tutte le piattaforme hanno raggiunto un numero di 10 milioni di copie<sup>181</sup>, rendendo il blockbuster cinese uno dei giochi venduti più rapidamente al mondo; secondo i dati riportati sul sito VG Insights il 31 dicembre 2024, le vendite hanno raggiunto i 23,2 milioni di copie contando solo Steam, diventando il gioco più venduto del 2024 su questa piattaforma di distribuzione per videogiochi<sup>182</sup>.

---

<sup>179</sup> Zhao Yuqi 赵羽祺, zongtai zhuanfang heishenhua wukong zhiyuoren fengji: “doubajianxianyouchufa” 总台专访《黑神话：悟空》制作人冯骥：“斗罢艰险又出发” “Intervista esclusiva della CCTV al produttore di *Black Myth: Wukong* Feng Ji: ‘Dopo aver superato le avversità, ripartiamo ancora’”, cctvnews.cctv.com, 2024. URL: [https://content-static.cctvnews.cctv.com/snow-book/index.html?&item\\_id=7653085901326189948&toc\\_style\\_id=feeds\\_default&track\\_id=AF2ED26C-03B4-4564-8527-05015812BBF8\\_749467005971&share\\_to=qq](https://content-static.cctvnews.cctv.com/snow-book/index.html?&item_id=7653085901326189948&toc_style_id=feeds_default&track_id=AF2ED26C-03B4-4564-8527-05015812BBF8_749467005971&share_to=qq) (consultato il 12/12/2024).

<sup>180</sup> Unreal Engine 5 (UE5) è la più recente versione del celebre motore di gioco sviluppato da Epic Games. Lanciato ufficialmente nel 2021, è uno strumento avanzato per la creazione di videogiochi nonché un importante passo avanti nel campo della grafica e dell'interattività.

<sup>181</sup> Wesley YIN-POOLE, *Black Myth: Wukong Sells an Incredible 10 Million Copies in Just 3 Days*, ign.com, 2024. URL: <https://www.ign.com/articles/black-myth-wukong-sells-an-incredible-10-million-copies-in-just-3-days> (consultato il 01/01/2025).

<sup>182</sup> VG Insights, *Black Myth: Wukong – Steam Stats*, vginsights.com, 2024. URL: <https://vginsights.com/game/black-myth-wukong> (consultato il 31/12/2024).



**Figura 3.1.** Black Myth: Wukong (2024), ©Game Science: La direttiva artistica del gioco punta allo stile cinese e una grafica cinematografica

*Black Myth: Wukong* si ispira al classico romanzo cinese del XVI secolo *Il Viaggio in Occidente* (*Xiyouji* 西游记), scritto da Wu Cheng'en (吴承恩). La storia del gioco è ambientata 400 anni dopo gli eventi del romanzo e si apre con un vecchio scimmione che, ai piedi del Monte Huaguo (*Huaguoshan* 花果山), racconta ad altri simili la vicenda di Sun Wukong (孙悟空) e del suo tradimento subito dal Cielo. La scimmia antropomorfa protagonista, riferita come il “Il Prescelto”, decide di ripercorrere il percorso della leggenda per riunire le sei reliquie (*genqi* 根器) di Sun Wukong e salvare il Re Scimmia, imbattendosi in personaggi tratti dal libro come Zhu Bajie (猪八戒), ma anche figure originali frutto della creatività dei sviluppatori del gioco, nonché combattimenti mozzafiato di grande difficoltà. Il nostro protagonista, benché non fosse il vero e proprio Re Scimmia, aspira a emularne il coraggio e l'eroismo. La sua arma è l'inconfondibile bastone, impiegabile in tre diverse Pose (*gunfa* 棍法). Avanzando in questo mondo mistico, il protagonista apprende incantesimi (ad esempio la *shenwaishenfa* 身外身法 “Ciocca della Moltitudine”), acquisisce la capacità di trasformarsi in alberi o animali e raccoglie cimeli ispirati al romanzo per sconfiggere i boss. Inoltre, è

in grado di assorbire parte delle abilità nemiche, assumerne l'aspetto e impugnarne le armi.

L'opera originale, composta da cento capitoli, fonde storie popolari antecedenti alla dinastia Ming e integra elementi confuciani, buddhisti e taoisti. In chiave narrativa fantastica, il romanzo racconta l'impresa storica di Tang Xuanzang (唐玄奘), un monaco cinese della dinastia Tang, che si recò in India (allora chiamata *Tianzhu* 天竺) in cerca di testi sacri buddhisti. Per proteggerlo lungo il cammino, l'autore creò quattro discepoli con abilità straordinarie: Sun Wukong, Zhu Bajie, Sha Wujing e Bai Longma. Il racconto segue le loro avventure, costellate di scontri con mostri e divinità, e costituisce uno dei pilastri della letteratura cinese.

Grazie alla sua popolarità, *Il Viaggio in Occidente* ha generato una lunga tradizione di opere derivate, partendo da romanzi e spettacoli teatrali tradizionali nei secoli scorsi, fino a film, serie televisive, cartoni animati e videogiochi nell'epoca moderna. La prima trasposizione cinematografica nota risale al 1927, *The Cave of the Silken Web* (*Pansidong* 盘丝洞), film muto diretto da Dan Duyu, che venne proiettato anche in Norvegia<sup>183</sup>. Successivamente, in Giappone e nelle regioni di Taiwan e Hong Kong sono uscite decine di film ispirati ai personaggi, spesso incentrati sulle imprese di Sun Wukong<sup>184</sup>. In Cina continentale, tra gli anni '50 e '60 si diffusero trasposizioni animate (tra cui *Havoc in Heaven* e *Flaming Mountain*, prodotte dallo Studio di Animazione di Shanghai)<sup>185</sup>, mentre la prima grande serie televisiva live-action (*Il Viaggio in Occidente*, 1986) raggiunse un'ampia notorietà in tutta l'Asia orientale e sudorientale, pur rimanendo poco conosciuta in Occidente. Al di fuori dell'ambito cinematografico e televisivo, il romanzo ha influenzato e ispirato manga e anime di enorme fama globale, sebbene in Occidente il legame con *Il Viaggio in Occidente* sia spesso poco riconosciuto. Tra i più famosi vi sono la serie manga *Dragon Ball* di Akira Toriyama, il cui protagonista Son Goku, con il suo bastone che si allunga a comando, la abilità di volare su una nuvola d'oro e la sua coda di scimmia, presenta esplicitamente un omaggio a Sun Wukong<sup>186</sup>, e *Naruto*,

---

<sup>183</sup> “*The Cave of the Silken Web* (1927 film)”, Wikipedia, URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Cave\\_of\\_the\\_Silken\\_Web\\_\(1927\\_film\)](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Cave_of_the_Silken_Web_(1927_film)) (consultato il 04/01/2025).

<sup>184</sup> “xiyouji de yansheng zuoping liebiao 西游记的衍生作品列表” (opere collegate a *Il Viaggio in Occidente*), Wikipedia, URL: <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%A5%BF%E9%81%8A%E8%A8%98%E7%9A%84%E8%A1%8D%E7%94%9F%E4%BD%9C%E5%93%81%E5%88%97%E8%A1%A8%E7%94%B5%E5%BD%B1> (consultato il 04/01/2025)

<sup>185</sup> Ibidem.

<sup>186</sup> “Goku”, Wikipedia, URL: <https://it.wikipedia.org/wiki/Goku> (consultato il 04/01/2025).

quest'ultimo con numerosi punti nella trama che coincidono con l'opera di Wu Cheng'en e in cui esiste un personaggio che non solo somiglia a Sun Wukong nell'aspetto e nell'arma, ma condivide persino il nome. L'industria televisiva occidentale, invece, non ha mai dimostrato un grande interesse in questo titolo, con solo la produzione di una miniserie di due episodi intitolata *The Monkey King* da parte dell'emittente statunitense National Broadcasting Company (NBC), che però non ha riscosso grande successo<sup>187</sup>. Nel settore videoludico, i temi legati a *Il Viaggio in Occidente* sono stati ampiamente adottati da sviluppatori dell'Asia orientale. Tra questi, si menzionano la serie di picchiaduro arcade *Oriental Legend* (*xiyou shiezhuan* 西游释厄传) realizzata dalla IGS (International Games System) negli anni novanta, mentre NetEase ha pubblicato il MMORPG *Dahuaxiyou Online* (大话西游 Online). Nell'ultimo decennio, numerosi titoli MMORPG sviluppati da case di produzione occidentali hanno introdotto personaggi ispirati a Sun Wukong, una mossa interpretata come attento ad incontrare i gusti del crescente pubblico cinese. Ne sono esempio Wukong in *League of Legends*<sup>188</sup> e Monkey King in *Dota 2*<sup>189</sup>. Ciononostante, finora le storie di Wukong hanno trovato soprattutto consensi all'interno del mercato dell'Asia orientale e sudorientale, senza diventare un vero e proprio fenomeno culturale globale.

Con *Black Myth: Wukong*, questo lungo viaggio è arrivato a scoprire nuovi orizzonti. Il titolo non ripropone semplicemente la vicenda di Sun Wukong e del suo maestro: si presenta come un *sequel*, il quale si rivela un sentito omaggio all'immenso patrimonio letterario di *Il Viaggio in Occidente*. Oltre alla versione originale in cinese semplificato, il gioco è stato localizzato in ben 10 lingue (inglese, francese, tedesco, spagnolo, giapponese, coreano, polacco, portoghese, russo, italiano e cinese tradizionale) per andare in contro alle aspettative del mercato globale. Il successo planetario del gioco rappresenta non solo una pietra miliare per l'industria videoludica cinese, la quale, fino a ora, si era distinta principalmente per la produzione di titoli mobile, ma anche il primo esempio di un titolo per PC/console sviluppato in Cina capace di ottenere un consenso globale sia in termini di vendite sia di recensioni. *Black Myth: Wukong* ha riscosso numerosi riconoscimenti, tra cui il Gioco dell'Anno del

---

<sup>187</sup> “*The Monkey King* (miniseries)”, Wikipedia. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Monkey\\_King\\_\(miniseries\)](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Monkey_King_(miniseries)) (consultato il 04/01/2025).

<sup>188</sup> *League of Legends*: gioco *Multiplayer Online Battle Arena* (MOBA, in italiano letteralmente “Arena di Battaglia Mutigiocatore online”) sviluppato e pubblicato da Riot Games nel 2009.

<sup>189</sup> *Dota 2*: videogioco MOBA sviluppato e pubblicato da Valve Corporation nel 2013.

prestigioso Golden Joy Stick Awards, il Miglior Gioco d'Azione e Premio del Pubblico dei The Game Awards e il Gioco dell'Anno della piattaforma Steam.

### 3.1.2 Game Science

Lo sviluppatore di *Black Myth: Wukong* è *Game Science* (Youxi Kexue 游戏科学), uno studio cinese indipendente con sedi a Shenzhen e Hangzhou. Fondato nel 2014 da sette ex-dipendenti di Tencent, questo team riunisce sviluppatori che in passato avevano contribuito a *Asura Online* (*Douzhanshen* 斗战神), un MMORPG ispirato al romanzo *Il viaggio in Occidente* e basato sul libro *Wukongzhuan* (悟空传) dell'autore Jinhezai 今何在. Prima di catturare l'attenzione mondiale con *Black Myth: Wukong*, Game Science aveva pubblicato soltanto due titoli per dispositivi mobili rivolti principalmente al mercato cinese: *100 Heroes* (*Bai Jiang Xing*, 百将行) e *Art of War: Red Tides* (*Zhanzheng Yishu: Chichao* 战争艺术: 赤潮). Il primo, pubblicato nel 2015 in collaborazione con NetEase, è un gioco mobile ispirato al classico cinese *Il Romanzo dei tre Regni* che unisce strategia e elementi narrativi, mentre il secondo si tratta di un gioco strategico multiplayer in tempo reale a tema fantascientifico, lanciato sul mercato nel 2017 in collaborazione con Hero Games<sup>190</sup>.

Sul proprio sito ufficiale, Game Science descrive la propria filosofia di sviluppo come incentrata su un *gameplay* divertente, una grafica di alta qualità, un framework iterativo in continua evoluzione e, soprattutto, la capacità di “commuovere gli stessi sviluppatori”<sup>191</sup>. Questa visione si discosta da una parte rilevante dell'industria cinese dei videogiochi, dominata dai titoli mobile ad alto tasso di monetizzazione. Già nel 2007, infatti, il CEO e game designer di Game Science Feng Ji (冯骥), all'epoca impegnato nella gestione di un gioco MMO presso una piccola azienda di Shenzhen, criticava l'orientamento del settore, sostenendo che molta della progettazione videoludica si riducesse a far sì che il giocatore rimanga costantemente “incollato” al gioco, spingerlo a spendere sempre più denaro, incentivare la creazione di “fazioni” o gruppi in conflitto, alimentare l'ostilità tra giocatori e

---

<sup>190</sup> Informazioni reperibili nel sito ufficiale di Game Science. URL: <https://www.gamesci.com.cn/#gameInfo> (consultato il 05/01/2025).

<sup>191</sup> Informazioni reperibili nel sito ufficiale di Game Science. URL: <https://www.gamesci.com.cn/about.html> (consultato il 05/01/2025).

introdurre meccanismi di transazioni di valuta virtuale.

Detto questo, Game Science non considera il gioco esclusivamente dal punto di vista di uno strumento di promozione della cultura cinese. In una intervista, Feng Ji afferma che i videogiochi offrono un valore aggiunto perché attirano il pubblico tramite la componente ludica e l'immersione, lasciando che sia il giocatore stesso, stimolato dalla curiosità, a scoprire gradualmente il retroterra culturale<sup>192</sup>. Egli evidenzia come un titolo possa funzionare anche senza il supporto di una cultura preesistente: qualora l'utente non fosse a conoscenza della storia de *Il Viaggio in Occidente*, potrebbe comunque godere della qualità grafica, dell'ambientazione realistica e delle creature sorprendenti con cui interagire<sup>193</sup>.

Grazie a questa visione, unita all'esperienza accumulata con i due titoli per dispositivi mobili e al capitale ottenuto, nel 2020 lo studio ha annunciato *Black Myth: Wukong*, conquistando istantaneamente l'attenzione globale. Il *trailer* di debutto, che ha totalizzato milioni di visualizzazioni in poche ore, ha messo in luce la straordinaria qualità grafica, l'affascinante ambientazione ispirata alla mitologia cinese e un *gameplay* estremamente promettente.

Oggi, Game Science è considerato uno degli studi più promettenti della scena videoludica asiatica. Con *Black Myth: Wukong* come trampolino di lancio, l'azienda ambisce a competere con i principali titoli Tripla A a livello internazionale, puntando a consolidare la propria reputazione come pioniere dello sviluppo di videogiochi capaci di unire alta qualità, appeal globale e profonda ispirazione culturale.

### 3.1.3 Localizzazione

Come discusso in precedenza, *Black Myth: Wukong* trae ispirazione non solo dal romanzo *Il Viaggio*

---

<sup>192</sup> CCTV, mianduimian | youxi + wenhua yin he chuquan you chuhai? Zhuanfang heishenhua zhizuooren Feng Ji 面对面 | 游戏+文化因何出圈又出海? 专访《黑神话》制作人冯骥 (Faccia a faccia | Come mai “gioco + cultura” riescono a conquistare il mercato interno e quello estero? Intervista a Feng Ji, il produttore di “*Black Myth*”). URL: [https://content-static.cctvnews.cctv.com/snow-book/index.html?item\\_id=13313300110792063586&toc\\_style\\_id=feeds\\_default&module=ccnews%3A%2F%2Fapplict%2Fpage%2Ffeeds%2Fdetail%3Furl%3Dhttps%253A%252F%252Fcontent-static.cctvnews.cctv.com%252Fsnow-book%252Fin](https://content-static.cctvnews.cctv.com/snow-book/index.html?item_id=13313300110792063586&toc_style_id=feeds_default&module=ccnews%3A%2F%2Fapplict%2Fpage%2Ffeeds%2Fdetail%3Furl%3Dhttps%253A%252F%252Fcontent-static.cctvnews.cctv.com%252Fsnow-book%252Fin) (consultato il 05/05/2025).

<sup>193</sup> Ibidem.

in Occidente, ma anche da un vasto retroterra culturale composto da folclore cinese, buddhismo e taoismo. Tale approccio si traduce in un design artistico inconfondibilmente cinese, realizzato anche grazie alla scansione 3D di oltre un centinaio di siti storici nel Paese che gli sviluppatori hanno scomposto e riassembleto in chiave fantastica nel mondo del videogioco. La maggior parte dei design di nemici antropomorfi, inoltre, reincarna lo stile artistico dei personaggi del romanzo originale, *L'Investitura degli Dei* (*Fengshen Yanyi* 封神演义) e leggende locali.

