

УДК 81'255.2:[793.7-028.23:004.9
DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2022.5.2/04>

Головащенко Л. С.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

Лимар М. Ю.

Чорноморський національний університет імені Петра Могили

ЛОКАЛІЗАЦІЯ І ПЕРЕКЛАД КОМП'ЮТЕРНИХ ІГОР НА ПРИКЛАДІ ВІДЕОГРИ «S.T.A.L.K.E.R.: ТІНЬ ЧОРНОБИЛЯ»

У статті основну увагу приділено вивченню особливостей перекладу відеоігор з огляду на доцільність їх локалізації, яка є важливою умовою для успішного поширення аудіовізуальної продукції на національних ринках. Комплексно застосовуючи компаративний метод та метод лінгвостилістичного аналізу, автори дослідження обґрунтовують важливість локалізації, пояснюють її відмінність від звичайного перекладу.

Визначено, що комп'ютерні ігри є способом психологічного розвантаження та джерелом нових емоцій. Через свою розповсюдженість і популярність вони вимагають якісного перекладу, який передбачає не лише дотримання технічних вимог, але і адаптації з урахуванням культурних особливостей цільової аудиторії. З'ясовано, що окреслену проблему вирішує локалізація. У спрощеному варіанті, термін «локалізація» використовується як синонім до «перекладу» у сфері відео індустрії. Проте, автори зазначають, що локалізація є більш глибоким поняттям і полягає у поєднанні мови та технологій для створення продукту, який може перетинати культурні та мовні бар'єри. Високий рівень локалізації передбачає адаптацію тексту, графіки і навіть дизайну користувальницького інтерфейсу, що у свою чергу унеможливується без якісного перекладу. Різні рівні локалізації передбачають створення продукту, який можна охарактеризувати як стандартизований (який не вимагає перекладу, а єдиною доступною мовою є мова оригіналу); напівлокалізований; локалізований; високолокалізований; та культурно-специфічний (з повним перекладом на цільові мови, разом з необхідною культурною адаптацією).

У практичній частині статті автори підіймають питання перекладу та адаптації відеоігри «S.T.A.L.K.E.R.: Тінь Чорнобиля» та доходять висновків, що україномовна та англійськомовна версії гри є скоріше варіантами перекладу, аніж локалізації, у зв'язку із чим постає питання про переосмислення її адаптації до національних ринків.

Ключові слова: переклад; адаптація; локалізація; комп'ютерна гра; відеогра; S.T.A.L.K.E.R.

Постановка проблеми. У сучасному світі комп'ютерні ігри є суттєвою складовою ринку відео індустрії. Вони є одним із найбільш поширених та доступних способів психологічного розвантаження. Комп'ютерні відеоігри переносять гравця у інший вимір, де йому доступні речі, які є недоступними у реальному житті [1, с. 252]. Це дає відчуття свободи та нових емоцій. У зв'язку із цим індустрія відеоігор набуває великої популярності. Її продукція реалізується не лише на внутрішньому, але й на міжнародному ринку. З метою отримання високого прибутку і широкого розповсюдження товару, реалізація аудіовізуального продукту в іншій країні вимагає його адаптації для локальних ринків та їх споживачів.

У зв'язку із стрімким зростанням конкуренції у зазначеній сфері, пропонувати комп'ютерні ігри винятково англійською мовою, що перед-

бачає створення більш універсального контенту, не видається можливим. Збільшується кількість споживачів, головна потреба яких – це отримувати максимум задоволення від процесу гри зрозумілою мовою, а не витратити час на входження у іншомовне віртуальне середовище. Якісний переклад є частиною локалізації гри, тобто – її адаптації до мовних потреб певної категорії суспільства.

