

Іваницький Є. С.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

Статкевич Л. П.

Таврійський національний університет імені В. І. Вернадського

ПОНЯТТЯ «ЛОКАЛІЗАЦІЯ» В ІГРОВІЙ ІНДУСТРІЇ ТА ПЕРЕКЛАДАЦЬКІЙ ДІЯЛЬНОСТІ

Ця стаття присвячена поняттю локалізації в сфері перекладацької діяльності. Було виявлено декілька понять терміну «локалізація», проте з точки зору перекладознавства, локалізація – це повна адаптація продукту до місцевих умов та для конкретного регіону з урахуванням певних його особливостей. Також було розглянуто як цей термін співвідноситься з поняттям «переклад».

Згідно з останніми дослідженнями термін «локалізація» пов'язують з практикою перекладу, однак звичайний еквівалентний переклад без урахування національно-культурної специфіки не може вважатися повноцінною локалізацією. Автор виявив, що задля правильної передачі будь-якого тексту необхідно знати культуру різних країн, їх традиції, менталітет, тощо. Таким чином під час локалізації певні частини гри можуть бути змінені чи видалені, щоб відповідати моральним нормам тієї чи іншої країни. Також було наведено та розібрано приклади з невдалими перекладами і що стало причиною цього.

Також в наукових дослідженнях феномену відеоігор зазвичай виокремлюють різні стратегії локалізації, серед них: прагматична адаптація тексту, доповідний переклад, доместикація, форенізація, компенсація, нульовий переклад. Автор визначив їх особливості та коли вони можуть бути ефективними під час процесу локалізації.

Було виявлено, що локалізація тексту (переклад) є основним видом локалізації відеоігор, а текст у відеоіграх може приймати різні форми. Це можуть бути аудіозаписи, текстові діалоги, титри та субтитри.

На основі цих досліджень автор робить висновок, що локалізація є складним і багатограним процесом і щоб правильно локалізувати ігровий продукт, потрібно приділяти увагу культурним та політичним аспектам країни, використовувати різні підходи та стратегії задля успішної локалізації та уникнення помилок під час перекладу. Головне завдання локалізації – передати ті самі емоції та відчуття, що заклад у гру розробник, при цьому не втративши змістове наповнення продукту, тобто сюжет гри.

Ключові слова: відеоігри, локалізація, перекладацький процес, перекладацькі труднощі, особливості локалізації, перекладацькі стратегії.

Постановка проблеми. Індустрія відеоігор є відносно молодого формою медіа, що не заважає їй бути однією з найпопулярніших у світі. Тому питання локалізації відеоігор, на сьогоднішній день, є актуальним. Які самі техніки використовуються при локалізації відеоігор і з які труднощі можуть постати перед перекладачем під час локалізації гри?

Аналіз останніх досліджень та публікацій. За весь час існування та вивчення відеоігор, було написано безліч робіт на цю тему. Визначними дослідниками можна вважати М. О'Хаган, М. Бернал-Меріно, К. Манжирон і Х. Максвелл Чендлер. В їх роботах було визначено поняття локалізації, які бувають види локалізації, з якими проблемами

можна зіткнутися під час локалізації так як з ними впоратися.

Також серед дослідників цієї теми можна виокремити А. Ф. Косталеса, який написав низку статей про локалізацію відеоігор. В своїх статтях він розглянув: різні стратегії локалізації відеоігор з точки зору перекладознавства; особливості локалізації відеоігор в інших культурах; адаптацію гумору в локалізаціях відеоігор та як можна покращити процес локалізації, щоб зробити ігровий продукт доступним для більшості людей.

Серед українських дослідників можна виділити Ю. Головацьку та Т. Чередничок.

Постановка завдання. Проаналізувати поняття «локалізації», її процес та особливості

в рамках перекладу відеоігор, визначити головне завдання локалізації, охарактеризувати перекладацькі тактики та їх особливості, визначити труднощі з якими може зустрітися перекладач і можливі варіанти їх вирішення.

Виклад основного матеріалу. Відеоігри займають найбільший сегмент на світовому ринку цифрового контенту [2] і сприймаються деякими дослідниками як жанр або витвір мистецтва [5]. Ігри «відносяться до більш загальної групи явищ, пов'язаних з гібридизацією життєвих і технологічних об'єктів. Нарівні з комп'ютерною графікою і веб-дизайном, комп'ютерні ігри є текстово-художніми гібридами, в яких технологічна основа служить не тільки інструментом для створення художнього продукту, а й «входить до художнього змісту й естетичних властивостей твору» [4].

Не зважаючи на те, що термін «локалізація» вже отримав деяке лінгво-філософське обґрунтування, теоретичний його статус ще не визначено досить чітко [8].