La fedeltà allo spirito cinese si riflette anche nei contenuti testuali. La componente più evidente consiste nei riferimenti diretti a personaggi, luoghi e armi del romanzo: non solo compaiono figure iconiche come Erlang Shen (*Erlang Shen* 二郎神), Re Toro (*NiuMo Wang* 牛魔王), Zhu Bajie (*Zhu Bajie* 猪八戒), ma ogni capitolo si ambienta in regioni che i protagonisti del testo originale hanno attraversato. Inoltre, tra le armi più iconici figurano la Jingu Bang (*Jingu Bang* 金箍棒) del Re Scimmia, la Lancia con tre punte a doppio taglio (*SanJian LiangRen Qiang* 三尖两刃枪) e l'ascia Alta Mannaia (*Kaishan Fu* 开山斧) di Erlangshen.

Oltre a questi elementi narrativi, il gioco introduce anche concetti religiosi e filosofici di notevole complessità. Ad esempio, vengono menzionate le “sei reliquie” (*liugen* 六根) di Sun Wukong, che riprendono e rielaborano il concetto buddhista dei *diciotto dhātu* (ossia le sei basi interne, le sei basi esterne e le sei coscienze<sup>194</sup>). Un ulteriore esempio di riferimento ipertestuale è costituito dal nome originale “石苍苍”, yaoguài di rango inferiore il cui nome deriva da un passaggio dedicato alla descrizione paesaggistica<sup>195</sup>. Inoltre, si possono ritrovare un gran numero di frasi tratte direttamente dal romanzo, principalmente inserite nelle schermate di inventario. Queste citazioni in stile *baihua* 白话, ovvero lingua vernacolare tipica della dinastia Ming, arricchiscono l'ambientazione senza influire direttamente sulle meccaniche di gioco o sulla trama. Nelle conversazioni fra personaggi, inoltre, compaiono frequentemente modi di dire, *chengyu*, proverbi, nonché personaggi come il Cane Xu (*Xu Gou* 戌狗) che cita frequentemente il testo del classico Taoista I Ching 易经 “人法地，地法天，天法道，道法自然”<sup>196</sup> e possiede una parlata altrettanto arcaica, quali “察天地动静之机，探

---

<sup>194</sup> “Skandha”, Wikipedia. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Skandha#Six\\_sense\\_bases](https://en.wikipedia.org/wiki/Skandha#Six_sense_bases) (consultato il 08/01/2025).

<sup>195</sup> I due nomi derivano dal passaggio nel ventunesimo capitolo del romanzo “紫芝翳翳多青草，白石苍苍半绿苔” (Fungo violaceo spunta tra l'erba verde rigogliosa, bianche pietre emergono in un grigiore anticato, a metà coperte di muschio).

<sup>196</sup> La frase significa “L'uomo segue la terra, la terra segue il cielo, il cielo segue il Dao, il Dao segue la natura”.

日月盈虚之妙，丹可成矣”<sup>197</sup>. Queste ultime vengono però mantenute a un registro comprensibile, evitando di cadere in un’eccessiva oscurità tipica del cinese classico.

Come in molti RPG moderni, la narrazione di *Black Myth: Wukong* si sviluppa in modo frammentario, avvicinandosi all’approccio dell’*environmental storytelling* (narrazione ambientale): anziché descrivere gli avvenimenti in maniera esplicita, gli eventi e i retroscena emergono attraverso dialoghi, documenti nascosti e dettagli scenici. Il giocatore si trova di fronte all’esito finale di una serie di fatti e gode di sufficiente libertà per formulare la propria interpretazione sulle cause che hanno portato a tale situazione. Questa necessità di ricostruire attivamente la trama, se da un lato aumenta il coinvolgimento, dall’altro rende più complesso il processo di localizzazione. Per realizzare un prodotto che sia in grado di parlare a culture, lingue ed estetiche differenti, non basta affidarsi alle versioni tradotte del romanzo già esistenti o ricercare equivalenti culturali nei mercati di destinazione, poiché i riferimenti letterari, filosofici e mitologici creano un denso tessuto ipertestuale che, se non gestito con cura, rischia di sacrificare la giocabilità e la comprensione da parte di chi non ha familiarità con l’universo cinese.

Fin dal primo trailer pubblicato a livello globale, risulta evidente che Game Science mirasse sin dall’inizio a commercializzare *Black Myth: Wukong* su scala internazionale. Anche l’adozione del titolo in inglese “*Black Myth*” per il mercato globale è frutto di una campagna di sondaggio condotta su Facebook, in cui questa denominazione è risultata la più votata tra i giocatori stranieri<sup>198</sup>, dimostrando la chiara volontà di rivolgersi a un pubblico più ampio. Nel 2023, un anno prima del lancio ufficiale, Game Science ha annunciato sulla propria pagina Steam che il videogioco sarà accessibile in undici lingue (inglese, francese, tedesco, spagnolo, giapponese, coreano, polacco, portoghese, russo, cinese semplificato e cinese tradizionale), garantendo un’interfaccia e sottotitoli completi per tutte le versioni, ma con doppiaggio disponibile soltanto in cinese semplificato e in inglese. L’assenza di una versione italiana ha suscitato notevole discussione<sup>199</sup>, tanto che qualche mese

---

<sup>197</sup> La frase significa “Osservando le opportunità nei movimenti e nelle quiete di cielo e terra, indagando le meraviglie del pieno e del vuoto del sole e della luna, l’elisir potrà essere realizzato”.

<sup>198</sup> ZHANG Mingmeng 张明萌, *dizao heishenhua – zhuanfang heishenhua wukong zhizuo tuandui* 缔造黑神话——专访《黑神话：悟空》制作团队 “creare il mito oscuro: intervista esclusiva alla *team* di sviluppo di *Black Myth: Wukong*”, news.southcn.com, 2024. URL: [https://news.southcn.com/node\\_9a0a9f6069/5f0746a240.shtml](https://news.southcn.com/node_9a0a9f6069/5f0746a240.shtml) (consultato il 20/01/2025).

<sup>199</sup> Alessandro DIGIOIA, *Black Myth: Wukong non sarà localizzato in italiano*, it.ign.com, 2023. URL: <https://it.ign.com/blackmyth-wukong/204668/news/black-myth-wukong-non-sara-localizzato-in-italiano> (consultato il

dopo venne annunciata la decisione di aggiungere l'italiano e una ulteriore edizione in turco.

Non disponendo di un dipartimento interno dedicato alla localizzazione in tutte le lingue progettate, Game Science si è avvalsa della collaborazione di agenzie specializzate per provvedere ad una localizzazione in modalità *sim-ship*. Nello specifico, Transparkles, una agenzia di localizzazione basata in Shenzhen, Guangdong, ha curato le versioni in giapponese, coreano e cinese tradizionale, mentre la localizzazione verso l'inglese è stata realizzata dal dipartimento di localizzazione interno e l'agenzia Langlobal, mescolando la modalità *in-house* con l'*out-sourcing*.

In un'intervista, Liu Borui di Langlobal ha evidenziato come Game Science avesse fornito specifiche linee guida, in cui si specifica che "l'adozione di una strategia di *foreignization* (estraniante) mira a preservare il fascino unico della cultura cinese"<sup>200</sup>. Secondo Venuti, infatti, la *foreignising translation* si verifica quando il traduttore intenzionalmente altera le aspettative linguistiche e di genere della lingua di arrivo al fine di marcare l'alterità del testo tradotto<sup>201</sup>. Nel presente progetto, un esempio emblematico di questa strategia è la scelta di utilizzare "loong" anziché "dragon" e di introdurre termini come "yaoguài/guai" per le creature originarie del folklore cinese, evitando di sostituirli con "monster", "demon" o "elf", affini presenti nella tradizione occidentale che in passato erano le espressioni di scelta per i traduttori, oppure "yokai"<sup>202</sup>, un simile concetto che è già entrato a far parte del reperto linguistico inglese, ma che sprofonda le proprie radici nel folklore giapponese. Tale decisione è stata presa per correggere queste interpretazioni "addomesticate" che alterano la percezione culturale<sup>203</sup>. Ciononostante, non è stato possibile applicare la strategia di *foreignization* in modo uniforme a tutti i testi. L'obiettivo, piuttosto, è stato trovare un punto di equilibrio: come ha spiegato Liu, la sua squadra ha investito molte energie nel bilanciare la fedeltà allo stile originale con

---

14/01/2025).

<sup>200</sup> ZENG Dawei 曾大为, heishenhua wukong yingwen bendihua de beihou gushi 《黑神话：悟空》英文本地化的背后故事 “la storia dietro la localizzazione in inglese di *Black Myth: Wukong*”, news.qq.com, 2024. URL: [https://news.qq.com/rain/a/20240924A09EKE00?suid=&media\\_id=](https://news.qq.com/rain/a/20240924A09EKE00?suid=&media_id=) (consultato il 14/01/2025).

<sup>201</sup> Lawrence VENUTI, Translation as Cultural Politics: Régimes of Domestication in English, in Mona BAKER (a cura di), *Critical Readings in Translation Studies*. London/New York: Routledge. 65-79., 75

<sup>202</sup> *yōkai* 「妖怪」 (*yō* “stregoneria” e *kai* “apparizione misteriosa”), creature magiche e spaventose che appartengono al mondo della mitologia giapponese. URL: <https://www.tradurreilgiappone.com/2019/02/26/yokai-mostri-giapponesi/> (consultato il 17/01/2025).

<sup>203</sup> ZENG Dawei 曾大为, heishenhua wukong yingwen bendihua de beihou gushi 《黑神话：悟空》英文本地化的背后故事 “la storia dietro la localizzazione in inglese di *Black Myth: Wukong*”, news.qq.com, 2024. URL: [https://news.qq.com/rain/a/20240924A09EKE00?suid=&media\\_id=](https://news.qq.com/rain/a/20240924A09EKE00?suid=&media_id=) (consultato il 14/01/2025).

l'esigenza di mantenere il gioco accessibile e coinvolgente<sup>204</sup>. Un esempio emblematico è la traduzione delle poesie e dei testi letterari presenti nel gioco: alcuni sono citazioni dirette di classici cinesi, altri sono creazioni originali di Game Science. Tradurli in inglese ha richiesto non solo una precisione semantica, ma anche la preservazione di rime, ritmo e struttura poetica. Inoltre, poiché il gioco include un doppiaggio in inglese, la squadra ha dovuto adattare i dialoghi alle esigenze performative: sono stati ottimizzati tono, velocità del parlato e persino accenti per garantire che le battute suonassero naturali e drammaticamente efficaci nella versione localizzata. “Non basta tradurre le parole—bisogna tradurre l'emozione”, ha sottolineato Liu<sup>205</sup>.

L'agenzia tedesca Altagram ha invece ricevuto l'incarico di localizzare il gioco nelle altre lingue europee (francese, italiano, tedesco, spagnolo, polacco, russo, portoghese brasiliano) a partire dalla versione inglese, lavorando su oltre un milione di parole nell'arco di dieci mesi. Un ruolo chiave è stato svolto dalla consulente di cultura cinese Xuan Pan, che ha fornito supporto costante per far sì che le traduzioni seguano la visione di Game Science di “*authentically convey Chinese culture*”<sup>206</sup>.

Oltre alle agenzie già menzionate, come si evince dalla lista dei ringraziamenti a fine gioco, hanno lavorato anche le agenzie transjoiing e keywords, più una squadra di linguisti specializzati per la revisione delle diverse versioni. Ciononostante, il processo di traduzione non è stato privo di difficoltà. In un'intervista, il producer Feng Ji ha ammesso che, non avendo esperienze pregresse di pubblicazione su scala internazionale, Game Science aveva inizialmente sottostimato la complessità del lavoro di localizzazione<sup>207</sup>. La pianificazione riservava soltanto un mese finale al processo di traduzione, revisione e implementazione, un lasso di tempo del tutto insufficiente per un progetto di tale portata (normalmente compreso tra 9 e 12 mesi). A un mese dal lancio, i gruppi di localizzazione hanno ricevuto la versione finale del corpus testuale, e il giorno dell'uscita molti testi relativi alle storie di numerosi yaoguài risultavano ancora non tradotti, sostituiti da *placeholder* in inglese e una

---

<sup>204</sup> Ibidem.

<sup>205</sup> Ibidem.

<sup>206</sup> Altagram, *Black Myth: Wukong - A Localization Journey with Altagram and Game Science*, altagram.com, 2024. URL: <https://altagram.com/case-studies/black-myth-wukong-a-localization-journey-with-altagram-and-game-science/> (consultato il 14/12/2024).

<sup>207</sup> ZHANG Mingmeng, duihua heishenhua wukong zhizhuren Fengji: ni zai zixin zhi dian shi, ye zai yumei zhi yuan 对话《黑神话：悟空》制作人冯骥：你在自信之巅时，也在愚昧之渊 “Quando raggiungi l'apice della fiducia, ti trovi anche nell'abisso dell'ignoranza”, news.southcn.com, 2024. URL: [https://news.southcn.com/node\\_9a0a9f6069/1f66-dc2cf5.shtml](https://news.southcn.com/node_9a0a9f6069/1f66-dc2cf5.shtml) (consultato il 02/01/2025).

nota di scuse. Anche nel corso dell'ultima settimana di test prima del lancio destinata ai media, la versione in inglese era incompleta, condizionando negativamente alcune recensioni che, per la scarsità di contenuti narrativi, hanno definito il gioco un semplice *boss rush* con un comparto artistico sprecato.

### 3.2 Metodologia applicata

Come già discusso, i videogiochi possono essere considerati una sorta di conversazione a turni tra il giocatore e il sistema<sup>208</sup>. Il giocatore manovra l'*avatar*, vale a dire la sua controparte virtuale, per muoversi all'interno e interagire con il mondo del gioco. Il flusso di informazioni forniti dal gioco sono programmate nella fase di sviluppo dai game designer e salvati sotto forma di vari *asset*. Queste risorse vengono poi lette dal codice attraverso precise "chiamate di lettura" che attingono dalla cartella il file richiesto in uno specifico momento e lo utilizzano correttamente per trasmettere informazioni al giocatore attraverso schermo e audio, impiegando diversi canali mediali. In tal modo, il giocatore può riconoscere l'*avatar*, individuare e sfruttare correttamente le *affordance*, e contribuire, insieme al gioco, alla costruzione della narrazione.

Per comprendere come questi *asset* vengano localizzati in *Black Myth: Wukong*, si adotta un modello che colloca le informazioni lungo uno spettro che va dagli elementi maggiormente legati alle meccaniche e ai comandi (polo sinistro), fino a quelli di contesto più prettamente narrativo o decorativo (polo destro). Man mano che un'informazione si colloca più vicina al polo di sinistra risulta maggiormente legata all'operatività e gli aspetti tecnici dei comandi, mentre spostandosi verso il polo di destra assume le caratteristiche di un elemento ambientale non interattivo. Per assicurare la realizzazione dell'esperienza, tali aspetti si intrecciano in modo integrante per inserire a metà strada gli elementi di "storia principale del giocatore", realizzabile solo attraverso l'azione attiva dell'utente. Da ciò si evince che non tutti gli *asset* possiedono la medesima rilevanza funzionale all'interno del dialogo uomo-macchina: alcuni risultano fondamentali per la costruzione dell'identità dell'*avatar*,

---

<sup>208</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 8.

ovvero, dell'identità impersonata dal giocatore all'interno di questa esperienza immersiva, altri invece si limitano ad accrescere l'immersività senza influenzare le decisioni del giocatore (ad esempio le *texture* decorative).

L'obiettivo di questo elaborato è di identificare come tale struttura dinamica viene ricreata nelle versioni localizzate in lingua inglese e italiano. Questo studio di caso adotta un'analisi qualitativa delle strategie di traduzione messe in atto nelle edizioni in inglese e italiano, confrontandole con la versione originale in cinese. Si procede dapprima a esaminare gli *asset* non localizzati (come gran parte di quelli audio, cinematografici e grafici), valutando le motivazioni di questa scelta. Successivamente, ci si concentra sugli *asset* localizzabili, riorganizzati secondo la tassonomia proposta da Chandler<sup>209</sup>, ma adattata alle specificità di *Black Myth: Wukong*. Questi comprendono il doppiaggio in lingua inglese e gli *asset* testuali, ulteriormente suddivisi in base alla funzione o al ruolo narrativo (nomi di NPC, descrizioni di oggetti, brevi storie dei personaggi, dialoghi, canzoni e poesie). L'analisi si sofferma in particolare sui nomi degli NPC (203 in totale, suddivisi in 4 categorie) e sul materiale testuale e il doppiaggio in lingua inglese che nel secondo capitolo contribuisce alla costruzione del personaggio Bodhisattva Lingji, approfondendo come la localizzazione abbia operato un uso flessibile di strategie di domesticazione e di estraniamento. Si esamina inoltre come il diverso *workflow* (doppiaggio vs. testo, inglese vs. italiano) abbia influito sulle scelte traduttive.