Майже кожен, хто має доступ до всесвітньої мережі Інтернет, отримує можливість зануритись у віртуальний світ, використовуючи будь-який девайс або смартфон, комп'ютер чи ігрову приставку, що не є принциповою проблемою. Більш важливим є питання, чи надає виробник аудіовізуального контенту можливість доступу до найновіших ігор із будь-якої країни світу. Саме з цієї причини локалізація ігор видається вагомим

аспектом, який необхідно враховувати при просуванні продукту на міжнародному ринку. Адаптованість або локалізація ігор передбачає не лише поліпшення не лише самого контенту, але й слугує фактором покращення взаємодії користувачів по всьому світу. Розробники мають бути обізнаними щодо цензури та правил використання контенту на рівні глобальних ринків, на які вони націлені. Власне, локалізація передбачає процес прийняття продукту та встановлення його лінгвістичної і культурної відповідності цільовому регіону (країні, мові), де він буде використовуватися і продаватися. Високий рівень локалізації охоплює всі аспекти – від адаптації тексту до окремих знаків, графіки і навіть дизайну користувацького інтерфейсу, що у свою чергу стає можливим лише за умови здійснення якісного перекладу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ступінь важливості проблеми можна визначити шляхом аналізу сучасної наукової літератури з проблем перекладу та локалізації. Праці з теорії перекладу актуалізують вивчення рівнів еквівалентності перекладу у працях таких вітчизняних та закордонних лінгвістів та перекладачів як Степана Бархударова, Юрія Онищенко, Хізер Максвел-Чандлер (Heather Maxwell-Chandler). Зокрема, Х. Максвел-Чандлер характеризує «локалізацію ігор» досить узагальнено як «фактичний процес перекладу об'єктів мови у відеогрі на інші мови» [12, р. 4].

Значимо, що перекладацьким трансформаціям, які широко застосовуються до перекладу відеоігор, присвячені дослідження Дмитра Кузьменка, Вікторії Лободи, Філіпа Керра (Philip Kerr), а такі вчені як Вілен Коміссаров та Ірина Алексеева є авторами класифікацій видів перекладу. Серед вітчизняних дослідників питаннями перекладу та локалізації відеоігор займаються Тетяна Дружина, Тетяна Кушнірова, Максим Домаренко, Світлана Єльцова. Ведуться дискусії щодо співвідношення та коректності термінів «відеогра» та «комп'ютерна гра». Наряду з цими термінами існують й інші варіанти. Наприклад, Кармен Мангірон (Carmen Mangiron) та Мінако Охаган (Minako O'Hagan) у своїх роботах використовують слово «відеоігри» [12], а експерт із відеоігор Ерік Хеймбург (Eric Heimburg) пропонує інший, точніший термін «багатокористувацька онлайн-рольова гра» – “massively multiplayer online role-playing game (MMORPG)” [10]. Мігель Бернал-Меріно (Miguel Bernal-Merino) виділяє ще такі терміни, як «цифрова гра», «електронна гра» та «мультимедійне інтерактивне розважальне

програмне забезпечення» [7, р. 75–76]. У даній статті ми використовуємо терміни «відеогра» та «комп'ютерна гра» як тотожні.

Постановка завдання. Метою дослідження є вивчення поняття локалізації і, зокрема, особливостей перекладу відеоігор у контексті їх лінгвістичної адаптації. У роботі комплексно використовуються компаративний метод та метод лінгвостилістичного аналізу.

Виклад основного матеріалу. При обговоренні різних аспектів адаптації та перекладу відеоігор, досить часто використовується термін «локалізація». Однак, він зустрічається не лише в ігровій тематиці, а й у різних дисциплінах, таких як географія, медицина та економіка, а також у галузі програмного забезпечення. Власне, поняття локалізації різними науковцями визначається неоднаково. Наприклад, голландський перекладач Берт Есселінк (Bert Esselink) зазначає, що: «локалізація полягає у поєднанні мови та технологій для створення продукту, який може перетинати культурні та мовні бар'єри» [6, р. 7]. Разом із тим, італійський теоретик перекладу та термінолог Пітер Сандріні (Peter Sandrini) конкретизує локалізацію як адаптацію продукту, статті чи сайту до місцевої аудиторії, погоджуючись, що перекладачі повинні набути технічних навичок, достатніх для подолання непорозумінь із технічними відділами, які не мають необхідної мовної та культурної спеціалізації [14].

