

ЛОКАЛИЗАЦИЯ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР

М.В. Петраченко

Воронежский государственный университет

Аннотация:

В рамках данной статьи рассматривается культурная адаптация и локализация компьютерных игр. Актуальность данной темы заключается в том, что в современном мире компьютерные игры набирают всю большую популярность и вопрос их адаптации становится значимым в лингвистическом сообществе.

Ключевые слова:

Компьютерные игры, локализация, локализация компьютерных игр, культурная адаптация, культурная адаптация компьютерных игр

В различных странах к самому феномену видеоигры относятся по-разному: в Корее геймеры популярны так же, как и поп-звезды, а в Китае создан Комитет по этике, который призван оценивать видеоигры [13; 8].

Хоть отношение к компьютерным играм в России до сих пор неоднозначное, всё равно российский рынок сейчас — один из динамично развивающихся рынков компьютерной индустрии, объем которого увеличился на 23% в 2018 году [1]. Таким образом, с увеличением объема рынка перед современными лингвистами и переводчиками особо остро встала проблема локализации видеоигр.

Актуальность данной статьи связана с тем, что с локализацией придется так или иначе столкнуться всем, кто хочет выпустить игру на мировой рынок. От качества локализации зависит, как игру будут воспринимать люди в зарубежном пространстве.

Жанрово-стилистические особенности видеоигр

Видеоигра представляет собой аудиовизуальный продукт, как кинофильм, поэтому перевод игры во многом схож с переводом кинофильмов. Но в то же время имеется и ряд отличительных особенностей, так как видеоигра — это в том числе и программный продукт, что дает переводу схожесть с локализацией программного обеспечения [9].

Для начала следует уточнить, что в данном исследовании речь пойдет как о компьютерных играх (PC game), так и о консольных (console game, предназначенных для игры на приставке). Существует несколько видов классификаций игр:

1. по игровой платформе (консоли, персональный компьютер, мобильные);
2. по количеству игроков (одиночные, кооперативные, массовые многопользовательские онлайн);
3. по жанрам.

В настоящее время существует много различных жанров, но с точки зрения перевода и лингвистики наибольший интерес представляют:

1. “экшн” (от англ. action — “действие”) — динамичные игры, которые делают упор на быструю реакцию и азарт игрока;
2. ролевые (RPG — role-playing games) — основаны на традиционных настольных играх, в которых можно управлять персонажем, обладающим особыми характеристиками, и есть вариативность реакций персонажа на происходящее;
3. стратегии — игры, в которых игроку приходится применять свое стратегическое мышление и навыки планирования для достижения цели, так как зачастую эти игры обладают большими объемами информации и, следовательно, представляют наибольшую трудность для адаптации, ведь локализатору придется работать с совершенно новыми сферами.

От локализатора может потребоваться знание специализированных терминов, если, например, он локализует игру на военную тематику или симулятор какого-либо вида транспорта, и такой перевод будет схож по характеристикам с техническим. Если брать фэнтезийные игры, фантастику и научную фантастику, то от переводчика будут требоваться навыки художественного перевода, потому что многие игровые термины будут неологизмами, которые надо адаптировать под общую стилистику игры. Кроме того, в одной игре может быть смешение стилей: публицистический (журналы, статьи), художественный (дневники персонажей, книги), научный (описание какой-либо инструкции в игре), разговорный (диалоги) и официально-деловой (документы).

Уровни и виды локализации

Согласно Берту Эсселинку, локализация — это процесс, который «включает в себя лингвистические и культурные преобразования продукта, нацеленные на аудиторию определенной местности (страна, регион и т.д.) где данный продукт будет использоваться и продаваться», перевод же — «процесс преобразования письменного или устного текста одного языка в другой» [5, с. 3].

Bernal-Merino сформулировал термин “локализация” в коммерческом переводе, как “процесс создания продукции лингвистически, культурно, а также технически и юридически приемлемой для целевого языка и страны.” [2].