Va specificato che la presente ricerca si riferisce alla versione Steam in cinese, inglese e italiano. Alcune modifiche introdotte dalla release di WeGame per la Cina continentale, come la sostituzione di *jiu* 酒 “vino” con *qiongjiang* 琼浆 “nettare pregiato” e *ganlu* 甘露 “rugiada divina” e la rimozione di parti ossee dal boss nel quinto capitolo, non rientrano nella analisi, in quanto funzionali all'ottenimento della licenza per il mercato interno e non connesse alle strategie di localizzazione dirette al pubblico internazionale.

Attraverso questo approccio, si mira a mostrare come il team di localizzazione di *Black Myth: Wukong* gestisca diversamente i vari tipi di *asset*, tenendo conto del posizionamento di ciascuno lungo lo spettro meccanica–contesto e delle esigenze specifiche di ogni lingua. L'obiettivo è comprendere come la localizzazione possa sia mantenere la coerenza narrativa dell'opera, sia garantire un'adeguata

---

<sup>209</sup> Heather Maxwell CHANDLER, *The Game Localization Handbook*. Massachusetts, Charles River Media. 2005.

fruibilità a un pubblico linguistico e culturale eterogeneo.

### 3.3 Analisi con esempi

Questa sezione verte sulla analisi degli *asset* impiegati nel gioco *Black Myth: Wukong*, accompagnati da esempi pratici tratti dalle versioni nelle lingue cinese, inglese e italiano, in riferimento alla loro collocazione nel modello proposto nella sezione 2.3.4., al fine si esaminare le scelte di localizzazione adottate. Si inserisce uno studio sulla resa dei nomi degli NPC, per evidenziare come questi *asset* non solo possono essere inseriti nel modello in base alla loro tipologia, ma, esaminandoli a livello di singola “stringa”, è possibile collocarli all’interno del modello in modo ancora più mirato, identificandone la distanza con il fulcro dell’esperienza videoludica. Si prende in esame, inoltre, la costruzione del personaggio Bodhisattva Lingji nel secondo capitolo del gioco tramite i diversi tipi di testi tradotti, per sottolineare il modo in cui la natura multicanale del videogioco si rispecchia nelle scelte di localizzazione.

Nella tabella si riportano gli *asset* del gioco, suddividendoli in categorie secondo la funzione e, nel caso dei testi diegetici, in base alla loro tipologia testuale (lirica di canzone, poesia ecc.). Sono stati inseriti anche il livello di comprensibilità dell’*asset* per determinarne la necessità di localizzazione, insieme ad un attributo che indica la collocazione dell’*asset* nel modello duale. Si osserva che la scelta di localizzare il materiale o meno dipende principalmente sul grado di comprensibilità, ma nel caso della colonna sonora e dei video e della grafica, si è scelto di non apportare alcuna modifica. Occorre notare inoltre che lo stesso tipo di *asset* non corrisponde ad un attributo singolo, oppure in altre parole, non si situa in un punto specifico nel modello, ma in una fascia più o meno ampia.

Si è scelto di includere nell’analisi anche gli *asset* che non sono stati localizzati, per studiare la loro funzione nell’esperienza videoludica in relazione con quelli localizzati, bilanciando l’accessibilità commerciale con lo stile artistico-culturale della versione in cinese<sup>210</sup>.

---

<sup>210</sup> Jorge Díaz CINTAS (a cura di), *New Trends in Audiovisual Translation*. Multilingual Matters, 2009.

Asset	Subcategorie	Comprensibilità universale	Attributo	localizzazione
Testuali ( <i>in-game</i> )	Interfaccia Utente (UI)	Bassa	A-	X
	Tutorial	Bassa	A--	X
	Messaggi del sistema	Bassa	A--	X
	Descrizioni di menu	Bassa	A-	X
	Descrizioni di oggetti, abilità, incantesimi, accessori ecc.	Bassa	A- o A+	X
	Nomi di oggetti, NPC, abilità, incantesimi, accessori, ecc.	Bassa	A, A+, A++	X
	Sottotitoli	Bassa	A, A+, A++	X
	Lirica canzoni	Bassa	A, A+, A++	X
	Poesie	Bassa	A+, A++	X
	Storie	Bassa	A+, A++	X
Audio	Doppiaggio	Bassa	A, A+, A++	Inglese
	Colonna sonora	Media	A++	
	Effetti sonori e suoni ambientali	Alta	A- o A+, A++	
Artistici	<i>Cutscene</i>	Alta	A	
	Video	Media	A+	
	Grafica	Media	A, A+, A++	
	Grafica (testi)	Bassa	A, A+, A++	
Materiali Stampati	-	Bassa	A--	X

### 3.3.1 Colonna sonora

Il *corpus* musicale di *Black Myth: Wukong* comprende 72 brani originali, distribuiti strategicamente tra i momenti finali del gioco, le fasi di combattimento (dove fungono da sottofondo), alcune *cutscene* volte a enfatizzare l'atmosfera, i brani conclusivi di ogni capitolo e, infine, c'è il canto folkloristico dello Shaanxi del nord (*Shanbei Shuoshu* 陕北说书) intonato dal Monaco senza testa (*Wutou Sengren* 无头僧人) inserito come elemento diegetico nel secondo capitolo. Queste musiche che spaziano dall'uso di archi occidentali per ricreare epicità sinfonica, fino a strumenti tradizionali cinesi come *suona* 唢呐 o *sanxian* 三弦, non sono state modificate in nessuna delle edizioni internazionali, in linea con la prassi dell'industria videoludica. Le musiche e le canzoni facenti parte della colonna sonora, infatti, sono raramente modificate o localizzate per le versioni per lingue diverse, poiché tali interventi comporterebbero costi e complessità elevati<sup>211</sup>, oltre a possibili problemi legati a diritti e licenze. Riarrangiare o sostituire le tracce richiederebbe nuove autorizzazioni e competenze, superando la portata di normali progetti di localizzazione (che si concentrano perlopiù su testi e doppiaggi). Inoltre, la musica svolge una funzione universale e non influenza la comprensione diretta delle meccaniche o della trama, ma fa parte dell'identità artistica di un videogioco: alterarne in modo radicale le sonorità potrebbe comprometterne l'atmosfera e la coerenza originarie.

Proprio la diversità stilistica rende la colonna sonora di *Black Myth: Wukong* particolarmente interessante: vi si trovano brani moderni e altri costruiti su elementi etnici cinesi, il che permette a giocatori cinesi e stranieri di relazionarsi facilmente con la musica, percependone al contempo la componente esotica e di identità culturale. Un esempio emblematico è la musica di sottofondo intitolata *Non è malaccio*<sup>212</sup> che accompagna il combattimento contro il nemico Non-Bianco (*Bubai* 不白) nel terzo capitolo: rielabora il *Pure Land Rebirth Mantra* (*wangshengzhou* 往生咒) buddhista, fondendo canti monastici a ritmi di percussioni tradizionali, dando vita a uno stile musicale inconfondibile e profondamente legato all'estetica del gioco. Mentre per il pubblico cinese i

---

<sup>211</sup> Alexander THAYER e Beth E. KOLKO, "Localization of digital games: the process of blending for the global games market", *Technical communications*, 51, 4, 2004, pp.477-488.

<sup>212</sup> Nome del titolo nella versione cinese: wo ye qu dang ge tianmingren wanwan 我也去当个天命人玩玩 (letteralmente "Anch'io voglio provare a fare il Prescelto e divertirmi un po").

riferimenti strumentali attivano una memoria culturale condivisa, Per il pubblico globale l'impalcatura sinfonica funge da ponte cognitivo, mentre gli elementi etnici assolvono una funzione esotizzante non intrusiva.

### 3.3.2 Effetti sonori e suoni ambientali

Questi elementi acustici svolgono una funzione sia espressiva sia informativa, contribuendo a rafforzare il realismo e l'immersione all'interno del mondo di gioco. Per esempio, rumori di passi, colpi o raffiche di vento aiutano a creare un'esperienza più coinvolgente e credibile, il suono di un impatto funge da feedback e può segnalare l'efficacia di un colpo nel combattimento. Il loro scopo è, dunque, incrementare l'interattività e offrire indicazioni uditive utili al *gameplay*. Trattandosi di suoni perlopiù universali, non necessitano di interventi di localizzazione.

### 3.3.3 *Cutscene* e video

In *Black Myth: Wukong* si fa ampio uso di *cutscene* CGI (immagini generate dal computer). Si tratta di brevi sequenze animate, della durata di pochi secondi o alcuni minuti, che interrompono temporaneamente l'azione di gioco per coinvolgere il giocatore come semplice spettatore. Queste sequenze possono comparire tra una sezione e l'altra di gioco, con il compito di esporre la trama o approfondire la narrazione. Talvolta, possono attivarsi anche durante un combattimento, al fine di enfatizzare momenti di grande impatto drammatico. Le *cutscene* introducono personaggi, ambientazioni e atmosfera, guidano lo sviluppo narrativo, forniscono informazioni generali e regolano l'andamento del tempo nel mondo di gioco<sup>213</sup>. Inoltre, creano una sorta di intermezzo cinematografico che offre un montaggio e una complessità consoni alle esigenze del racconto. In sintesi, svolgono tanto una funzione pratica (avanzamento della trama, chiarificazione di eventi e situazioni) quanto una funzione estetica (immersione, ritmo, impatto emotivo).

---

<sup>213</sup> Jonas Heide SMITH, Susana Pajares TOSCA e Simon EGENFIELD-NIELSEN. *Understanding video games: the essential introduction*, New York/London, Routledge, 2008.

Un aspetto particolare di *Black Myth: Wukong* sono i video che appaiono alla fine di ogni capitolo. Queste brevi clip di fine capitolo possono essere direttamente collegate agli eventi e ai personaggi del capitolo appena concluso, oppure rappresentate in forma di parabola o racconto allegorico, a illustrare una morale o un pensiero filosofico. Per esempio, al termine del primo capitolo, dopo aver sconfitto il boss, il giocatore assiste a un cortometraggio che rievoca la storia giovanile di Jinchi e Guài Orso nero (*Heixiongjing* 黑熊精), i due NPC incontrati nel primo capitolo: il primo, dedito alla pratica buddhista, diventa col tempo un venerabile monaco, ma finisce travolto dalla sua stessa avidità, giungendo al suicidio nelle fiamme del tempio di Guanyin. Ciascun cortometraggio vanta uno stile artistico specifico e riveste una funzione sia di riepilogo narrativo sia di approfondimento culturale, consentendo al giocatore di ripensare agli eventi, capire meglio i rapporti fra i personaggi e apprezzare maggiormente la profondità artistica e simbolica dell'opera.

Quanto alla localizzazione di questi *asset*, Game Science ha scelto di localizzare il doppiaggio e i sottotitoli, senza tuttavia alterarne l'apparato visivo e acustico.

### 3.3.4 Grafica

Nella terminologia tecnica del *game design*, gli *asset* grafici comprendono l'insieme di elementi visivi codificati come modelli poligonali, *texture* e immagini bitmap integrati nel motore di gioco. Questa categoria include sia elementi diegetici come ambientazioni, modelli di personaggi e oggetti interagibili, che componenti non diegetici, quali le interfacce utente (UI), indicatori di stato ed effetti particellari.

In genere, la localizzazione non interviene su questa porzione di contenuti, fatta eccezione per la decisione di modificare il contesto spazio-temporale del gioco o l'esigenza di conformarsi a differenti normative di classificazione nei vari Paesi. Nel caso di *Black Myth: Wukong*, tali *asset* non sono stati alterati in alcuna edizione linguistica disponibili su Steam e PlayStation 5.

Tra gli *asset* grafici figurano anche testi intradiegetici, ovvero scritte integrate nello spazio di gioco percepibili sia dal giocatore che dall'*avatar*. Un esempio significativo è il carattere luminoso *ding* 定 “paralisi”, che appare quando si esegue la magia di Paralisi, immobilizzando il nemico. Il

design ricorda il carattere *wei* 危 “pericolo” di *Sekiro: Shadows Die Twice*, la quale indica un attacco *unblockable* in arrivo, segnalando al giocatore la necessità di un’azione difensiva specifica. *Sekiro* impiega un sistema di molteplici *kanji* legati a meccaniche avanzate che è stato preservato integralmente per tutte le edizioni, generando potenziale confusione per giocatori non giapponesi. Nel caso di *Black Myth: Wukong*, la scelta di non tradurre 定 non compromette la comprensione da parte del giocatore, poiché l’introduzione del simbolo è accompagnata da una *cutscene* esplicativa e tutorial testuali. La grafica del carattere integra effetti visivi (bagliore, animazione) e sonori (risonanza magica) che ne chiariscono la funzione senza traduzione. Un’altra ragione risiede nel fatto che questo carattere è associato a un singolo meccanismo, la Paralisi, a differenza di sistemi complessi come in *Sekiro: Shadows Die Twice*, dove il maggiore numero di *kanji* richiedono un ulteriore sforzo mnemonico. Inoltre, dato il fatto che l’*avatar* stesso vede il carattere, la sostituzione con una parola in altra lingua (es. “paralisi” o “immobilize”) avrebbe creato un effetto di dissonanza nel contesto del gioco, rischiando un tono addirittura comico

Lo stesso principio di preservazione vale per i caratteri calligrafici *desheng* 得胜 “vittoria” che compaiono a schermo per segnalare la vittoria sul boss, così come per i nomi dei boss principali, presentati in calligrafia artistica. In quest’ultimo caso, le edizioni localizzate si limitano ad aggiungere sottotitoli tradotti, lasciando invariati i testi originali. Tale decisione risponde all’esigenza di mantenere un minimo livello di “estraniamiento”, favorendo al contempo l’associazione di questi elementi all’identità culturale cinese, in punti del gioco in cui non risulta pregiudicata la comprensione del contenuto.



**Figura 3.2.** *Black Myth: Wukong* (2024), © Game Science (a sinistra): il carattere che segnala la

magia della Paralisi viene mantenuto per le edizioni localizzate, diventando una àncora dello sfondo culturale del gioco; *Sekiro: Shadows Die Twice* (2019), © Activision (a destra): il gioco integra un sistema di kanji per fornire indizi di combattimento.



**Figura 3.3.** *Black Myth: Wukong* (2024), © Game Science: Il nome del nemico Guài orso nero (*heixiongjing* 黑熊精) è stato mantenuto per le versioni localizzate, integrandolo con un sottotitolo.



**Figura 3.4.** *Black Myth: Wukong* (2024), © Game Science: La calligrafia artistica è stata mantenuta invariata nelle versioni localizzate.

### 3.3.5 Asset testuali

- **Interfaccia Utente (UI):** Gli elementi dell'UI possono essere all'interno del gioco, visibili sia dal

giocatore che dall'*avatar*, oppure fuori dal gioco se sono visibili solo al giocatore. Allo stesso tempo, possono essere parte della narrazione o elementi esterni. Comprendono le opzioni menu, le icone, i testi all'interno di finestre *pop-up*, i *label* all'interno dello spazio del gioco che con cui il giocatore può interagire per iniziare una conversazione con un NPC o aprire uno scrigno. Sono caratterizzati da testi molto brevi che danno informazioni precise riguardo le azioni possibili, gli attributi del Prescelto, l'equipaggiamento selezionato, il nome del nemico che si sta affrontando ecc., usando un linguaggio pragmatico con enfasi sulla brevità e la chiarezza e scelta di terminologia specifica per gli ARPG.

- **Tutorial:** Testi informativi che guidano il giocatore nell'apprendimento di comandi di base. Lo stile linguistico è conciso e facilmente comprensibile, utilizzando terminologia specifica per il dispositivo utilizzato (PC o console). Come illustrato negli esempi sottostanti, in entrambe le edizioni localizzate della prima frase si è scelto di omettere l'informazione *kaishi* 开始 “inizio”, senza tuttavia compromettere la chiarezza del messaggio. Nella seconda frase, il testo in cinese usa il termine *dadou* 打鬥 “combattere”, una alternativa arcaica che corrisponde all'espressione *zhandou* 战斗 “combattere”, più comunemente usata nei videogiochi di azione. Le versioni localizzate scelgono di omettere questa sottile differenza, scegliendo soluzioni più generiche. Nella traduzione di questa tipologia testuale, è importante rispettare sia le convenzioni del linguaggio tecnico sia i vincoli di spazio propri dell'interfaccia.