Так, Е. Пім зазначає, що локалізація з'явилася для того, щоб вирішувати економічні завдання. Разом з іншими прийомами і стратегіями локалізація, в першу чергу, спрямована на те, щоб поширювати той або інший продукт за допомогою подання інформації мовою цільової аудиторії.

Організація LISA (Localization International Standards Association) дає наступне визначення ідентифікованого нами терміну: «Локалізація являє собою сукупність процесів по лінгвістичній та культурній адаптації програмного продукту, який призначений для використання користувачем певного локалу» [7]. У цьому випадку локаль (від англ. – local) має значення особистої системи параметрів.

У теорії перекладу під «локалізацією» розуміється повна адаптація перекладацького продукту до місцевих умов використання їх у конкретному регіоні. Локалізація певного твору, тексту – це найбільш точна передача оригіналу мовою країни-споживача. При локалізації враховуються такі чинники: соціокультурний контекст, політико-юридичний контекст, а також моральні норми і звичаї конкретного регіону.

Останнім часом термін «локалізація» все частіше пов'язують з практикою перекладу. Традиційно переклад розглядається не тільки як процес, але і як результат, продукт. Переклад призначений для використання представниками іншого суспільства, тому в процесі перекладу неодмінно враховуються конкретні реалії цього суспільства і його особливості [1, с. 45].

Простий еквівалентний переклад без урахування національно-культурної специфіки цільової аудиторії, недостатнє володіння перекладачем фоновією інформацією, у свою чергу, викликає у реципієнта нерозуміння та несприйняття продукту, який перекладається. Для правильної передачі будь-якого тексту необхідно мати достатні знання про іншу культуру: про традиції, менталітет, звички. Це необхідно для передачі сенсу перекладеного продукту чи тексту і вірного сприйняття цього сенсу реципієнтом.

Локалізація забезпечує максимальну функціональну відповідність між первинним і вторинним текстами. При цьому сприйняття тексту поліпшується не тільки носіями мови, скільки представниками конкретних національно-територіальних спільнот і соціальних груп [9].

Таким чином, локалізація – це процес адаптації об'єкту перекладу до культури та реалій мови перекладу. Суть локалізації полягає у адаптації тексту, документації, графічних символів, таблиць тощо, що належать до певної мови або культури, враховуючи психологічні, релігійні, ідеологічні особливості мови перекладу [6, с. 13].

Щоб правильно локалізувати продукт, потрібне всебічне вивчення цільової культури. Тоді програма/гра/книга/фільм будуть правильно адаптовані до потреб ринку і зрозумілі кінцевим споживачам. В Україні на сьогоднішній день локалізація сприймається, у першу чергу, як переклад, але, звичайно, це значно більше ніж просто переклад. Крім того, щоб перекласти текст іншою мовою і адаптувати у культурному, технічному плані, можливо, буде потрібно адаптувати його навіть у правовому полі цільової країни.

Розглядаючи невдалі приклади локалізації можна згадати комп'ютерну гру “Kakuto Chojin” японського виробництва, локалізація якої зазнала нищівного краху через ігнорування перекладачами-локалізаторами культурної специфіки. Так, у грі одного з героїв звать Асад, а бій з ним ведеться на рингу, оформленому в арабському стилі, де в музичній темі чути спів мулли та фрази “Allah Akbar”. Локалізатори залишили таке звукове оформлення та ім'я героя без змін, унаслідок чого ісламське співтовариство визнало це за образу та заборонило гру у всіх ісламських країнах.

Так, іноді команди локалізаторів взагалі намагаються прибрати спірні моменти, які навіть умовно можуть викликати невдоволення на конкретному ринку. Наприклад, у грі “Fallout 3” був повністю прибраний шматок квесту, при прохо-

дженні якого у місті Мегатонна можна було підірвати атомну бомбу. У цьому завданні локалізатори залишили тільки два варіанти для гравців: «Знешкодити бомбу» і «Залишити в спокої».

Розглядаючи особливості локалізації та перекладу та визначаючи їх відмінності та схожості, слід пам'ятати, що «переклад» – це більш загальний термін. Як правило, у визначеннях обох понять перекладу присвоюються ті ж якості, що і локалізації. Так, метою перекладу вважається встановлення відносин еквівалентності між оригінальним текстом і текстом перекладу, у результаті чого обидва тексти несуть у собі однакові смисли виходячи з культурних і узусальних особливостей мов, на яких вони створюються. Серед основних факторів, що впливають на переклад, розрізняють контекст, основні рівні та граматичну будову мови оригіналу та мови перекладу, традиції писемного та усного мовлення, фразеологічні звороти і т. д.