Можно выделить три уровня локализации:

1. минимальный, поддерживает только язык и национальный стандарт;
2. обеспечивает перевод текстов в интерфейсе на целевой язык;
3. тщательная подстройка к культуре-реципиенту [11].

Перед разработчиками, которые планируют выпускать игру в другой стране, стоит закономерный вопрос: что именно надо локализовать? Следовательно, для начала надо определиться с глубиной локализации — то, что может быть локализовано.

Традиционно выделяют следующие виды локализации (по нарастанию глубины):

1. бумажная.
Обычно локализации подвержены: коробка, маркетинговые материалы, руководство пользователя, обложка, сам продукт остается на языке оригинала;
2. поверхностная.
Локализация бумаги и меню, автор может добавить файл readme, свой копирайт и свою заставку в игру;
3. экономичная.
Переводится только текст игры — подсказки, диалоги, субтитры и т.д.;
4. углубленная.
Переводится звук в игре, оригинальные голоса переозвучивают и заменяют дубляжом;
5. избыточная.
Обрабатываются графические объекты, локализатору может понадобиться менять текст на изображении или убирать какие-либо запрещенные в стране символы;
6. глубокая.
Локализация сценария; вольная адаптация игры.

При выборе локализации любой длины ее предыдущие виды должны автоматически быть включены в локализацию (если было решено локализовать игровой звук, следует локализовать также интерфейс и меню) [11]. Глубину

локализации выбирает компания в зависимости от своего бюджета и целей, которые она хочет достигнуть.

Проблемы локализации

К локализации компьютерных игр стоит подходить с особой тщательностью, ведь плохая локализация может выглядеть, как “сигнал игрокам, что как разработчик, так и издатель не заинтересованы в своей целевой аудитории настолько, чтобы вкладывать деньги в качественную локализацию. Это может негативно повлиять на продажи локализованной игры, особенно если брать во внимание то, как среди игроков быстро распространяется информация в социальных сетях и многочисленных фанатских сайтах.” [5, с. 192].

Согласно А.Пашутиной, можно выделить несколько важных проблем [12].

Культурные ценности и ожидания аудитории

Игроки разных стран имеют различные культурные ценности и ожидания, которые зависят от их истории, национальности, политической системы, привычек, религии и моральных ценностей [6].

Вещи, которые могут быть приемлемы в одной культуре, в другой могут носить оскорбительный характер или иметь другое значение, отличное от того, которое подразумевал разработчик. Культурные отсылки могут быть восприняты негативно и послужить причиной для запрета игры или подвергнуться цензуре. Так, например, для выпуска в Германии в игре *Wolfenstein 2* были отредактированы некоторые элементы: у Гитлера убрали усы и заменили символ свастики на треугольник. Вместо обращения “*mein führer*” или “*Heil Hitler!*” используется “*mein kanzler*” или “*mein heiler*” [7].

Еще одна культурно специфичная вещь — это юмор. Зачастую он выражается в различных идиомах, игре слов и построен на культурном контексте страны, в которой разрабатывается игра. Все это должно быть учтено при адаптации, так как юмор могут использовать как один из приемов раскрытия персонажа. Адаптация юмора в видеоиграх не отличается от адаптации юмора в других типах произведений (театральных пьес или литературы), но из-за некоторых технических особенностей видеоигры ближе к переводу аудиовизуальных типов медиа. Задачей разработчиков является создание такого типа игры, которая будет впоследствии локализована на разные рынки [3].

Вячеслав Уточкин выделяет четыре критерия, по которым может быть подвергнуться цензуре:

7. История;
8. Религия;

9. Политкорректность;

10. Геополитика.

Также автор отмечает, что для локализации следует уделять внимание мелким деталям (фейерверки будут восприняты по-разному в России и Америке) и цветам, которые в разных странах имеют разные значения [15].