Testo in cinese	Testo in inglese	Testo in italiano
按任意键开始	Press Any Button	Premi un Tasto Qualsiasi
打鬥中，按 X 使出	In combat, press X to use	In combattimento, premi X per usare

- **Messaggi del sistema:** Messaggi generati dal sistema e avvisi. Questi testi ricorrono ad un linguaggio e alla terminologia tecnica relativa alla piattaforma utilizzata.

- **Descrizioni nei menu:** Questi sono testi informativi che spiegano la funzione delle varie opzioni

menu, come impostazioni grafiche, audio e comandi, ma possono anche includere elementi più strettamente connessi al *gameplay*, come le opzioni del *checkpoint* che nel gioco viene rappresentato dai santuari del Custode (*tudimiao* 土地庙). La tabella riporta esempi da entrambi i gruppi. La prima frase non è un elemento diegetico, e dunque non coinvolge alcun elemento ritrovabile all'interno del gioco. La seconda e la terza frase, invece, sono esempi di descrizioni più strettamente legate alle meccaniche di gioco. Particolarmente significativa è la struttura linguistica della terza, in cui compaiono le due espressioni quadrisillabiche *huanyuan shenti, buman hulu* 还原身体, 补满葫芦 (letteralmente “ripristina il corpo, riempi il fiasco” a sottolineare il carattere conciso e d'effetto dello stile, seguite da *yinchu shanzhong yaoguai* 引出山中妖怪 (letteralmente “attirare fuori gli yaoguài dalla montagna”), che è più narrativo e suggerisce l'idea di “evocare” o “risvegliare” le creature dal loro habitat naturale. È tipico di un linguaggio immersivo, che cerca di dare enfasi al contesto (il mondo creato da *Black Myth: Wukong*) e all'azione che scatena la loro comparsa (riposare al santuario del Custode). In tutte e tre le frasi, si nota che le versioni localizzate scelgono di adottare uno stile diretto e chiaro, con termini specifici ma semplici, neutralizzando la vena narrativa e il *realia* “妖怪” con “enemies” e “nemici”. L'unico elemento stilistico che viene mantenuto è la virgola nel testo inglese “*Fully restores your conditions, and replenishes your gourd*” che cerca di ricreare il ritmo del testo in cinese. Questa scelta non viene ricreata nel testo italiano, che sceglie invece una resa scorrevole e di immediata comprensione.

Testo in cinese	Testo in inglese	Testo in italiano
开启后,将翻转视角的水平旋转方向 (仅限鼠标)。	Invert the horizontal rotation direction of your camera (mouse only).	Inverti la direzione della rotazione orizzontale della visuale (solo mouse).
确定要使用该物品吗?	Are you sure you want to use this item?	Vuoi davvero utilizzare questo oggetto?
还原身体,补满葫芦,同时会引出山中妖怪	Fully restores your conditions, and replenishes your gourd. Enemies will also respawn.	Ripristina completamente le tue condizioni e riempi il tuo fiasco. I nemici si rigenerano.

- **Descrizioni di armi, accessori, oggetti, abilità:** In *Black Myth: Wukong*, tali testi compaiono nelle schermate di inventario o assegnazione punti e forniscono sia informazioni funzionali (ad esempio, danno, resistenza, bonus) sia dettagli atmosferici per aggiungere contenuto al contesto del gioco. Il giocatore sfrutta queste indicazioni per potenziare l'equipaggiamento e le abilità del Prescelto, adeguando strategie di combattimento e stili di gioco. Poiché questi elementi si focalizzano principalmente sul combattimento e la allocazione delle risorse invece della narrazione principale, posizioniamo questo tipo di testo all'interno della "sfera meccanica" del gioco con un attributo A-. La localizzazione di tali testi predilige la chiarezza e la scorrevolezza, senza cercare di mantenere il registro al livello della versione originale.

Testo in cinese	Testo in inglese	Testo in italiano
<p>少许增加<u>轻棍终结式</u><sup>214</sup>的伤害；若在水中打斗，效果大大增强</p>	<p>Moderately increase the Damage of <u>Light Attack Combo finishers</u>.</p> <p>The effect is massively enhanced when fighting in water.</p>	<p>Aumenta discretamente l'attacco dei <u>colpi finali delle combinazioni Attacco leggero</u>; l'effetto migliora notevolmente quando si combatte in acqua.</p>
<p>兜率天宫，老君仙丹，可大增<u>气力</u>上限</p>	<p>A miraculous pill refined by Lord Lao from the Tushita Palace that massively increases <u>Maximum Stamina</u>.</p>	<p>Una pillola miracolosa raffinata da Lord Lao dal Palazzo Tushita, che aumenta notevolmente il <u>vigore massimo</u>.</p>
<p>虫病风死，蜕化无成，其色自白。可用于炼制丹药。</p>	<p>These are the remnants of silkworm larvae, stricken by the white blight and left to wither. Unfulfilled in their transformation, they bear their natural pallor.</p>	<p>Resti di una larva di baco da seta, colpita da una bianca malattia e lasciata ad avvizzire. Non ha completato la sua mutazione e ne porta il naturale pallore.</p>

<sup>214</sup> I testi sottolineati nella tabella sono evidenziati con un colore diverso nella schermata del gioco.

Il primo esempio riguarda la descrizione del “Bastone dei serpenti gemelli”, un’arma di base realizzabile verso la fine del primo capitolo. Qui lo stile è conciso e chiaro, privo di riferimenti culturali complessi che potrebbero complicare la traduzione. Da notare che nella versione inglese, l’espressione “*Light Attack Combo*” utilizza le iniziali maiuscole per evidenziare la specificità del termine, mentre nell’edizione italiana si è scelto di mantenere la maiuscola soltanto per la prima lettera di “Attacco”: una differenza dovuta alle convenzioni di scrittura e nell’uso dei titoli e delle denominazioni specialistiche tra i due *locale*.

La seconda frase illustra la Pillola nonaria celeste (*jiuzhuan jindan* 九转金丹), un oggetto utile per modificare gli attributi del Prescelto e potenziarne le capacità in combattimento. Oltre a fornire indicazioni sulle sue funzioni, il testo ne descrive sinteticamente l’origine, impiegando due strutture quadrisillabiche tipiche dello stile letterario cinese. *Doushuai tiangong* 兜率天宫 (letteralmente “il Palazzo celeste Tushita”) nasce dall’aggiunta del carattere *tian* 天 “celeste” nel nome originale *doushuaigong* 兜率宫 “Palazzo Tushita”, mentre *laojun xiandan* 老君仙丹 “pillola di Laojun” ricorre all’omissione della particella 的. Tale predilezione per le costruzioni quadrisillabiche risponde all’esigenza di concisione ed efficacia espressiva: la loro forma regolare e il ritmo armonioso nella pronuncia le rende facilmente memorizzabili, garantendo un certo impatto retorico. In entrambe le traduzioni (inglese e italiano) si è optato per un registro meno arcaico, privilegiando la chiarezza e la scorrevolezza.

La terza frase descrive l’ingrediente “Baco da seta avvizzito” (*baijiang* 白僵), ricorrendo nuovamente a costruzioni quadrisillabiche. A causa dell’elevata densità informativa di questo testo, nei due adattamenti tradotti si è scelto di omettere la frase finale sulle modalità d’impiego, limitandosi alla parte narrativa: trovandosi infatti nella sezione “materiali” della schermata di magazzino, la funzione di questi oggetti (destinati alla fusione con altri elementi) è già nota al giocatore, e la rimozione di quell’informazione non ostacola la comprensione. Ciò mostra come nel processo di localizzazione la conoscenza del contesto d’uso (in questo caso, la posizione del testo all’interno dell’interfaccia) possa guidare le scelte traduttive. Si osserva inoltre una differenza numerica tra la versione cinese e le traduzioni inglese e italiana riguardo al termine *chong* 虫 “larva”.

Nel testo originale, l'assenza di un marcatore di quantità rende superflua l'indicazione singolare/plurale, mentre l'edizione inglese adotta “*larvae*” al plurale, coerente anche con l'illustrazione inserita nella stessa schermata, e quella italiana opta per la forma singolare “*larva*”. Come spiegato in sezione 3.1.3, gran parte della traduzione inglese è stata realizzata dal reparto interno di Game Science, che presumibilmente aveva accesso diretto agli *asset* grafici, mentre le altre lingue sono state affidate ad agenzie esterne, le quali hanno ricevuto soltanto il corpus testuale senza riferimenti visivi, generando una discrepanza tra immagine e testo.



**Figura 3.5.** *Black Myth: Wukong* (2024), © Game Science: Il testo nella versione italiana presenta una discrepanza di numero rispetto l'immagine dell'oggetto

- **Nomi di armi, accessori, oggetti, personaggi:** In questa tipologia di testo vi sono frequenti riferimenti culturali e mitologici, coerenti con l'ambientazione. Tali elementi contribuiscono in modo significativo alla narrazione del gioco, incluse la storia principale e la narrazione di sfondo. All'interno del nostro modello di trasmissione delle informazioni, questi elementi si collocano sul versante del contesto e la scelta traduttiva dipende dal grado di connessione con la trama principale.

Il cinese è considerato una lingua isolante, in cui le parole si formano principalmente dall'unione di morfemi che corrispondono ai singoli caratteri scritti. Questa caratteristica della lingua cinese si rispecchia nel mondo di *Black Myth: Wukong*, in quanto sia gli oggetti inanimati sia gli NPC vengono nominati partendo dalle loro caratteristiche. Per esempio, le denominazioni di tutte le armi che il Prescelto può ottenere lungo il suo viaggio seguono la struttura “caratterizzante + caratterizzato (tipo di arma)”. Un esempio è *huntie gun* 混铁棍 “bastone interamente in ferro”, dove *huntie* 混铁 (letteralmente “tutto in ferro”) e *gun* 棍 “bastone” formano un nome coerente con il materiale dell'oggetto. La struttura variante aggiunge un ulteriore riferimento al nemico sconfitto: *lingun shuangshe* 鳞棍·双蛇 “Bastone dei serpenti gemelli” unisce *lin* 鳞 “squama”, che indica la linea di

potenziamento dell'arma, a *shuanshe* 双蛇 “due serpenti”, richiamando la figura del Nobile dalla Bianca veste, il nemico a doppia forma che si trasforma in un mezzo serpente nella sua seconda fase di combattimento. Di seguito si approfondirà la strategia di traduzione adottata per i nomi degli NPC, che ci forniscono più esempi.

### 3.3.6 Resa dei nomi di NPC

Il gioco fornisce al giocatore una sorta di enciclopedia, detta “diario”, che raccoglie i ritratti dei nemici sconfitti e dei personaggi già incontrati, ciascuno accompagnato da una poesia e una breve storia. Questi ritratti sono raggruppati in quattro categorie, che generalmente coincidono con la difficoltà di combattimento e la loro importanza nella narrazione della storia. Oltre alla loro classificazione nel diario, i vari NPC si possono differenziare anche in base allo stile grafico della loro *health bar*, fornendo al giocatore indizi su quale tipo di incontro aspetta, se è opportuno restaurare la salute o cambiare equipaggiamento per prepararsi ad un combattimento impegnativo, ancora prima che avviene l'interazione stessa. Questo fa parte del sistema con cui il gioco aiuta il giocatore ad orientarsi nel mondo del gioco. Di seguito le quattro categorie:

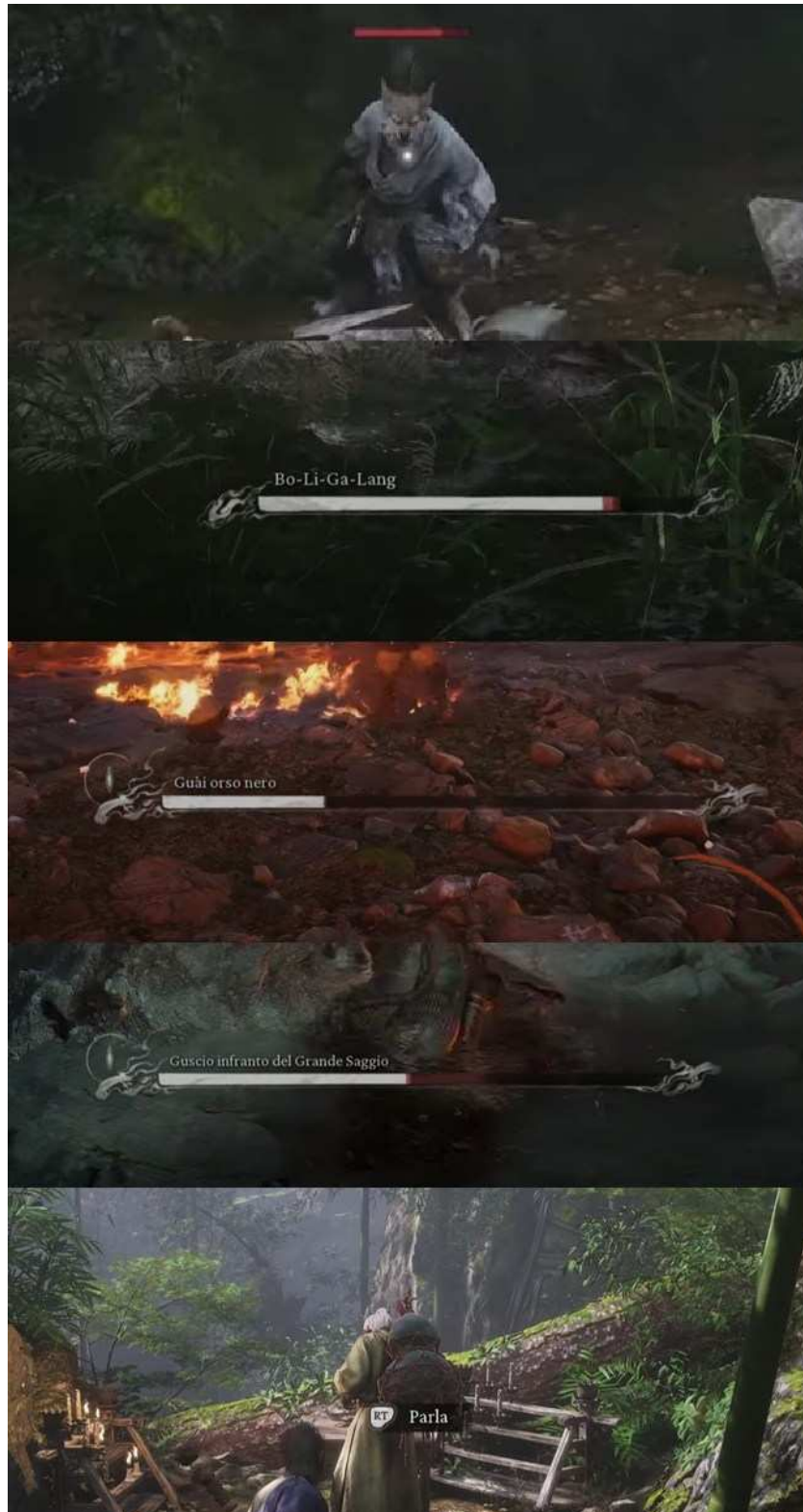
- **Yaoguài inferiori:** Hanno un numero totale di 90 specie. Equivalenti ai nemici comuni di altri giochi ARPG, sono le creature che riempiono gli spazi di collegamento nel mondo di *Black Myth: Wukong*, dai Giovani Ginseng ai Monaci a Doppia Lama, non fungono ruoli nella trama, ma il Predestinato li può sconfiggere per ottenere punti e oggetti di vario tipo utili per lo sviluppo dell'equipaggiamento. Quando il giocatore si avvicina, compare una piccola *health bar* sopra il personaggio (vedi la prima immagine in alto nella figura 3.6. con un lupo esploratore), dandoci indizio che è un nemico minore che possiamo sconfiggere facilmente senza impiegare troppe risorse. Una volta sconfitti, possono essere ripristinati al *check point*.

- **Capi yaoguài:** 55 miniboss in totale, sono nemici di media difficoltà che servono come sfida intermedia in una sezione di gioco, preparando il “Predestinato” per i combattimenti contro i boss

principali e aiutano a introdurre nuove meccaniche o abilità necessarie per avanzare. Possono far parte della trama principale o una storia secondaria. La *health bar* viene raffigurata con una grafica più sofisticata nella parte inferiore dello schermo, riportando anche il nome del boss (vedi la seconda immagine nella figura 3.6., raffigurante la *health bar* del nemico Bo-Li-Ga-Lang). Una volta eliminati, non compaiono più.