Як зазначає інший голландський лінгвіст Е. Хеймбург: «локалізація в контексті перекладу відеоігор – це вид перекладу продукту з елементами культурної адаптації». У даному випадку мова йде про адекватність перекладу, перекладацькі рішення і трансформації, близькість до оригіналу, якість перекладу та художнє оформлення (наприклад, дубляж) [10].

На сьогодні, великі компанії-розробники програмного забезпечення все частіше розглядають локалізацію як найважливіший вид діяльності. По мірі зростання ігрового ринку та кількості користувачів, локалізація дозволяє компаніям позиціонувати себе на нових ринках і розширювати свої можливості. З цієї причини та з метою зменшення культурних та мовних відмінностей задля досягнення найкращих результатів при перекладі будь-якою цільовою мовою, вкрай важливо працювати з командою, яка має не лише досвід з питань технічної розробки ігор, але і володіє навичками їх практичної локалізації.

Досліджуючи питання локалізації та мовної адаптації, важливо розуміти, що міжнародні та

національні ринки надають перевагу різним рівням локалізації, залежно від бажань та очікувань своїх цільових груп. Ці рівні локалізації передбачають створення оновленого аудіовізуального продукту, який можна охарактеризувати як *стандартизований* (standardised), який не вимагає перекладу, а єдиною доступною мовою є мова оригіналу; *напівлокалізований* (semi-localised); *локалізований* (localised); *високолокалізований* (highly localised); та *культурно-специфічний* (culturally-customised) з повним перекладом на цільові мови, разом з необхідною культурною адаптацією. Власне, всі професійні чи розважальні сфери людського життя, які сьогодні залежать від розвитку ІТ-технологій, потребують досконалої адаптації до місцевих потреб, що також передбачає використання місцевих мов, що без сумніву можна вважати знаком поваги до користувачів [6, р. 75–76].

Локалізація може бути успішною лише за умови урахування історії, культури та традицій, особливостей законодавства цільової країни. Зокрема, українські дослідники влучно наголошують на тому, що гра, у якій українців змальовують як негативних персонажів, не матиме успіху на національному ринку. Якщо ж розробник ставить за мету подолати цей бар'єр, то гостро може постати питання часткової зміни сценарію [2, с. 62]. Враховуючи зазначене, можна зробити і аналогічні висновки щодо мовної адаптації. Сумнівно, що користувачі прихильно ставитимуться до аудіовізуального продукту, де рідною для них мовою будуть озвучені персонажі, які ситуативно або традиційно вважаються другорядними, неповноцінними, або такими, що асоціюються зі злом.

Польська дослідниця Івона Мазур (Iwona Mazur) зазначає, що різноманітність формату мовного матеріалу, яка включає у себе аудіозаписи (над якими працюють актори дубляжу), внутрішньо-ігрові тексти, субтитри, анімації, інтерфейс та зображення, додатково підкреслює відмінність локалізації відеоігор від інших видів перекладу. Іншою відмінністю І. Мазур називає наявність значної кількості супутнього матеріалу, який теж вимагає якісного перекладу [13, с. 122]. Такий матеріал охоплює веб-сайт компанії та гри, їх сторінки на торгових майданчиках, текстове оформлення упаковки продукту, рекламу – трейлери і тизери.

Процес локалізації відеоігри складний і багатокomпонентний. Він включає в себе переклад власних назв, меню гри і функціональні кнопки, елементи самої гри, відео і аудіо матеріали. Саме через це існує чимало проблем та складнощів

локалізації. Розробники та видавці формують спеціальний штат перекладачів або доручають виконання перекладу агентствам та бюро. Другий варіант видається економічно найбільш оптимальним, оскільки у багатьох випадках допомагає звести кількість помилок до мінімуму. Так народилася індустрія локалізації програмного забезпечення. Першочергово, вона зосереджувалася на веб-сайтах, а потім – почала активно розвиватися та розширюватись [13, с. 122].