Стратегии культурной адаптации видеоигр

Качественная локализация может существенно повлиять на восприятие игры в другой стране, ведь, согласно С.Г. Тер-Минасовой, “родная культура — это и щит, охраняющий национальное своеобразие народа, и глухой забор, отгораживающий от других народов и культур. Весь мир делится таким образом на своих, объединенных языком и культурой людей и на чужих, не знающих языка и культуры.” [14, с. 18].

Следовательно, для того чтобы преодолеть этот “глухой забор” и достичь наилучший результат, локализатор должен не только знать культурные реалии и законодательство своей страны в данной области, а также владеть компьютерными технологиями, потому что иногда может потребоваться и адаптация графического контента, но еще и владеть инструментами перевода.

Перевод в данном случае — это сложная междисциплинарная задача, которая включает в себя перевод не только текста, который имеет непосредственное отношение к игре (реплики героев, т.н. “лор” — информация, которая существует внутри вселенной; субтитры), но еще и перевод пользовательского интерфейса, руководств, файлов с инструкциями, уведомлениях об ошибках, инструкции по установке игры и т.д. Для наиболее точного перевода может потребоваться знание из разных областей: отсылки к другим играм или частям серии. Также следует учитывать игры с нелинейным сюжетом, в которых развитие дальнейшей истории будет зависеть от выбора игрока, и приводить к различным концовкам. В таких случаях локализатору надо учитывать и то, что информация, которая была подана на ранних стадиях игры, может иметь смысл и значение в разных контекстах.

Для достижения наилучшего восприятия в культуре-реципиенте А.Ф. Costales выделяет следующие стратегии [4]:

Доместикация и форенизация

Доместикация и форенизация — это переводческие стратегии, которые определяются на основании того, насколько локализатор стремится приблизить перевод к нормам культуры-реципиента.

При фореализации локализатор может решить сохранить особенности оригинала даже в ущерб легкости восприятия у носителей культуры-реципиента. В данном случае переводчик может даже не переводить некоторые участки игры (имена, места, реплики во время боя, термины).

Если же локализатор старается максимально адаптировать перевод к нормам принимающей культуры, пусть даже ценой некоторых моментов оригинала перевода, которые пришлось отбросить, то речь идет о доместицирующем переводе. При доместикации локализатор может прибегнуть к адаптации, генерализации и опущению. В адаптации незнакомые для принимающей культуры элементы заменяются знакомыми, а в генерализации конкретные понятия заменяются общим. К опущению прибегают довольно редко, так как оно предполагает замену иностранной реалии на другую схожую единицу в языке принимающей культуры.

Прагматическая адаптация текста

Прагматическая адаптация текста — внесение определенных поправок на социально-культурные, психологические и иные различия между получателями оригинального и переводного текста [17, с. 272].

В данном случае локализатор большой упор на реципиента данного перевода и может вставлять поясняющую информацию, опускать излишнюю информацию и делать интерпретацию исходного текста, чтобы донести до реципиента сопоставимое с оригинальным эмоциональное воздействие. Однако при таком переводе могут быть утеряны элементы оригинала, если они отсутствуют в принимающей культуре.

Такую стратегию локализации чаще всего можно наблюдать в играх, которые делают больший упор на нарративную составляющую и обширные сюжеты [4].

Дословный перевод

Дословный перевод можно использовать при переводе названий спортивных игр и симуляторов различных видов транспорта. Кроме названий такие игры зачастую изобилуют различными терминами, связанными со сферой данных игр в реальной жизни. Такой перевод будет схож с техническим, где основной упор будет сделан на специфическую терминологию.

Сюда также можно отнести и буквальный перевод, в который входит транслитерация, транскрипция и калькирование.

Отсутствие перевода названий

Названия игр зачастую оставляют на языке оригинала, так как они являются товарной маркой, которая должна быть едина и узнаваема во всем мире. Так же это может быть связано с тем, что при переводе на другой язык название может отличаться по количеству букв и занимать слишком много места на обложке, что может испортить ее дизайн.