- **Re yaoguài:** Nel gioco esistono 26 boss principali, nemici più impegnativi che richiedono una impostazione strategica dell'equipaggiamento e delle abilità per sconfiggerli. Possono avere meccaniche speciali, come fasi multiple durante il combattimento, vulnerabilità specifiche o attacchi devastanti. Fanno parte di questi i boss che possiedono ruoli importanti nella trama principale oppure boss segreti che incoraggiano l'esplorazione del mondo del gioco. La raffigurazione della *health bar* è molto simile a quella dei capi yaoguài, ma più lunga e con più dettagli grafici (vedi la terza immagine nella figura, che mostra la *health bar* durante il combattimento contro il Guai orso nero).

- **Personaggi:** In totale sono 32, includono sia nemici cruciali per comprendere la trama del gioco (vedi la penultima immagine nella figura, che presenta la *health bar* del nemico Guscio infranto del Grande Saggio), che NPC con cui il Predestinato può solamente dialogare e scambiare oggetti (vedi l'ultima immagine nella figura, raffigurante Yuan Shouchen).



**Figura 3.6.** *Black Myth: Wukong* (2024), © Game Science: si possono distinguere le categorie degli NPC incontrati in base alla grafica che appare quando l'avatar si avvicina.

La maggioranza delle voci che appaiono nel diario si tratta non di nomi propri, ma di titoli attribuiti

ad una certa specie di NPC. Si pensa in particolare tutti i yaoguà inferiori, che ricompaiono nel gioco quando si ricarica la parte della mappa. Le strategie che sono state impiegate per la resa dei nomi si possono categorizzare nelle seguenti: traduzione letterale, traduzione semantica, gioco di parole, ricorso al sanscrito, ricorso al *pinyin* o traduzione fonetica.

#### - Traduzione letterale:

Nei nomi degli yaoguà inferiori, è molto comune la combinazione “nome” + “nome”, in cui il primo funge da modificatore per determinare una caratteristica del secondo. Le localizzazioni in inglese e italiano forniscono una traduzione letterale, mantenendo l’ordine delle parole come nella versione in cinese. *Langchihou* 狼斥候, ad esempio, è costituito da *lang* 狼 “lupo” (caratterizzante) e *chihou* 斥候 “esploratore” (caratterizzato). Nella versione inglese diventa *Wolf scout*, dove “*wolf*” funge da modificatore e “*scout*” funge da testa, “*wolf*” modifica “*scout*” attribuendo al sostantivo qualità associate al lupo. Nella versione italiana *Lupo esploratore*, invece, i due ruoli vengono invertiti: la combinazione diventa “testa” + “modificatore”, dove “esploratore” specifica una qualità del “lupo”, indicando il ruolo o la funzione che il lupo assume. Questa scelta di traduzione mira alla chiarezza e alla conformità dei nomi per yaoguà dello stesso rango. Tale strategia è stata impiegata per la resa in inglese dalla versione cinese 47 volte (52,2%) per nomi di yaoguà inferiori e 29 volte (52,7%) per nomi di capi yaoguà, in contrasto con le 7 volte (26,9%) per i nomi di re yaoguà e 10 volte (31,2%) per i nomi dei personaggi.

Nome in cinese	Nome in inglese	Nome in italiano
狼斥候	Wolf Scout	Lupo esploratore
执仗道士	Staff Daoist	Daoista con bastone
戒刀僧	Blade Monk	Monaco della lama

### - Traduzione semantica:

Per i nomi di yaoguài inferiori che contengono riferimenti culturali senza espressioni concise equivalenti nella lingua di arrivo, si ricorre a una resa semantica che si collega alla narrazione delle brevi storie riguardo il nemico di riferimento. Nella storia di *Yaxiangke* 鸦香客 (letteralmente “Corvo che dona incenso al tempio”), esso finge di essere un indovino presso un tempio buddhista. Siccome la resa letterale risulterebbe troppo verbosa, per la versione in lingua italiana si sostituirlo con “indovino”, riprendendo questa caratteristica dello yaoguài. Analogamente, *Chuanyungui* 穿云鬼 (letteralmente “yaksha che penetra le nuvole”) è stato reso con “Yaksha Archer” in inglese e “Arciere Yaksha” in italiano, togliendo la metafora della freccia. Tale strategia è sempre conforme alla esigenza di mantenere uniformità nella struttura dei nomi per yaoguài inferiori. Nell’istanza di *Qingranran* 青冉冉 (letteralmente “verde lento”), il nome cinese è un riferimento al testo originale del romanzo “千株老柏，带雨半空青冉冉；万节修篁，含烟一壑色苍苍”<sup>215</sup>. Si tratta di una costruzione tipica cinese classico, in cui *ranran* 冉冉 è il raddoppiamento di un carattere che in cinese classico funge da avverbio o descrittore, sottolineando un movimento lento, graduale e delicato. Le traduzioni tralasciano la struttura del prototesto e optano per una resa che ricrea l’immagine della chioma dell’albero. Non si notano evidenti differenze tra le quattro categorie, in quanto si riscontra la corrispondenza semantica per la versione in italiano in rispetto a quella cinese in 26 casi (28.8%) per i guài inferiori 9 volte (28.1%) per i personaggi.

Nome in cinese	Nome in inglese	Nome in italiano
鸦香客	Crow Diviner	Corvo indovino
穿云鬼	Yaksha Archer	Arciere Yaksha
青冉冉	Lush Leaf	Fronda rigogliosa

---

<sup>215</sup> Traduzione: “Mille vecchi cipressi, intrisi di pioggia, si ergono a mezz’aria con un verde che si insinua lentamente; diecimila eleganti bambù, avvolti nella nebbia di una gola, si tingono di un profondo grigiastro”.

### - Gioco di parole:

Talvolta i nomi nella versione originale presentano dei giochi di parole. *Shebutou* 蛇捕头 “sceriffo serpente” è un yaoguài inferiore raffigurato come una tigre antropomorfa con un collo molto lungo. Il *she* 蛇 “serpente” è un riferimento a questa sua caratteristica, che nella versione in italiano è stato reso con un gioco di parole, unendo “serpe” e “tigre” in un nome che rispecchia il suo aspetto (tigre antropomorfa) e la caratteristica del collo. *Qinglangxian* 琴螂仙 (composto da “strumento musicale guqin”, “mantide” e “creatura divina del taoismo”) è in realtà un gioco di parole che si collega alla narrazione del gioco, in quanto *lang* 螂 “mantide” indica che la creatura è un insetto e il nome è omofono a *qinglang* 情郎 “amante”. Entrambe le localizzazioni mantengono il gioco di parole unendo “*amour*” con “*worm*” e “*verm-*” con “*amore*”. Il gioco di parole avviene in solo una istanza per la resa in lingua inglese dei nomi di personaggi, mentre per la lingua italiana il numero è zero. Le istanze occorrono più frequentemente per le categorie yaogài inferiori e capi yaoguài, con una percentuale di circa 18%. Si nota inoltre nei casi in cui la versione cinese presenta un gioco di parole, 8 volte (50%) l’edizione in italiano sceglie di non trasportarlo nella resa. Per l’edizione in inglese il dato è 6 volte (37,5%).

Nome in cinese	Nome in inglese	Nome in italiano
蛇捕头	Snake Sheriff	Serpe-tigre
小呱呱	Croaky	Gracidonte
琴螂仙	Elder Amourworm	Vermamore anziano

### - Sanscrito:

Per figure appartenenti nella sfera buddhista, la localizzazione ha ricorso all’uso di riferimenti di termini sanscriti (salvo per la resa di *seng* 僧 “monaco”). *Tieshan Gongzhu* 铁扇公主 (letteralmente “Principessa dal ventaglio di ferro”) è riferita anche con *luochanv* 罗刹女, che in sanscrito equivale a *rākṣasa* (letto *rakshasa*), una specie di demoni malefici nelle religioni induista e buddhista. Similmente, *yecha* 夜叉 in sanscrito è *yakṣa* (letto *yaksha*), un’altra specie di creature malevolenti.

Nome in cinese	Nome in inglese	Nome in italiano
铁扇公主	Rakshasi	Rakshasi
夜叉王	Yaksha King	Re Yaksha
弥勒	Maitreya	Maitreya

**- Pinyin:**

Solo per i personaggi e i capi yaoguài è stato scelto di ricorrere al *pinyin* per la resa dei nomi propri. Un impiego eccessivo di traslitterazioni, infatti, potrebbe gravare sulla memorizzazione, rischiando di generare confusione e di perdere parte del significato originale, come nel caso del nome di Bajie 八戒 (letteralmente “otto precetti buddhisti”). Allo stesso tempo, però, l’uso del *pinyin* crea un nuovo simbolo privo di connotazioni preesistenti, permettendo al giocatore di costruirne gradualmente il significato nel corso dell’esperienza di gioco. Per le rese degli yaoguài inferiori, si ricorre al *pinyin* solo una volta in entrambe le edizioni localizzate, in contrasto con le 13 volte (50%) per i re yaoguài e 10 volte (31.2%) per i personaggi.

Nome in cinese	Nome in inglese	Nome in italiano
猪八戒	Zhu Bajie	Zhu Bajie
螭螭	Fuban	Fuban
亢金龙	Kang-Jin Loong	Kang-Jin Loong

Dalla analisi delle traduzioni per i nomi dei NPC riportati nel diario del gioco, emerge la conclusione che più la figura del personaggio si avvicina alla trama principale, più si tende al ricorso di *pinyin*, creando così segni esclusivi al mondo di *Black Myth: Wukong* che il giocatore può riempire di significato man mano si addentri nell’esperienza del gioco. La resa letterale e semantica che puntano alla chiarezza delle caratteristiche del NPC possono considerate adattanti in quanto non introducono concetti estranei alla sfera culturale del giocatore, ma si appoggiano invece sui segnali visivi (lo stile di design del NPC) per trasmettere il senso di arte folklore cinese.

### 3.3.7 Localizzazione del personaggio Bodhisattva Lingji

Nelle sezioni successive, si prendono in esame le scelte di localizzazione per il doppiaggio e gli *asset* verbali che hanno contribuito definire il personaggio Bodhisattva Lingji, figura chiave del secondo capitolo del gioco, prendendo in considerazione dialoghi, canzoni, audio, descrizioni e storie collegate al personaggio.

La vicenda si svolge sul Crinale del Vento Giallo (*Huangfeng Ling* 黄风岭) — tratto dal romanzo originale — un'area arida e desertica che, nel gioco, viene ricreata nell'estetica e nell'atmosfera al *Loess Plateau* (altopiano del loess) nella regione dello Shaanxi, contraddistinto da grave erosione del suolo e degrado delle praterie. Anche le voci dei personaggi in questo capitolo nella versione cinese, infatti, presentano un'intonazione tipica del Cina settentrionale.

All'inizio, il giocatore incontra Lingji Bodhisattva sotto forma di un monaco senza testa, che, con un cantastorie dello Shaanxi settentrionale, narra di personaggi e avvenimenti passati del Crinale. Nel corso del capitolo, il monaco fa diverse apparizioni, talvolta cantando, talvolta parlando, fornendo indizi e orientando il “Prescelto” verso la prossima missione. Al termine del capitolo, una volta sconfitto il boss finale, il monaco senza testa raccoglie l'energia spirituale, il suo corpo si ingrandisce e, recuperata la propria testa, si svela come Bodhisattva Lingji e consegna al protagonista una reliquia appartenuta a Sun Wukong. Bodhisattva Lingji muta da “monaco senza testa” a “bodhisattva divino”: si assiste a un cambiamento di voce, di registro linguistico e di personalità. Considerando che il giocatore deve ricomporre la storia attraverso informazioni sparse, confrontando punti di vista diversi tra NPC, la localizzazione deve valutare come tradurre frammenti testuali, assicurandosi che il giocatore possa ricollegarli e intuire la storia *top-down*. È fondamentale inoltre distinguere tra contenuti essenziali per la *player's story* (il nucleo dell'esperienza videoludica) e dettagli che, pur arricchendo l'ambientazione, non risultano indispensabili.



**Figura 3.7.** *Black Myth: Wukong* (2024), © Game Science: Il Monaco senza testa (a sinistra) successivamente si rivela essere il Bodhisattva Lingji (a destra)

### **Doppiaggio:**

*Black Myth: Wukong* fa largo uso di dialoghi diegetici per sviluppare la narrazione, coinvolgendo oltre cento personaggi con voce recitata. Nell'ambito videoludico, la localizzazione del doppiaggio viene spesso affidata a studi esterni specializzati che lavorano relativamente in autonomia alle squadre che si occupano degli *asset* verbali. Per via degli alti costi di produzione per il doppiaggio nelle singole versioni linguistiche<sup>216</sup>, Game Science ha scelto di provvedere per la resa degli audio dei dialoghi solo per le lingue cinese e inglese. Operazioni di questo tipo, tipiche dei titoli ad alto budget con numerose sequenze animate, consentono di massimizzare il ritorno economico, coprendo gli ingenti costi di sviluppo e promozione.

L'iter produttivo di una singola frase doppiata coinvolge molte figure: l'autore del testo, il revisore di produzione, i traduttori, il direttore della localizzazione (che controlla la coerenza con l'originale), il dialoghista (talvolta coincidente con il traduttore) che suddivide e numerizza le battute per attori diversi, il direttore del doppiaggio e, infine, l'attore stesso. Spesso si procede personaggio per personaggio, senza seguire l'ordine cronologico della trama, e i doppiatori ricevono unicamente le

---

<sup>216</sup> Heather Maxwell CHANDLER, *The Game Localization Handbook*. Massachusetts, Charles River Media. 2005, p. 46.

proprie linee, il che può renderne più complesso il lavoro per la mancanza di contesto. A seconda di come l'audio interagisce con le immagini e con altri suoni, si distinguono diversi tipi di registrazione<sup>217</sup>: audio libera è tipico di schermate statiche o tutorial, in cui non ci sono personaggi a schermo né tempistiche da rispettare; nella registrazione con limiti di tempo la durata del doppiaggio deve corrispondere a quella dell'originale, ad esempio per accompagnare una voce narrante in cutscene; la sincronizzazione con l'audio comporta il rispetto della colonna sonora o altri dialoghi, senza sovrapporsi. Infine, nella sincronizzazione labiale, come in un film, il testo doppiato deve seguire i movimenti delle labbra. Spesso il traduttore deve agire in modo libero per ottenere un effetto naturale, facendo sì che il testo nella versione localizzata corrisponda ai movimenti delle labbra dei personaggi. Quando si vede chiaramente la bocca del personaggio in primo piano, risulta necessario abbinare adeguatamente consonanti bilabiali e fricative, nonché vocali aperte e chiuse alla traccia originale<sup>218</sup>.

Un esempio di lip-synch efficace si è visto nel trailer diffuso l'8 dicembre 2023, dove un personaggio inquadrato da vicino in cinese diceva “等剥了你这张脸，我也去当个天命人玩玩” (letteralmente: “Una volta tolta la tua faccia, andrò anche io a divertirmi come Prescelto”), mentre nella versione inglese si è optato per “So this is the face of the Destined One? It will fit me just as well!”, una resa fluida che non solo veicola il carattere irriverente del mostro, ma sincronizza perfettamente audio e movimenti labiali.

Oltre alla sincronizzazione, la localizzazione del doppiaggio richiede un'attenta gestione di dialetti e accenti. Il linguaggio (compresi toni e inflessioni) costituisce una manifestazione tangibile dei *cultural scripts*, ovvero i copioni culturali che riflettono la memoria storica e l'identità di una comunità<sup>219</sup>. Nel caso di *Black Myth: Wukong*, fortemente ancorato al folclore dell'antica Cina, molti personaggi sfoggiano parlate ricche di regionalismi o tratti “animaleschi”, coerenti con l'atmosfera arcaica del titolo. Tra questi, il monaco senza testa, raffigurato come un uomo esile, con una umile

---

<sup>217</sup> Fulvio SIOLI, Fabio MINAZZI e Andrea BALLISTA, Audio Localization for Language Service Providers, in “Multilingual localization: getting started guide”, 2007 18-23, 2007. URL: <http://www.multilingual.com/downloads/screen-Supp91.pdf> (consultato il 13/01/2025).

<sup>218</sup> Frederic CHAUME, Synchronization in dubbing: A translational approach, in Pilar ORERO (a curi di), *Topics in Audiovisual Translation*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins, 2004, p. 35–52.