Якість локалізації можна визначити, головним чином, за відгуками самих користувачів. Якщо гравець відчуває повне занурення у атмосферу відеоігри і у нього не виникає ані потреби, ані бажання шукати її іншомовний оригінал (власне, у нього, в принципі, не виникає думки, що гра була розроблена в іншій країні), тоді вважається, що локалізацію здійснено успішно. З метою досягнення такого ефекту, до перекладу відеоігор застосовують різні прийоми – трансформації і транскодування, зокрема власних назв та імен.

Одним із прикладів україномовної локалізації відеоігор є «S.T.A.L.K.E.R. : Тінь Чорнобиля» від українського розробника GSC Game World, яку характеризують як «шутер» (shooter) у жанрі «хоррор» (horror) з елементами виживання. Англomовна версія гри була оприлюднена у березні 2007 року, незадовго до офіційного виходу її україномовної версії, що дає формальні підстави вважати англomовну версію основною, зорієнтовану на більш широкий загаль користувачів.

Проте, потрібно розуміти, що гра була розроблена за мотивами повісті братів Стругацьких «Пікнік на узбіччі» («Пикник на обочине») 1972 року та частково – серії книг «S.T.A.L.K.E.R.» або «СТАЛКЕР», яка виходила і до, і після розробки гри. Мовою книги «Пікнік на узбіччі» є російська, так само як і більшості книг серії. Саме тому, доречно говорити як про локалізацію англійською, так і українською мовою. І це є принциповим питанням з огляду на той факт, що український розробник GSC Game World є також власником прав на серію книг.

Базовою особливістю серії ігор «S.T.A.L.K.E.R.» є локаліції, створені на основі документальних зйомок, зроблених у зоні відчуження Чорнобильської АЕС. Станом на 24 березня 2007 року проект «S.T.A.L.K.E.R.» займав восьму позицію в чарті продажів для різних платформ, і першу – серед комп'ютерних ігор за рейтингом британської організації ELSPA. А вже через рік – 12 лютого 2008 року – було надано інформацію про тираж гри обсягом 1,65 млн копій.

Аналізуючи варіанти локалізації «S.T.A.L.K.E.R.: Тінь Чорнобиля», справедливо відзначити, що у випадку англomовної версії гри, варіант «локалізації» є спрощеним і фактично прирівнюється до традиційного перекладу (відповідно до концепції Х. Максвел-Чандлер). У такому випадку, зберігається колорит та атмосферність оригіналу (основної версії або твору, який покладено в основу аудіовізуального продукту), але локалізація стає частковою, або такою, що взагалі не адаптує гру до цільової аудиторії.

Найчастіше для перекладу імен та власних назв використовується прийом транскодування, зокрема – транслітерація – метод перекладу, коли літера однієї мови має еквівалентний звук в іншій мові. Ми зустрічаємо персонажа з іменем *Сидорович*, який у локалізації англійською мовою має ім'я *Sidorovich*. Інші приклади: *Полкан / Polkan; Василь Петрович / Vasily Petrovich; Вадим Чубко / Vadim Chubko; Максименко / Maksimenko*. Іншим варіантом транскодування є транскрипція – формальне пофонемне відтворення вихідної лексичної одиниці за допомогою фонем цільової мови. Наприклад, персонаж *Ной* та його ім'я англійською – *Noah*. Проте, при якісній, поглибленій локалізації власні імені необхідно перекладати з урахуванням їх змістового завантаження, адже добре підібрана власна назва додає грі унікальності та глибини змісту і може допомогти розкрити характер героя ще до того, як гравець з ним познайомиться ближче [4, с. 109]. Вдалим прикладом мовної локалізації є персонаж *Мічений*, який в англійській версії гри має ім'я *Marked One*, тобто в перекладі – *обраний*. Якби ім'я було транслітеровано, воно просто втратило б своє значення для англomовного гравця. Натомість, у перекладі зберігається натяк на важливість персонажа із таким ім'ям.

