

ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА ПРИ РЕАЛИЗАЦИИ СТРАТЕГИИ ЛОКАЛИЗАЦИИ ВИДЕОИГР

Е.А.Свистун (Минск, МГЛУ)

В материалах рассмотрена роль локализации при продвижении видеоигр, перевод видеоигр анализируется с точки зрения компонента локализации видеоигр, приводятся примеры различных уровней локализации: коробочная локализация, локализация интерфейса, текстовая локализация и графическая локализация.

Ключевые слова: *перевод; локализация видеоигр; безэквивалентная лексика.*

FEATURES OF TRANSLATION WHEN IMPLEMENTING A VIDEO GAME LOCALIZATION STRATEGY

A. Svistun (Minsk, MSLU)

The materials discuss the role of localization in the promotion of video games, the translation of video games is analyzed like a component of the video games localization, examples of different levels of localization are given: boxed localization, interface localization, text localization and graphic localization.

Key words: *translation; video game localization; non-equivalent vocabulary.*

В современном мире игровая индустрия развивается быстрыми темпами. На данный момент – это крупнейшая индустрия развлечений, аудитория которой превысила 3.7 миллиарда человек. Следует отметить, что часть успеха видеоигр зависит от её успешной локализации, что и делает её доступной для пользователей со всего мира. Локализация является компонентом продвижения продукта, и подразумевает не только перевод игрового текста. В контексте проведённого исследования локализация рассматривается как адаптация продукта к лингвокультурному сообществу.

В рамках данного исследования рассмотрим перевод как основной компонент стратегии локализации видеоигр. Перевод и локализация – это два разных инструмента, два разных подхода к решению разных задач, но при этом локализация всегда подразумевает перевод, а не наоборот. Безусловно, из плохой игры хорошую не сделает даже самая лучшая локализация, но плохая локализация может легко испортить хорошую игру.

Существует несколько уровней локализации видеоигр, связанных с переводом. Первый – коробочная локализация. Если игра выходит на физическом носителе, то локализуется то, что написано на упаковке. Если она продается не на физическом носителе, а на какой-либо платформе, то переводится ее страница в магазине: описание и иллюстрации.

Второй уровень – локализация интерфейса – подразумевает то, что в игре будут переведены не только описание и коробка, но и интерфейс. Понятие «интерфейс» объединяет в себе различные игровые меню, технические настройки, элементы управления, показатели игровых характеристик, окно ввода-вывода сообщений, игровую мини-карту и другое. В наши дни локализация интерфейса используется повсеместно.

Третий уровень – перевод текста, или текстовая локализация. В видеоиграх текст может встречаться в самых разных формах. Это могут быть различные записи, текстовые диалоги, титры и субтитры. Следует отметить, что локализацию интерфейса и текста часто объединяют в понятие «экономичная локализация».

При озвучке переведенного текста возникают определенные трудности. Обычно в играх звук разбит по файлам, где один файл – одна фраза, поэтому перед актером озвучки стоит задача – начитать текст таким образом, чтобы русский вариант совпал по длительности с соответствующим текстом оригинала.

Завершающим уровнем локализации видеоигр, связанных с переводом, является графическая локализация – она подразумевает, что все имеющиеся в игре надписи должны быть переведены. Это могут быть газеты, объявления, вывески магазинов, рекламные билборды, постеры, указатели. Более того, при графической локализации адаптируют различные символы и знаки, а иногда даже игровые сцены.

Хорошим примером является игра “Wolfenstein 2 the new colossus”, где действие игры разворачивается в альтернативных США, оккупированных нацистами для игроков из Германии символы свастики были заменены на нейтральные. Также образ Гитлера претерпел изменения. Теперь он не фюрер, а канцлер, со сбритыми усами. Также его реплики переозвучили, и они стали менее схожи с его настоящим голосом.

Ознакомление является обязательным этапом подготовки к переводу и локализации игры. Независимо от того, насколько большой или маленький проект, переводчик должен просмотреть материал, с которым ему предстоит работать. Когда переводчик ознакомился с проектом, разработчики обеспечивают его всеми игровыми данными, которые подлежат локализации. Иначе эти данные называются Loc Kit. «Правильный» лок-кит должен включать документ с пронумерованными игровыми диалогами, выдержки из дизайн-документа, содержащие биографию персонажей и сюжет, звуковые дорожки, словарь и инструкцию по переводу. Но не всегда переводчики обеспечены таким объёмом информации. Ошибки в переводе могут возникнуть по разнообразным причинам, но самая распространённая из них – недостаток контекста.

Приведём пример из игры “Dark Souls” фраза “**Through the darkness**” была переведена как “**В тьму**”, что изменило смысл и сбilo игроков с толку. Оригинал подразумевал движение через препятствие, тогда как перевод создавал впечатление о полном погружении.

Ещё один пример текстовой локализации из игры “The Witcher 3” в которой слово “sorceress” было переведено как **колдунья**, что абсолютно не соответствует особенностям персонажей. В контексте вселенной игры “магички” обладают особыми способностями, знаниями и часто играют важную роль в политике и обществе. Возможно, использование термина “магичка” или “волшебница” было бы более подходящим, так как оно сохраняло бы ассоциацию с силой и властью без негативных коннотаций.

Названия городов или мест могут быть переведены неверно. Например, в игре “Skyrim” название “**Whiterun**” перевели как “**Белый Бегун**”, хотя более подходящий перевод был бы “**Белая Гонка**”.

Следующая ошибка связана с наличием в языках безэквивалентной лексики, которая отражает уникальность восприятия и вербализации окружающей действительности различными языковыми общностями. Термин «безэквивалентная лексика» наиболее точно описан В. Н. Комиссаровым – «лексические единицы исходного языка, не имеющие регулярных словарных соответствий в языке перевода». Пример из игры “The Last of Us” Главная героиня говорит фразу, где упоминается слово *bigot*, которому в русском языке нет регулярного эквивалента. Однако, в русской локализации данное слово было переведено, как “шовинист”, которое не имеет никакого отношения к событиям, происходившим в игре ранее. Это слово следовало перевести как фанатик.

Таким образом, перевод является невероятно важным элементом локализации продукта. А локализация в свою очередь является ключевым компонентом продвижения видеоигр. Благодаря чему игровая индустрия развивается быстрыми темпами и охватывает большую аудиторию.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Воронцова А. С. Спицына Н. Н. ОСОБЕННОСТИ ПЕРЕВОДА КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР / Воронцова А. С. Спицына Н. Н. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/240735/1/52-56.pdf>
2. Дубовой, С. Что такое локализация и чем она отличается от перевода? / С. Дубовой. – Режим доступа: <https://dtf.ru/flood/21327-cto-takoe-lokalizaciya-ichem-ona-otlichaetsya-ot-perevod>
3. Кунцев, В. А. Товмирзаев Д. Р. Особенности Локализации видеоигр / – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/bitstream/123456789/217775/1/510-515.pdf>