<sup>219</sup> Miguel Á. BERNAL-MERINO, *Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*. London/New York, Routledge, 2014.

veste consunta da monaco e un *sanxian*, strumento associato all'arte di *shuoshu* 说书 (cantastorie) dello Shaanxi. Nella edizione cinese, esso adotta un registro colloquiale che rafforza l'idea di un "cantastorie vagabondo" e, nonostante l'assenza di un marcato dialetto, l'effetto "folklorico" è sottolineato dall'*environmental storytelling* (il *sanxian* 三弦 come indizio visivo, i frammenti di canto registrati nell'audio). Quando il monaco "recupera" la testa e rivela la vera identità di Lingji Bodhisattva, la voce diventa più profonda e autorevole, con una cadenza lenta e un accento neutro.

Nella versione inglese, Game Science ha deciso di conservare l'audio del canto in stile Shaanxi (incomprensibile per molti giocatori stranieri) pur introducendo un doppiaggio in inglese per le parti parlate. Ciò rende particolarmente delicata la scelta dell'accento, considerato un elemento chiave per veicolare la cultura e la narrazione del personaggio. In fine, si è selezionato per il Monaco senza testa un forte accento scozzese caratterizzato dalla sostituzione di "you" con "ye" e "my" con "me", nonché la pronuncia della "r" con un battito rapido della lingua contro la cresta alveolare, simile alla "r" italiana singola di "caro". La voce è leggermente rauca, evocando l'idea di un bardo o cantastorie di una terra lontana. Infatti, spesso gli accenti scozzesi sono associati a personaggi aspri e misteriosi in ambito *fantasy*. Lingji Bodhisattva, invece, riceve un accento inglese *Received Pronunciation* (RP), tradizionalmente legato a un'idea di autorità e sacralità, anch'esso rafforzato dalle scelte di accenti nei contesti *fantasy*. Viene adottato un registro de-emotivo, con aggiunta di effetti di riverbero per simulare la distanza e la solennità di una voce che proviene "dal vuoto".

La scelta di attribuire un accento scozzese al monaco senza testa ha suscitato curiosità e dibattiti tra i giocatori. La sequenza iniziale del secondo capitolo vede il monaco senza testa cantare un brano etnico sconosciuto al pubblico occidentale per poi passare subito a un marcato scozzese; l'effetto straniante che ne deriva può interrompere momentaneamente l'immersività, ma al tempo stesso dona al personaggio una caratterizzazione unica e culturalmente "ibrida". Complessivamente, l'approccio alla localizzazione per gli accenti in *Black Myth: Wukong* testimonia il tentativo di bilanciare coerenza interna (personaggio, contesto visivo, identità culturale) ed efficacia comunicativa verso un pubblico globale.

Sebbene la versione italiana non presenti un doppiaggio dedicato, nella traduzione dei dialoghi è stato comunque tentato un recupero di determinati tratti linguistici o "accenti", come verrà analizzato

nella sezione successiva.

### **Sottotitoli:**

In *Black Myth: Wukong*, l'attenzione cinematografica riservata alla resa visiva si riflette anche nella progettazione dei sottotitoli: il carattere scelto è uniforme, di piccole dimensioni e, in genere, viene mostrata un'unica riga (nelle versioni estere si arriva a un massimo di due) che occupa il 20% inferiore dello schermo. Questi sottotitoli comprendono sia le battute in gioco sia i nomi dei NPC al loro primo ingresso a schermo, come illustrato nella figura 3.3. nella sezione precedente. È interessante notare che, per i dialoghi enunciati dagli yaoguà inferiori, seppure sia stato fornito il doppiaggio in lingua inglese, non è previsto alcun sottotitolo in nessuna edizione. Ciò rende poco comprensibili le loro battute, soprattutto se il giocatore non conosce le lingue di doppiaggio disponibili o fatica a seguire gli accenti marcati. Tuttavia, poiché queste frasi aggiuntive non incidono sulla comprensione della trama o delle meccaniche, ma sono perlopiù utili per arricchire le figure di questi personaggi minori, l'assenza di sottotitoli non ostacola l'avanzamento del gioco e non presenta una grave perdita.

Se in ambito cinematografico il concetto di “sottotitolo” tradizionalmente si riferisce alla trascrizione di battute in fondo allo schermo, nel settore videoludico, esso tende a essere molto più ampio e potrebbe includere anche la traduzione di elementi nelle immagini, come lettere e graffiti<sup>220</sup>. Resta allo sviluppatore decidere, a seconda delle necessità di design e UI, se implementare questi testi sotto forma di ballon di dialogo, di caselle interattive da scorrere con un clic o, come nel caso del titolo in esame, di sottotitoli cinematografici. Dai lavori di Gambier emerge come i sottotitoli debbano rispettare limiti di tempo e spazio, mantenendo leggibilità (dimensioni, posizione, colore) e facilità di lettura (chiarezza linguistica, velocità di lettura), spesso a discapito di marcatori paralinguistici come pause, esclamazioni e interiezioni<sup>221</sup>. Nella versione in cinese di *Black Myth: Wukong*, ad esempio, non vengono riprodotti segnali di intonazione o interiezioni (“嗯”, “哎”), e non si evidenziano pause o cambi di tono nel sottotitolo.

Occorre ricordare che *Black Myth: Wukong* include un doppiaggio in più lingue e un sistema di

---

<sup>220</sup> Jorge DIAZ-CINTAS e Aline REMAEL, *Audiovisual Translation: Subtitling*. Manchester/New York, St. Jerome Publishing, 2007, p. 8.

<sup>221</sup> Yves GAMBIER, *Screen Transadaptation: Perception and Reception*. The Translator 9 (2), 2003, p. 171–189.

sottotitoli che il giocatore può combinare liberamente. Ciò implica la necessità di tempistiche simili tra la traccia audio originale e quella tradotta, così da adattarsi con efficacia ai sottotitoli. Inoltre, quando lo script originale è pensato per essere recitato anziché semplicemente sottotitolato, la traduzione risente in misura maggiore dei vincoli di doppiaggio (sincronizzazione labiale, durata delle battute). Nel caso di *Black Myth: Wukong*, ciò comporta più restrizioni per l'inglese, mentre la versione italiana, priva di doppiaggio, gode di una maggiore libertà per trasmettere senso, emozione e stile entro i limiti tecnici imposti dalla localizzazione. Analizzando le battute del monaco senza testa e Lingji Bodhisattva dal cinese all'inglese, si nota come non sia mai impiegata una traduzione letterale o invariata nella struttura della frase originale. La versione italiana, avendo maggiore libertà nella sua traduzione dall'inglese, mostra in alcuni casi frasi più simili a quelle inglesi (sei occorrenze) e un numero inferiore di alterazioni strutturali, come illustrato nella prima frase.

小施主来此的目的,老衲多少猜到几许。	Reckon I got an idea why ye have come here, me friend.	Penso di sapere perché sei giunto qui, amico mio.
心急吃不了热面皮,暂且助你一臂力。	Haste makes waste. I'll lend ye a hand.	'A fretta è cattiva consigliera. Ti aiuterò.
小心上路,再落得一身窟窿可没人救	Watch your step, eh? Get more shots and you'll be high and dry.	Presta attenzione, eh? Se ti farai colpire ancora, potresti trovarti in difficoltà.
好灵,好灵	This befits ye grandly!	Questa ti sarà di grande aiuto!
小施主筋骨清奇,正相应这铜头铁臂。	This body of yours is perfect for the art of Rock Solid.	Il tuo corpo è perfetto per l'arte della Pelle di pietra.
小施主,老衲乃是小须弥山之主,法号灵吉	I am Bodhisattva Lingji of New Mount Sumeru,	Sono il Bodhisattva Lingji del Novello monte Sumeru,
大圣殒后,六根不灭,散落到了世间	After the Great Sage's passing, his Six Senses were scattered across the mortal realm.	Dopo la dipartita del Grande Saggio, i suoi Sei Sensi vennero sparsi nel regno dei mortali.

Si può notare l'uso di interiezioni che non esistono nei sottotitoli in cinese e frammentazioni delle frasi. Sebbene risulti meno "chiara" secondo i principi di leggibilità<sup>222</sup>. Nella versione inglese, la priorità è stata data alla resa dell'accento scozzese, per sottolineare la parlata rude e pittoresca del personaggio. Ne è esempio la terza frase "Watch your step, eh?". La resa in italiano riprende tale scelta con "Presta attenzione, eh?".

Si sceglie la semplicità sintattica per ottenere un effetto "dialettale" che rafforzasse la caratterizzazione. La prima frase, "小施主来此的目的, 老衲多少猜到几许" presenta una struttura bipartita tipica del cinese classico, in cui la prima parte si esplicita l'argomento della frase "la ragione per cui il giovane benefattore è venuto qui", poi segue una dichiarazione "questo vecchio monaco ne ha un certo sentore". La resa in lingua inglese presenta una ricostruzione della frase in cui l'ordine soggetto-verbo-oggetto è molto più diretto e rispecchia il registro informale con accento regionale (uso di "reckon", "me friend"). Questo modifica radicalmente la sintassi rispetto all'originale, trasformando la costruzione paratattica in una frase più spontanea e colloquiale. Anche in italiano avviene una ricollocazione dell'informazione, iniziando con "penso di sapere" e inserendo la frase causale "perché sei giunto qui". L'aggiunta di "amico mio" alla fine ricrea un effetto vocativo simile a "me friend" inglese, pur non restituendo il colorito dialettale/arcaico presente nella versione cinese, rendendo la proposizione più snella e immediata.

L'approccio scelto per i *realia*<sup>223</sup> varia in base alla rilevanza di tali contenuti per la narrazione e per la comprensione del gioco. Possiamo distinguere tre categorie:

- *Realia* estranei alla trama, vengono completamente adattati sostituendoli con espressioni equivalenti nella lingua di arrivo. Esempio significativo è la frase "心急吃不了热面皮" (letteralmente "Se sei di fretta, non riesci a mangiare il *mianpi* bollente"), il cui significato si collega al *mianpi* 面皮, un cibo tipico della Cina settentrionale. Le versioni localizzate optano per i modi di dire "*Haste makes waste*" e "A fretta è cattiva consigliera", che trasmettono la stessa sfumatura di ammonimento, pur perdendo il riferimento culturale.

---

<sup>222</sup> Yves GAMBIER, Screen Transadaptation: Perception and Reception. *The Translator* 9 (2), 2003, p. 171–189.

<sup>223</sup> *Realia*: elementi culturali e intraducibili che emergono dal contesto d'origine

- Realia “collaterali” (già supportati da altri elementi) vengono ommessi. Gli appellativi “小施主” e “老衲” (rispettivamente “piccolo benefattore” e “vecchio monaco”) sono stati omessi in tutte le occorrenze, e il monaco senza testa usa semplicemente “I” / “io” per riferirsi a se stesso. L’identità del personaggio (monaco) è già chiaramente suggerita da indizi visivi (la veste monacale, i rosari) e dal Diario interno al gioco. Nel momento in cui si trasforma in Lingji, il suo status diventa ancor più palese. L’omissione, quindi, non genera perdite informative rilevanti, ma è stata favorita a vantaggio di una maggiore scorrevolezza e per non sovraccaricare il giocatore con concetti culturali superflui.

- Realia indispensabili per la trama. Ad esempio, *tongtoutiebi* 铜头铁臂 (letteralmente “testa di rame e braccia di ferro”) viene tradotto con espressioni quali “Rock solid” e “Pelle di pietra”, sostituendo così la metafora originale con un’immagine universalmente accessibile, ma che mantiene l’idea di difesa e robustezza. Analogamente, *liugen* 六根 è stato reso con “Six Senses” o “Sei Sensi”, evitando il riferimento a alle reliquie (*genqi* 根器) introdotto all’inizio del gioco, poiché in questa sezione vengono presentati come i sei organi di senso di Sun Wukong. La scelta di non usare termini in *pinyin* risponde all’esigenza di alleggerire il carico cognitivo per il giocatore; contemporaneamente, l’impiego di una lettera maiuscola nella prima sillaba (“Six Senses”) segnala che si tratta di un concetto specifico del gioco. In questo modo, si evita l’omissione di realia fondamentali per comprendere la trama e si garantisce la coerenza con la mitologia interna del titolo, consentendo al giocatore di interpretare correttamente eventi e personaggi.

Un’altra osservazione verte sulla scelta di non ricorrere ad alcun dialetto specifico nella versione in italiano. Nella versione italiana, non essendoci un doppiaggio da sincronizzare, i traduttori hanno potuto agire con maggiore libertà. Sono state riprese alcune scelte sintattiche dall’inglese, senza ricorrere a dialetti o accenti regionali ben definiti. In Italia, per ragioni storiche e di mercato, prevale l’impiego dell’italiano standard: alcune scelte dialettali o accenti marcati potrebbero infatti escludere parte del pubblico o risultare difficili da rendere in modo credibile che replichi la medesima impressione. Va però sottolineato come in certi casi — si pensi alla localizzazione di *Final Fantasy IX* in italiano, dove vennero introdotti il dialetto siciliano, romano e sardo per restituire la ricchezza dei differenti parlate giapponesi — questa strategia abbia riscosso un notevole successo, conferendo

originalità e forte caratterizzazione ai personaggi. Si è ricorso ad aferesi e interiezioni (“Presta attenzione, eh?”) per ricreare un effetto informale. L’assenza di un corrispettivo accentato non penalizza la comprensione, bensì evidenzia la natura “grezza” del personaggio. “A fretta è cattiva consigliera.” che la creatività possa esaltare l’immersione.

### **Lirica di canzoni e poesie:**

Nel videogioco *Black Myth: Wukong* l’uso di musica e componimenti poetici è piuttosto frequente, ma la strategia adottata per la localizzazione varia a seconda del contesto in cui tali brani compaiono. Ad esempio, alla fine di ogni capitolo, le canzoni nei video non vengono tradotte, mentre il canto presente all’interno del gioco viene localizzarlo, soprattutto perché contiene indicazioni utili per guidare il giocatore verso la destinazione successiva.

Poiché il gioco non prevede doppiaggio per le canzoni, nelle versioni inglese e italiana le relative traduzioni si presentano esclusivamente come sottotitoli, senza i vincoli di tempo o di sincronizzazione labiale propri del doppiaggio. In tal modo, i traduttori hanno potuto gestire in maniera più flessibile la resa poetica e la struttura dei testi, facendo comunque attenzione a mantenere la coerenza con il *gameplay* e con lo stile generale dell’opera. Di seguito si presentano i versi del canto introduttivo pronunciato dal “monaco senza testa” in *Black Myth: Wukong*, con le relative traduzioni inglesi e italiane. L’analisi mette in luce le differenti strategie traduttive adottate nei due casi, in particolare per quanto riguarda il mantenimento della struttura metrica, la rima e il registro linguistico.

Nella edizione in cinese, il testo della canzone possiede una struttura metrica, in quanto ogni riga è formata da sette caratteri, caratteristica tipica delle forme poetiche cinesi. La rima finale è sempre “-i”, con tono prevalentemente in quarta (solo “起” è in terza). Questa regolarità crea un forte effetto ritmico e incide particolarmente sulla recitazione in stile *shuoshu* 说书. Come tutti i canti folcloristici, vengono usati termini semplici e colloquiali, rendendo facile la comprensione.

In entrambe versioni localizzate, si ricorre alle stesse scelte di registro e accento impiegate nella traduzione dei dialoghi. L’attenzione poi si concentra sulla creazione di un testo musicale e ritmato, più che sulla traduzione letterale delle singole espressioni o sull’aderenza rigorosa alla rima uniforme

del cinese. La versione inglese sceglie di creare rima interna in alcuni punti intermedi (“hold” rima con “unfold”) e a fine verso (“aside” rima con “connived”), mentre l’italiano sceglie la rima di “concordia” con “discordia” e “sovvertito” con “impunito”. Entrambe le versioni cercano di evocare un senso di “racconto orale”. L’inglese adopera termini e frasi tipiche di un’ambientazione western/folclorica mentre l’italiano inserisce elementi dialettali con l’uso dell’aferesi e un lessico più arcaico.

黄风岭，八百里，曾是 关外富饶地	Yellow Wind Ridge, a mighty ole' range, once buzzin' with joy and glee.	‘N tempo al Crinale del Vento giallo regnava ‘na concordia
一朝鼠患凭空起，乌 烟瘴气渺人迹	But the pesky rats took hold, a sudden unfold, turned it all barren and bleak	Finché certi ratti rognosi la deturparono, forieri di discordia
无父无君无法纪，为 非作歹有天庇	The King got denied, rules thrown aside, evil connived, runnin' wild and free	‘L Re fu spodestato, l’ordine fu sovvertito e ‘l male dilagò, impunito

Sebbene si perda la linearità metrica a sette caratteri e la rima uniforme (-i in cinese), i traduttori compensano con schemi di rima e soluzioni ritmiche compatibili con l’evoluzione poetica delle lingue di arrivo, puntando a un’efficacia drammatica e canora simile all’originale.