Компенсация

Зачастую перевод юмора, каламбуров или игры слов может вызвать у переводчика наибольшие затруднения, поэтому он может прибегнуть к такой стратегии, как компенсация.

Компенсация — это способ адаптации, при котором элементы смысла, утраченные при переводе единицы иностранного языка в оригинале, передаются в тексте перевода каким-либо другим средством, причем необязательно в том же самом месте текста, что и в оригинале. Таким образом, восполняется («компенсируется») утраченный смысл, и, в целом, содержание оригинала воспроизводится с большей полнотой. При этом нередко грамматические средства оригинала заменяются лексическими и наоборот [10, с. 185].

Заключение

При адаптации компьютерной игры используются различные методики, так как это сложная и трудоемкая задача, которая требует от локализаторов обширных знаний в различных областях жизни. Индустрия компьютерных игр растет и развивается с каждым днем, и это, соответственно, повышает спрос на локализацию и открывает новые возможности для изучения аспектов данной темы.

Литература

1. Шаляпин А. Google: российский гейминг рос в два раза быстрее мирового. — URL: <https://gmbox.ru/materials/39612-google-rossiyskiy-geyming-ros-v-dva-raza-bistree-mirovogo> (дата обращения: 21.04.19)
2. Bernal-Merino M.Á. On the Translation of Video Games. — 2006. — URL: https://www.jostrans.org/issue06/art_bernal.php (дата обращения: 09.02.2020)
3. Costales A.F. Adapting humor in videogames localization. — 2011. — URL: https://www.researchgate.net/publication/244993185_Adapting_humor_in_videogames_localization (дата обращения: 01.02.2020)
4. Costales A.F. Exploring translation strategies in video game localisation : MonTI. Monografías de Traducción e Interpretación. N. 4 2012. — С.385-408
5. Esselink B. A Practical Guide to Localization. —Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Company. — 2000. — 488 с.

6. Mangiron C. Games without borders: The cultural dimension of game localisation. — 2015. — URL: https://www5.uva.es/hermeneus/wp-content/uploads/arti06_18.pdf (дата обращения: 18.02.2020)
7. Stav Ziv Killing Video Game 'Wolfenstein II' Censored in Germany. — URL: <https://www.newsweek.com/nazi-killing-video-game-wolfenstein-ii-censored-germany-700525> (дата обращения: 10.02.2020)
8. Zheping Huang China forms new body to review ethics risks of video games / South China Post 07.12.18. URL: <https://www.scmp.com/tech/policy/article/2176954/china-forms-new-body-review-ethics-risks-video-games> (дата обращения 20.04.19)
9. Анисимова А.Т. Феномен компьютерной игры в переводоведческом дискурсе // Научный вестник ЮИМ. 2018. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/fenomen-kompyuternoy-igry-v-perevodovedcheskom-diskurse> (дата обращения: 06.01.2020).
10. Комиссаров В.Н. Теория перевода (лингвистические аспекты) – М.: Высшая школа, 1990. — 253 с.
11. Мерлян С. Е. Локализация как разновидность переводческой деятельности / С. Е. Мерлян ; науч. рук. С. А. Песоцкая // Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых, г. Томск, 21-23 мая 2014 г. : в 3 ч. — Томск : Изд-во ТПУ, 2014. — Ч. 1. — С. 241-247.
12. Пашутина А. Локализация компьютерных игр: суть, проблемы и решения. 03.08.04. URL: <http://dailytelefrag.com/articles/read.php?id=1291&page=4> (дата обращения: 25.12.19)
13. Потапова О.С. Компьютерная игра в пространстве культуры. – Н.Новгород: Вестник ННГУ. Выпуск 4. – 2010. – С. 349-353
14. Тер-Минасова С. Г. Язык и межкультурная коммуникация : учебное пособие — М.: Слово/Slovo, 2000. — 624 с.
15. Уточкин В. Особенности локализации игр на иностранные рынки // Хабр. — URL: <https://habr.com/ru/post/324496/> (дата обращения: 19.12.2019)