Термін «перекладацька трансформація» може інтерпретуватися по-різному. По-суті, вона є відношенням між вихідними та кінцевими мовними виразами та заміна в процесі перекладу однієї форми вираження іншою. Також, її можна вважати перетворенням, за допомогою якого здійснюється досягнення еквівалентності [5, с. 72]. Наприклад: *удар / impact; онік / burn; наскудство / damn it; відносини / attitude; душа / soul*. Тобто бачимо, що розробники використовують дослівний переклад з мови оригіналу.

Найчастіше перекладачі до того, як почати роботу складають глосарій, який включає в себе усі імена персонажів, назви видів зброї, предмети, локації, артефакти, сцени, меню, опції, команди та бестіарій. Останнє – це окрема категорія тек-

стів, де описуються внутрішньо ігрові суперники або вороги (монстри та чудовиська), їхнє походження, сильні та слабкі сторони, випадки з життя та цитати. Такі тексти є художніми і над ними перекладачам слід працювати так само, як і над листами, книгами, записками, діалогами – тобто вдаватися до стратегій художнього перекладу. Як зазначає дослідник Юрій Ковалів: «Бестіарій – середньовічна збірка історій про незвичайних тварин, птахів, риб та рослин. Бестіарій – це тип середньовічної книги, організованої у вигляді словника і містить записи про фізіологію тварин (або овочів)» [3, с. 124]. Відмінною рисою даних текстів є наявність імені персонажа або назви істоти, які перекладаються по-різному. Як правило, для імен використовують метод транслітерації, а для перекладу назв істот – їх словникові відповідники. Найбільшою складністю, що виникає при перекладі лексики нереального світу – це відсутність еквіваленту в цільовій мові через відсутність об'єкта, який ця власна назва позначає. У «S.T.A.L.K.E.R.» гравець може зіштовхнутися з великою кількістю істот, серед яких *сліпа собака / blind dog; кабан / mutated boar; химера / chimera; кровосос / bloodsucker; гризун / rodent; снорк / snork; карлик / karlik; нривид зомбі / ghost zombie*.

Назва гри є також важливим об'єкт перекладу у процесі локалізації. Цікавим є той факт, що найчастіше перекладачі використовують стратегію «no translation» і залишають назву оригіналу (літературного джерела або базової версії гри). Також, експерти з локалізації можуть використати частковий переклад, як у випадку з розглянутою грою: «S.T.A.L.K.E.R.: Shadow of Chernobyl» – «S.T.A.L.K.E.R.: Тінь Чорнобиля». Інша гра – «Assassins' Creed» – має велику кількість доповнень, частина яких має частковий переклад (напр. «Assassin's Creed: Єдність», «Assassin's Creed: Изгой», а частина – ні (напр. «Assassin's Creed: Revelations», «Assassin's Creed IV Black Flag», «Assassin's Creed IV Black Flag» [9]).

Висновки та перспективи досліджень. Індустрія комп'ютерних ігор в наш час наблизилася до кінофільмів за обсягом залучених коштів та ступенем інтернаціоналізації. Світові компанії зацікавлені в експорті відеоігор на міжнародний ринок, що вимагає якісної локалізації аудіовізуального продукту. У спрощеному варіанті, термін «локалізація» використовується як синонім до «перекладу» у сфері відео індустрії. Проте, цей термін варто трактувати ширше. У більшості випадків під локалізацією розуміється процес не лише власне перекладу, але й адаптації текстового та аудіовізуального

матеріалу гри для ринку цільової країни, в ході здійснення якого, перекладачу слід враховувати все різноманіття специфічних національних рис вихідної культури і особливостей реальної дійсності цільової культури. Лінгвістична локалізація відтворення лексичних одиниць з мови оригіналу мовою перекладу,

зміну художніх засобів, дубляж та створення нових аудіозаписів. Отже, можемо зробити висновок, що дослідження способів якісної локалізації, як і перекладознавство вже наявних версій культових відеоігор, є перспективним напрямком філологічних та перекладацьких пошуків.