In sintesi, la priorità nell’adattamento di *Black Myth: Wukong* consiste nel conservare i realia indispensabili per la fruizione narrativa, mentre gli elementi puramente accessori o “estranei” alla storia, se già supportati da altri canali (visivi, testuali o meccanici), possono essere modificati o omessi per agevolare la scorrevolezza e la comprensione del pubblico di destinazione.

## Conclusioni

La localizzazione di un videogioco si configura come una pratica al contempo complessa e affascinante, fondata sulla particolarità del medium stesso, in cui la narrazione e la componente ludica si intrecciano in modo indissolubile. A differenza di altre forme d'arte, come libri o film, i videogiochi offrono al giocatore una partecipazione diretta all'interno del mondo virtuale, favorendo così la co-costruzione di un'esperienza spesso radicata in contesti culturali specifici. Il caso di *Black Myth: Wukong* ha dimostrato la possibilità di una diffusione globale di un titolo che si nutre di elementi profondamente legati alla tradizione cinese, aprendo scenari inediti rispetto alle precedenti opere tratte da *Il Viaggio in Occidente*.

Come emerso dalle analisi, la sfida della localizzazione sta nella resa equilibrata nel *locale* di arrivo di un comparto artistico di qualità quasi cinematografica con testi contraddistinti da uno stile vernacolare della dinastia Ming: un insieme complesso di *asset* audio, visivi e testuali che devono risultare coerenti e immersivi in ogni versione linguistica. Per mantenere la coerenza complessiva, si ritiene che priori il vero e proprio processo di traduzione dei testi, sia necessario allontanarsi da una visione frammentaria dei singoli *asset*, concentrandosi piuttosto sulla natura unitaria del videogioco come prodotto interattivo, così percepita dall'usufruitore.

Nel primo capitolo, si è riconsiderata la nozione di "videogioco", partendo da una analisi delle definizioni che circolano nei dizionari nelle lingue italiana, inglese e cinese, evidenziandone i punti di debolezza. Infatti, con il progredire dello sviluppo dell'industria videoludica, anche il contenuto semantico del concetto di "videogioco" si sta evolvendo, coprendo sempre più forme e temi. In questa ottica, le definizioni prese in considerazione rispecchiano una percezione pubblica ormai non più adeguata alla realtà di tale forma di espressione. Si procede con una revisione dell'opinione su tale medium nel mondo accademico, spiegando il motivo per cui è più vantaggioso basare la visione del videogioco sulle varie categorie del prodotto. Successivamente, l'analisi del discorso proposta da Gee, con il suo modello di "conversazione" tra essere umano e gioco<sup>224</sup>, ha permesso di concepire il

---

<sup>224</sup> James Paul GEE, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014, p. 8.

videogioco come un tutt'uno, esaminando la percezione dei contenuti da parte del giocatore e introducendo il modello duale meccanica–contesto.

Nel secondo capitolo, si è mostrato come la localizzazione videoludica si distingue da altre tipologie di traduzione o adattamento software, poiché coinvolge sfide tecniche, sfide della tempistica, sfide normative, nonché sfide culturali e comporta l'impiego di competenze interdisciplinari. È stato quindi proposto un modello di traduzione e adattamento specifico, integrato nel quadro dei precedenti riferimenti teorici e in linea con le peculiarità della produzione videoludica.

Nel terzo capitolo, si è applicato tale modello a *Black Myth: Wukong*, mappando e classificando i diversi *asset* (non localizzati e localizzati) e discutendo in che modo le lingue cinese, inglese e italiana abbiano affrontato gli stessi contenuti con strategie differenti.

Dalla analisi è emerso che le scelte di localizzare esclusivamente gli *asset* testuali e il doppiaggio inglese sono riconducibili a limiti di budget e di design, per cui *asset* artistici (compresa l'ambientazione, le animazioni, le immagini, i testi all'interno della grafica ecc.) e *asset* audio (salvo il doppiaggio in lingua inglese) fungono da àncora culturale che compensa le perdite inevitabili nella localizzazione degli *asset* testuali e il doppiaggio in inglese.

La localizzazione si è concentrata sugli *asset* testuali salvati in formato testuale e sul doppiaggio in inglese. Questi *asset* non solo possono essere inseriti nel modello in base alla loro tipologia, ma, esaminandoli a livello di singolo “campo” o “stringa”, è possibile collocarli all'interno del modello in modo ancora più mirato, identificandone la funzione specifica. Un esempio significativo emerge dalla strategia di traduzione applicata ai nomi degli NPC, in cui è stato riscontrato che, per le quattro categorie di NPC, è possibile rintracciare approcci di traduzione distinti. In particolare, personaggi e re yaoguài tendono a essere resi con una strategia di estraniamento, tramite la traslitterazione *pinyin* (rispettivamente 50% e 31,2% delle rese in entrambe le lingue); capi yaoguài e yaoguài inferiori, invece, subiscono una traduzione più adattante, volta a evidenziare le caratteristiche peculiari dei nemici (la strategia di resa letterale è impiegata circa l' 52% delle istanze esaminate in queste due categorie, mentre per quella semantica il livello è di circa 26% per tutte e quattro le categorie); i giochi di parole risultano ridotti di numero; nei nomi che includono riferimenti al buddhismo, si preferisce utilizzare termini in sanscrito, preservandone così la connotazione religiosa.

Queste scelte, sebbene relative a singole parole o frasi, mostrano come l'applicazione del modello di localizzazione si estenda fino al livello dei dettagli, consentendo di calibrare con precisione la strategia traduttiva in relazione alla funzione narrativa o ludica di ogni *asset*.

La ricerca ha inoltre esaminato, nel caso di Bodhisattva Lingji, in che modo la localizzazione di diversi *asset* (dialoghi, doppiaggio, testi di canzoni e poesie) contribuisca alla costruzione del personaggio. In particolare, nella fase in cui compare come Monaco senza testa, la versione cinese adotta uno stile di canto *shuochang* tipico dello Shaanxi, impiegando un lessico conciso e ritmato, con un parlato dal registro colloquiale e arcaico e doppiaggio privo di accento. La versione inglese, invece, conserva l'audio originale della canzone, ma ricorre al dialetto scozzese per il parlato, così da evocare un menestrello errante; nei sottotitoli per il canto, le scelte testuali stravolgono la struttura di parallelismi tipica del *shuochang*, puntando invece su un registro colloquiale coerente con l'accento scozzese, e limitandosi a mantenere rime finali. Per quanto riguarda la versione italiana, priva di un doppiaggio dedicato, i giocatori possono abbinare l'audio cinese o quello inglese; nei sottotitoli si fa ricorso a aferesi e interiezioni per simulare uno pseudo-accento arcaico, mentre le liriche della canzone si discostano ulteriormente dalla struttura inglese, concentrandosi sulla resa in rima piuttosto che sulla corrispondenza letterale, evidenziando l'aspetto di "testo cantato" più che la precisione semantica. Dalla analisi emerge chiaramente come le variazioni tra la versione inglese e la versione italiana, la prima dotata di doppiaggio e gestita in parte internamente e la seconda senza doppiaggio e affidata ad Altagram, che ha tradotto a partire dall'inglese, hanno inciso sulle scelte traduttive finali.

Nel complesso, l'analisi mette in luce come la localizzazione di *Black Myth: Wukong* non si esaurisca nel trasferire una serie di stringhe da una lingua all'altra, ma richieda la comprensione profonda di un ecosistema ludico-narrativo. Per garantire un'esperienza coerente, ogni *asset* dev'essere interpretato e mappato alla luce del modello meccanica-contesto, in modo da salvaguardare tanto la fruibilità del *gameplay* quanto l'impatto culturale e la ricchezza espressiva voluta dagli sviluppatori. È da questa prospettiva che emerge appieno il potenziale dei videogiochi di fungere da ponte *translocale*, aprendo la strada a un dialogo interculturale che poche altre forme d'arte riescono a raggiungere.

## Bibliografía

ÁLVAREZ-BOLADO Carola e Inmaculada ÁLVAREZ DE MON, Videogames: A Lexical Approach, in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality Bloomsbury*. New York, Publishing USA, 2019, p. 16-17.

BALTEIRO Isabel, Lexical and Morphological Devices in Gamer Language in Fora, in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality Bloomsbury*. New York, Publishing USA, 2019, p. 40.

BERNAL-MERINO, Miguel Á. Translation and localisation in video games: Making entertainment software global. Routledge, 2014.

BARTELT-KRANTZ Michaela, Game Localization Management: Balancing Linguistic Quality and Financial Efficiency, in Miguel Á. BERNAL-MERINO (a cura di), *TRANS. Revista de Traductología* 15, 2011, p. 86.

BOGOST Ian. Persuasive games: The expressive power of videogames. mit Press, 2010.

CARLSON Lauri. *Dialogue games: An approach to discourse analysis*. Vol. 17. Springer Science & Business Media, 2012.

CHANDLER Heather Maxwell, *The Game Localization Handbook*. Massachusetts, Charles River Media. 2005, p: 46.

CHAUME Frederic, Synchronization in dubbing: A translational approach, in Pilar ORERO (a cura di), *Topics in Audiovisual Translation*. Amsterdam/ Philadelphia: John Benjamins, 2004, p. 35–52.

CHOMSKY Noam, *Aspects of the Theory of Syntax*. No. 11. MIT press, 2014, p. 173.

CHRISTOW Chris, Jenny MCKEARNEY e Ryan WARDEN, Enabling The Localization Of Large Role-Playing Games. *TRANS: revista de traductología* 15, 2011, p. 39-51.

CINTAS Jorge Díaz (a cura di), *New Trends in Audiovisual Translation*. Multilingual Matters, 2009.

CRONIN Michael. *Translation in the digital age*. Routledge, 2012.

DANSKY Richard, Introduction to Game Narrative, in Chris BATEMAN (a cura di), *In Game Writing: Narrative Skills for Videogames*. Boston, Massachusetts: Charles River Media, 2007, p. 70.

DIAZ-CINTAS Jorge e Aline REMAEL, *Audiovisual Translation: Subtitling*. Manchester/New York, St. Jerome Publishing, 2007, p. 8.

DIETZ Frank, Issues in Localizing Computer Games, in Keiran J. DUNNE (a cura di), *Perspective in Localization*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing Company, 2006.

DUNNE Keiran J. e Elena S. DUNNE (a cura di), *Translation and Localization Project Management: the Art of the Possible*. Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins Publishing, 2011. p 357.

ENSSLIN Astrid, Recallin' Fagin: Linguistic Accents, Intertextuality and Othering in Narrative Offline and Online Video Games, in G. CRAWFORD, V.K. GOSLIN, e B. LIGHT (a cura di), *Online Gaming in Context: The Social and Cultural Significance of Online Games*, New York, Routledge, 2011, p. 224–35.

ENSSLIN Astrid e Isabel BALTEIRO, “Watch the Potty Mouth” Negotiating Impoliteness in Online Gaming, in Astrid ENSSLIN Astrid e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality Bloomsbury*. New York, Publishing USA, 2019, p. 201.

GAMBIER Yves e Henrik GOTTLIEB (a cura di), *(Multi) Media Translation. Concepts, Practices, and Research*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2001a, p. xviii.

GAMBIER Yves, *Screen Transadaptation: Perception and Reception*. *The Translator* 9 (2), 2003, p. 171–189.

GEE James Paul, *An introduction to discourse analysis: Theory and method*, 4<sup>a</sup> edizione. London, Routledge, 2014.

GEE James Paul, *Unified Discourse Analysis Language, Reality, Virtual Worlds and Video Games*. London/New York, Routledge, 2014.

GIBSON James J., *The Ecological Approach to Visual Perception: Classic Edition*. New York, Psychology press, 2014, p. 119-121.

JONES Rodney H. e Christoph A. HAFNER, *Understanding digital literacies: A practical introduction*. New York, Routledge, 2021, p. 192.

GINSBURG Kenneth R. et al., *The Importance of Play in Promoting Healthy Child Development and Maintaining Strong Parent-child Bonds*. *Pediatrics*, 2007, 119.1: 182-191.

GRAHAM Sage L. e Scott DUTT, *Negotiating Impoliteness in Online Gaming*, in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality Bloomsbury*. New York, Publishing USA, 2019, p. 202.

GLEDHILL Christopher, *Phraseology and Lexico-grammatical Patterns in Two Emergent Paragame Genres: Videogame Tutorials and Walkthroughs*, in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality Bloomsbury*. New York, Publishing USA, 2019, p. 59-60.

HE Wei 何威 e CAO Shule 曹书乐, *From E-heroin to Created in China: Discourse Change of Digital Game Coverage in People's Daily from 1981 to 2017*. *Chinese Journal of Journalism & Communication*. 2018, 40(5), p. 57-81.

JIMÉNEZ-CRESPO, MIGUEL A. "Translation and web localization." (2013).

RODNEY Jones H., Alice CHIK, and Christoph A. HAFNER. *Discourse and digital practices: Doing discourse analysis in the digital age*. Taylor & Francis, 2015.

JONES Steven E., *The meaning of video games: Gaming and textual strategies*. London/New York, Routledge, 2008, p. 2.

LEE Kwan Min, Namkee PARK e Seung-A. JIN, Narrative and Interactivity in Computer Games, in Peter VORDERER e Jennings BRYANT (a cura di), *Playing Video Games: Motives, Responses, and Consequences*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers, 2006, p. 265.

KRAWCZYK Marianne e Jeannie NOVAK, *Game Development Essentials: Game Story and Character Development*. Albany, New York, Thomson Delmar Learning, 2006, p. 246

MURRAY Janet, *Hamlet on the Holodeck: the Future of Narrative in Cyberspace*. New York, The Free Press, 1998.

NEWMAN James, *Videogames*. London/New York, Routledge, 2004

NEWON Lisa, Online Multiplayer Games, in A. GEORGAKOULOPOULOU e T. SPILIOTI (a cura di), *The Routledge Handbook of Language and Digital Communication*, New York, Routledge, 2016, p. 289.

O'HAGAN Minako e David Ashworth. Translation-mediated communication in a digital world: Facing the challenges of globalization and localization. Vol. 23. Multilingual Matters, 2002.

O'HAGAN Minako, Video Games as a New Domain for Translation Research: From Translating Text to Translating Experience. *Tradumàtica: Traducció i Tecnologies de la Informació i la Comunicació*, 2007, 5.

POOLE Steve, *Trigger Happy: Videogames and the Entertainment Revolution*. New York. Arcade Publishing, 2000.

PYM, Anthony. *The Moving Text. Localization, Translation, and Distribution*. Benjamins Translation Library, Vol. 49. 2003.

RUDGE Luke A., I Cut It and I ... Well Now What?" (Un)Collaborative Language in Timed Puzzle Games, in Astrid ENSSLIN e Isabel BALTEIRO (a cura di), *Approaches to Videogame Discourse: Lexis, Interaction, Textuality Bloomsbury*. New York, Publishing USA, 2019, p. 178-179.

SACKS Harvey, Emanuel A. SCHEGLOFF e Gail JEFFERSON, *A simplest systematics for the organization of turn-taking for conversation, language*, 50.4, 1974, p. 700.

SCHLIEM Aaron, GDC 2012 [March 5-9] increases localization focus, in "Multilingual 23 (4)", 2012.

SCHÄLER Reinhard, "Localization", in Mona Baker e Gabriela Saldanha (a cura di), *Routledge Encyclopedia of translation studies (2nd edition)*, Londra e New York, Routledge, 2009, pp. 157-161.

SIOLI Fulvio, Fabio MINAZZI e Andrea BALLISTA, Audio Localization for Language Service Providers, in "Multilingual localization: getting started guide", 2007 18-23, 2007. URL: <http://www.multilingual.com/downloads/screen-Supp91.pdf> (consultato il 13/01/2025).

SMITH Jonas Heide, Susana Pajares TOSCA e Simon EGENFIELD-NIELSEN. *Understanding video games: the essential introduction*, New York/London, Routledge, 2008.

SYLVESTER Tynan, *Designing Games: A Guide to Engineering Experiences*. O'Reilly Media, Inc., 2013, p. 34.

THAYER Alexander e Beth E. KOLKO, "Localization of digital games: the process of blending for the global games market", *Technical communications*, 51, 4, 2004, pp.477-488.

TOH Weimin, *A Multimodal Discourse Analysis of Video Games: A Ludonarrative Model*, tesi di dottorato. National University of Singapore, Singapore, 2015. WANG Binhua e Jeremy MUNDAY (a cura di), *Advances in Discourse Analysis of Translation and Interpreting: Linking Linguistic Approaches with Socio-cultural Interpretation*. London/New York, Routledge, 2022.

VENUTI Lawrence, Translation as Cultural Politics: Régimes of Domestication in English, in Mona BAKER (a cura di), *Critical Readings in Translation Studies*. London/New York: Routledge. 65-79., 75

WEST Joel e Michael MACE, Browsing as the killer app: Explaining the rapid success of Apple's iPhone. *Telecommunications Policy*, 34(5-6), 270-286, 2010.

YEE Nick, Motivations for Play in Online Games. *Journal of CyberPsychology and Behavior*, 9(6), 2007, p. 772-775.

ZHANG Meifang e FENG Dezheng, eds. *Multimodal approaches to Chinese-English translation and interpreting*. Routledge, Taylor & Francis Group, 2021.

## Sitografia e riviste online

ALTAGRAM, *Black Myth: Wukong - A Localization Journey with Altagram and Game Science*, altagram.com. URL: <https://altagram.com/case-studies/black-myth-wukong-a-localization-journey-with-altagram-and-game-science/> (consultato il 29/12/2024)

BAFTA, *The Best Videogames of 2024*, bafta.org, 2024. URL: <https://www.bafta.org/stories/best-video-games-2024#targetsection> (consultato il 01/01/2025).

CIESLAK Marc, *Is the Japanese Gaming Industry in Crisis*, news.bbc.co.uk, 2010. URL: [http://news.bbc.co.uk/2/hi/program-mes/click\\_online/9159905.stm](http://news.bbc.co.uk/2/hi/program-mes/click_online/9159905.stm) (consultato il 20/01/2025).

COFANO Luciano, *Black Myth: Wukong è il nuovo progetto di Game Science Studio*, it.ign.com, 2020. URL: <https://it.ign.com/blackmyth-wukong/172827/news/black-myth-wukong-e-il-nuovo-progetto-di-game-science-studio> (consultato il 02/01/2025).

CCTV, mianduimian | youxi + wenhua yin he chuquan you chuhai? Zhuanfang heishenhua zhizuooren Feng Ji 面对面 | 游戏+文化因何出圈又出海? 专访《黑神话》制作人冯骥 (Faccia a faccia | Come mai “gioco + cultura” riescono a conquistare il mercato interno e quello estero? Intervista a Feng Ji, il produttore di “*Black Myth*”). URL: [https://content-static.cctvnews.cctv.com/snow-book/index.html?item\\_id=13313300110792063586&toc\\_style\\_id=feeds\\_default&module=ccnews%3A%2F%2Fappclient%2Fpage%2Ffeeds%2Fdetail%3Furl%3Dhttps%253A%252F%252Fcontent-static.cctvnews.cctv.com%252Fsnow-book%252F](https://content-static.cctvnews.cctv.com/snow-book/index.html?item_id=13313300110792063586&toc_style_id=feeds_default&module=ccnews%3A%2F%2Fappclient%2Fpage%2Ffeeds%2Fdetail%3Furl%3Dhttps%253A%252F%252Fcontent-static.cctvnews.cctv.com%252Fsnow-book%252F) (consultato il 05/05/2025).

DI GIOIA Alessandro, *Sony e Tencent hanno acquisito il 30% di FromSoftware: 36,4 miliardi di yen investiti per lo studio di Elden Ring*, it.ign.com, 2022. URL: <https://it.ign.com/elden-ring/196344/news/sony-e-tencent-hanno-acquisito-il-30-di-fromsoftware-364-miliardi-di-yen-investiti-per-lo-studio-di> (consultato il 16/01/2025).

DIGIOIA Alessandro, *Black Myth: Wukong non sarà localizzato in italiano*, it.ign.com, 2023. URL: <https://it.ign.com/blackmyth-wukong/204668/news/black-myth-wukong-non-sara-localizzato-in->

[italiano](#) (consultato il 14/01/2025).

DI MATTEO Gabriele, Perché Tencent spende 1,27 miliardi di dollari per avere il brand dei videogiochi Sumo Group, [forbes.it](https://forbes.it), 2021. URL: <https://forbes.it/2021/07/22/perche-tencent-spende-127-miliardi-di-dollari-per-avere-il-brand-dei-videogiochi-sumo-group/> (consultato il 15/01/2025).

Dizionario Hoepli on line, “Videogioco”, URL: [https://www.grandidizionari.it/Dizionario\\_Italiano/parola/V/video-gioco.aspx?query=videogioco](https://www.grandidizionari.it/Dizionario_Italiano/parola/V/video-gioco.aspx?query=videogioco) (consultato il 27/12/2024).

ESA, *2023 Essential Facts about the U.S. Video Game Industry*, Theesa.com, 2023. URL: [https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/02/ESA\\_2023\\_Essential\\_Facts\\_FINAL\\_0709-2023-1.pdf](https://www.theesa.com/wp-content/uploads/2024/02/ESA_2023_Essential_Facts_FINAL_0709-2023-1.pdf) (consultato il 28/12/2024).

FRASCA Gonzalo, *Videogames of the Oppressed: Videogames as a Means for Critical Thinking and Debate*, tesi di Laurea magistrale, [ludology.org](http://ludology.org), 2001. URL: [www.ludology.org/articles/thesis](http://www.ludology.org/articles/thesis) (consultato il 05/01/2025).

IDEA, *I videogiochi in Italia nel 2022*, [ideassociation.com](http://ideassociation.com), 2022. URL: <https://ideassociation.com/wp-content/uploads/2024/04/I-videogiochi-in-Italia-nel-2023-1.pdf> (consultato il 28/12/2024).

GOV.CN, *wangluo youxi guanli zanxing banfa 网络游戏管理暂行办法* “Regolamento provvisorio sulla gestione dei giochi online”, [gov.cn](http://gov.cn) 2010. URL: [https://www.gov.cn/flfg/2010-06/22/content\\_1633935.htm](https://www.gov.cn/flfg/2010-06/22/content_1633935.htm) (consultato il 27/12/2024).

HANDIAN 汉典, “电子游戏”, URL: <https://www.zdic.net/hans/%E7%94%B5%E5%AD%90%E6%B8%B8%E6%-88%8F> (consultato il 29/12/2024).

LEONE Matt, Nearly Half of Cyberpunk 2077’s 5,000-person Team Worked on Localizing the Game, [polygon.com](http://polygon.com), 2025. URL: <https://www.polygon.com/gaming/506323/cyberpunk-2077-localization->

[data](#) (consultato il 17/01/2024).

Merriam Webster, “Video game”, URL: <https://www.merriam-webster.com/dictionary/video%20game> (consultato il 26/12/2024).

National Press and Publication Administration 国家新闻出版署, *guanyu fangzhi weichengnianren chenmi wangluo youxi de tongzhi* 关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知 “Circolare per prevenire l’assuefazione dei minori ai giochi online”, [nppa.gov.cn](http://nppa.gov.cn), 2019. URL: [https://www.nppa.gov.cn/xxfb/zcfg/gfxwj/201911/t20191119\\_4503.html](https://www.nppa.gov.cn/xxfb/zcfg/gfxwj/201911/t20191119_4503.html) (consultato il 13/01/2025).

Li Jing 李菁, *weijing shouquan chuanbo Hanghaiwang zhi manhua gongsi sunshi shangqianwanyuan, nanzi bei pibu* 未经授权传播《航海王》致漫画公司损失上千万元, 男子被批捕 (uomo arrestato per diffusione illegale del manga One Piece che ha causato perdite economiche di oltre 10 milioni di yuan), [thepaper.com](http://thepaper.com), 2019. URL: [https://www.thepaper.cn/newsDetail\\_forward\\_5228591](https://www.thepaper.cn/newsDetail_forward_5228591) (consultato il 04/01/2024).

METTS Jonathan, *The Treehouse Interview*, [nintendoworldreport.com](http://nintendoworldreport.com), 2004. URL: <https://www.ninten-doworldreport.com/inter-view/2205/the-treehouse-interview> (consultato il 19/01/2025).

Ministero della Cultura della PRC 中华人民共和国文化部, *guanyu kaizhan dianzi youxi jingying changsuo zhuanxiang zhili de yijian* 关于开展电子游戏经营场所专项治理的意见 “Parere relativo all’avvio di un’operazione speciale di regolamentazione degli esercizi dedicati ai videogiochi”, [gov.cn](http://gov.cn), 2000. URL: [https://www.gov.cn/gongbao/content/2000/content\\_60240.htm](https://www.gov.cn/gongbao/content/2000/content_60240.htm) (consultato il 20/12/2024).

MobyGames, “Genres”, URL: <https://www.mobygames.com/genre/> (consultato il 10/01/2024).

NEWZOO, *Global Games Market Report 2023*, [newzoo.com](http://newzoo.com), 2023. URL: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2023-free-version> (consultato il 05/01/2024).

SCHEREIRER Jason, *Nintendo's Secret Weapon*, kotaku.com, 2014. URL: <https://kotaku.com/inside-the-treehouse-the-people-who-help-make-nintendo-1301809672> (consultato il 19/01/2025).

NEWZOO, *2024 Global Games Market Report*, newzoo.com, 2024. URL: <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoos-global-games-market-report-2024-free-version> (consultato il 15/12/2024).

OBEDKOV Evgeny, *Genshin Impact tops \$5 billion in revenue in China alone, on track to hit \$10 billion globally in 2025*, gameworldobserver.com, 2024. URL: <https://gameworldobserver.com/2024/10/11/genshin-impact-revenue-china-5-billion-niko-partners> (consultato il 10/01/2025).

PEGI, *L'organizzazione PEGI*. URL: <https://pegi.info/it> (consultato il 17/01/2025).

VG Insights, *Black Myth: Wukong – Steam Stats*, vginsights.com, 2024. URL: <https://vginsights.com/game/black-myth-wukong> (consultato il 31/12/2024).

Vocabolario Treccani on line, “Videogioco”, URL: <https://www.treccani.it/enciclopedia/videogioco/> (consultato il 27/12/2024).

WIJAYA Jemmy Mikhael, Rangga Aditya ELIAS e Aditya PERMANA, *Government and Internet-based platform company Nexus in communist state: A case study of Tencent expansion to the world*. (articolo on line). *E3S Web of Conferences*. EDP Sciences, 2023. p. 02091. (consultato il 15/01/2025).

Wikipedia, “*Elden Ring*”. URL: [https://it.wikipedia.org/wiki/Elden\\_Ring](https://it.wikipedia.org/wiki/Elden_Ring). (consultato il 15/01/2025).

Wikipedia, “*Goku*”, URL: <https://it.wikipedia.org/wiki/Goku> (consultato il 04/01/2025).

Wikipedia, “*Skandha*”. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Skandha#Six\\_sense\\_bases](https://en.wikipedia.org/wiki/Skandha#Six_sense_bases) (consultato il 08/01/2025).

Wikipedia, “*The Cave of the Silken Web* (1927 film)”, URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Cave\\_of\\_the\\_Silken-Web\\_\(1927\\_film\)](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Cave_of_the_Silken-Web_(1927_film)) (consultato il 04/01/2025).

Wikipedia, “*The Monkey King* (miniseries)”. URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/The\\_Monkey\\_King\\_\(miniseries\)](https://en.wikipedia.org/wiki/The_Monkey_King_(miniseries)) (consultato il 04/01/2025).

Wikipedia, “Videogioco”, URL: <https://it.wikipedia.org/wiki/Videogioco> (consultato il 20/12/2024).

Wikipedia, “Video game”, URL: [https://en.wikipedia.org/wiki/Video\\_game](https://en.wikipedia.org/wiki/Video_game) (consultato il 20/12/2024).

Wikipedia, “xiyouji de yansheng zuoping liebiao 西游记的衍生作品列表” (opere collegate a *Il Viaggio in Occidente*), URL: <https://zh.wikipedia.org/wiki/%E8%A5%BF%E9%81%80%E8%A8%98%E7%9A%84%E8%A1%8D%E7%94%9F%E4%BD%9C%E5%93%81%E5%88%97%E8%A1%A8%E7%94%B5%E5%BD%B1> (consultato il 04/01/2025)

W3C, Text size in translation, w3.org, 2007. URL: <https://www.w3.org/International/articles/article-text-size> (consultato il 01/01/2024).

XIA Fei 夏斐, Diannaoyouxi miaozhun haizi de dianzhaoluoyin 电脑游戏 瞄准孩子的“海洛因” “I videogiochi sono l’eroina dei giovani”, Guangming Daily 光明日报, 2000. URL: <https://www.gmw.cn/01gmr/2000-05/09/GB/05%5E18415%5E0%5EGMA2-013.htm> (consultato il 23/12/2024).

Xinhua News Agency 新华社, *jianjue ezhi chenmi, baohu qingshaonian jiankang chengzhang — guojia xinwen chubanshu youguan fuzeren jiu guanyu fangzhi weichengnianren chenmi wangluo youxi de tongzhi da jizhe wen* 坚决遏制沉迷，保护青少年健康成长——国家新闻出版署有关负

责人就《关于防止未成年人沉迷网络游戏的通知》答记者问 “Fermare con decisione la dipendenza, proteggere la crescita sana dei giovani: Domande e risposte con il responsabile dell’Amministrazione statale per la stampa e le pubblicazioni in merito alla *Circolare per prevenire l’assuefazione dei minori ai giochi online*”, gov.cn, 2019. URL: [https://www.gov.cn/zhengce/2019-11/05/content\\_5448848.htm](https://www.gov.cn/zhengce/2019-11/05/content_5448848.htm) (consultato il 15/01/2025).

YIN-POOLE Wesley, *Black Myth: Wukong Sells an Incredible 10 Million Copies in Just 3 Days*, ign.com, 2024. URL: <https://www.ign.com/articles/black-myth-wukong-sells-an-incredible-10-million-copies-in-just-3-days> (consultato il 01/01/2025).

ZENG Dawei 曾大为, heishenhua wukong yingwen bendihua de beihou gushi 《黑神话：悟空》英文本地化的背后故事 “la storia dietro la localizzazione in inglese di *Black Myth: Wukong*”, news.qq.com, 2024. URL: [https://news.qq.com/rain/a/20240924A09EKE00?suid=&media\\_id=](https://news.qq.com/rain/a/20240924A09EKE00?suid=&media_id=) (consultato il 14/01/2025).

Zhang Mingmeng 张明萌, *dizao heishenhua – zhuanfang heishenhua wukong zhizuo tuandui* 缔造黑神话——专访《黑神话：悟空》制作团队 “creare il mito oscuro: intervista esclusiva alla *team di sviluppo di Black Myth: Wukong*”, news.southcn.com, 2024. URL: [https://news.southcn.com/node\\_9a0a9f6069/5f0746a240.shtml](https://news.southcn.com/node_9a0a9f6069/5f0746a240.shtml) (consultato il 20/01/2025).

ZHANG Mingmeng, duihua heishenhua wukong zhizuoren Fengji: ni zai zixin zhi dian shi, ye zai yumei zhi yuan 对话《黑神话：悟空》制作人冯骥：你在自信之巅时，也在愚昧之渊 “Quando raggiungi l’apice della fiducia, ti trovi anche nell’abisso dell’ignoranza”, news.southcn.com, 2024. URL: [https://news.southcn.com/node\\_9a0a9f6069/1f66-dc2cf5.shtml](https://news.southcn.com/node_9a0a9f6069/1f66-dc2cf5.shtml) (consultato il 02/01/2025).

Zhao Yuqi 赵羽祺, zongtai zhuanfang heishenhua wukong zhizuoren fengji: “doubajianxianyouchufa” 总台专访《黑神话：悟空》制作人冯骥：“斗罢艰险又出发” “Intervista esclusiva della CCTV al produttore di *Black Myth: Wukong* Feng Ji: ‘Dopo aver superato le avversità, ripartiamo ancora’”, cctvnews.cctv.com, 2024. URL: [https://content-static.cctvnews.cctv.com/snow-book/index.html?&item\\_id=7653085901326189948&toc\\_style\\_id=feeds\\_default&track-id=AF2ED26C-03B4-4564-8527-05015812BBF8\\_749467005971&share\\_to=qq](https://content-static.cctvnews.cctv.com/snow-book/index.html?&item_id=7653085901326189948&toc_style_id=feeds_default&track-id=AF2ED26C-03B4-4564-8527-05015812BBF8_749467005971&share_to=qq) (consultato il

12/12/2024).