Список літератури:

1. Безчотнікова А. Комп'ютерні та відеоігри як соціально-комунікаційний феномен. *Діалог: Медіа-студії*. 2015. Вип. 20. С. 246–252.
2. Єльцова С., Алаєва Л. Локалізація комп'ютерних відеоігор. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019. № 43. Том 4. С. 60–63.
3. Ковалів Ю. Бестіарій. Київ: Академія, 2007. 624 с.
4. Кушнірова Т., Домаренко М. Особливості перекладу власних назв у відеоігрі «Dota2». *Лінгвістичні студії*. 2020. Вип. 40 (2). С. 108–115.
5. Лобода В. Перекладацькі трансформації: дефінітивний характер та проблеми класифікації. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2019. № 43. Том 4. С. 72–74.
6. Ardelean C. Localization: the new challenge for translators. A course for 1st year Master studies. Editura Conspress. Bucuresti, 2014. 83 p. URL: <http://surl.li/dowco> (дата звернення: 31.10.2022).
7. Bernal-Merino M. Translation and localisation in video games. Making entertainment software global. New York, 2014. 301 p.
8. Esselink B. A Practical guide to localization. Amsterdam & Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2000. 488 p.
9. Granell X. Teaching video game localisation in audiovisual translation courses at university. *The Journal of Specialised Translation*. 2011. Iss. 16. P. 185–202.
10. Heimburg E. Localizing MMORPGS. Game Developer. 2003. September 12. URL: <http://surl.li/dowdt> (дата звернення: 31.10.2022).
11. Mangiron C., O'Hagan M. Game Localisation: unleashing imagination with 'restricted' translation. *The Journal of Specialised Translation*. 2006. Iss. 6. P. 10–21.
12. Maxwell-Chandler H. The Game Localization Handbook. NY: Charles River Media, 2005. 348 p.
13. Mazur I. The metalanguage of localization: theory and practice. *Target. International Journal of Translation Studies*. 2007. Vol.19. Iss. 2. P. 337–357.
14. Sandrini P. Website localization and translation. MuTra 2005 – Challenges of Multidimensional Translation: Conference Proceedings. URL: <http://surl.li/dowdw> (дата звернення: 31.10.2022).

Holovashchenko L. S., Lyman M. Yu. LOCALISATION AND TRANSLATION OF COMPUTER GAMES ON THE EXAMPLE OF THE VIDEO GAME “S.T.A.L.K.E.R.: SHADOW OF CHERNOBYL”

In the article, the main attention is paid to the study of translation peculiarities of video games, taking the expediency of their localisation, which is a significant condition for the successful distribution of audiovisual products on national markets. Comprehensively applying the comparative method and the method of linguistic and stylistic analysis, the authors of the study justify the importance of localisation and explain its difference from ordinary translation.

It was determined that computer games are a way of psychological relief and a source of new emotions. Due to their prevalence and popularity, video games require high-quality translation, which involves not only compliance with technical requirements, but also adaptation taking into account the cultural characteristics of the target audience. It was found that localisation solves the outlined problem. In a simplified version, the term “localisation” is used as a synonym for “translation” in the video industry. However, the authors point out that localisation is a deeper concept and consists of combining language and technology to create a product that can cross cultural and language barriers. A high level of localisation requires the adaptation of text, graphics and even the design of the user interface, which in turn is impossible without a high-quality translation. Different levels of localisation involve the creation of a product that can be characterized as standardised (which does not require translation, and the only available language is the original language); semi-localised; localised; highly localised; and culturally-customised (with full translation into target languages, along with necessary cultural adaptation).

In the practical part of the article, the authors raise the issue of translation and adaptation of the video game “S.T.A.L.K.E.R.: Shadow of Chernobyl” and come to the conclusion that the Ukrainian and English versions of the game are rather variants of translation than localisation that raises the question of rethinking its adaptation to national markets.

Key words: translation; adaptation; localization; computer game; video game; S.T.A.L.K.E.R.