Локалізація тексту виступає як основний вид локалізації відеоігор. Текст у відеоіграх може зустрічатися у найрізноманітніших формах. Це можуть бути записи, текстові діалоги, титри і субтитри.

Гарний перекладач завжди повинен усвідомлювати різницю між мовою перекладу і мовою оригіналу. В одній зі своїх робіт англійський перекладознавець Дж. Кетфорд говорить про те, що при перекладі не відбувається «перенесення значення» тексту з однієї мови на іншу, адже значення, на його думку, є властивістю певної мови [11, с. 10].

Імена та назви при перекладі повинні прив'язуватися до єдиного стилю. Багато хто вважає, що слово *ganger* можна перекласти як «рейнджер» або «бойовик». Втім, якщо мова йде про техаських або космічних рейнджерів, це твердження буде правильним, але якщо дії гри відбуваються у світі фентезі або Середньовіччя, то внесення сучасних слів буде негативно позначатися на стилі всієї гри.

Процес перекладу гри породжує величезну кількість труднощів сам по собі. Наприклад, виникає проблема передачі засобами української мови ситуацій, фраз або зворотів, специфічних для країни-виробника, що не мають аналогів в Україні, або ж проблема, пов'язана з розбіжностями значень в мовах.

Важливо відзначити, що компанії зазвичай беруть на роботу не професійних перекладачів, а просто людей зі знанням іноземної мови. З іншого боку, багато людей вважають, що якщо перекладач знає мову оригіналу, то для нього

не складе труднощів процес перекладу. Однак володіння рідною мовою є найважливішою складовою. Якщо перекладач хоче домогтися гарного результату, він повинен добре знати рідну мову [10, с. 23].

Наведемо деякі приклади невдалого перекладу текстів комп'ютерних ігор. Наприклад, помилковим є дослівний переклад у грі “Zero Wing”, де фраза “All your base are belong to us” перекладена дослівно з помилками через відсутність граматичної адаптації тексту – «Всі ваша база належать нам». У грі “Outlast” при локалізації не були враховані стиль і контекст гри. Зокрема, фраза “You have become the host!” перекладена як «Тепер ти тут господар!», хоча, якщо врахувати контекст та стилістику гри, то вона повинна звучати так: «Ти став носієм!». Складності перекладу викликають навіть добре відомі ігрові фрази, як он добре відомий Інтернет-спільноті вираз із серії ігор GTA, який з'являється на екрані монітора після смерті головного героя. В оригіналі він виглядає як “Wasted”, що в свою чергу є сленговим словом та означає «урили», «винесли», «втерли носа», «відковбасили» тощо. Однак, часто у перекладах цієї гри зустрічається нейтральне слово «вбили».

Для перекладача дуже важливо усвідомлювати, що він допустив у тексті якусь помилку, адже саме він щось не зрозумів. Цей парадокс зустрічається повсюдно. Бували випадки, коли перекладач не знає, що слово *tunic* перекладається не тільки як «туніка», але ще і як мундир. А слово *china* означає не тільки назву країни, але і фарфор. Через це виникають непорозуміння між гравцями і віртуальним світом. Зокрема, унаслідок першого перекладацького «ляпу» у одній з ігор офіцери носили мундири, які називалися у грі туніками. А в другому випадку перекладач вирішив, що торгувати з Китаєм персонаж гри не може, тому було вирішено перекласти слово *China* як «карти Китаю», що, звісно, не відповідало віртуальним об'єктам, яким була надана ця назва у грі.

Під час локалізації зазвичай використовуються різні перекладацькі тактики. Дослідник Косталес виділяє наступні стратегії для досягнення найбільшого сприйняття в культурі-реципієнті, а саме: прагматична адаптація тексту, доповідний переклад, доместикація та форенізація, компенсація, нульовий переклад [12]. Для кращого розуміння слід розглянути ці поняття, та визначити їх особливості і в яких ситуаціях доречно їх використовувати.

Прагматична адаптація тексту. Прагматичною адаптацією тексту є внесення певних виправ-

лень на соціально-культурні, психологічні та інші відмінності між ними [3]. При даному підході локалізатор може залишати пояснювальну інформацію або прибирати зайву інформацію і інтерпретувати початковий текст для того, щоб донести до реципієнта емоційне дійство, яке спочатку порівнюється з оригіналом.

Доповідний переклад. Дана стратегія є основною при перекладі назв спортивних ігор і різних симуляторів транспорту. Подібні ігри переповнені різними назвами або термінами, що призначають сферам даних ігор в реальному житті. Подібний вид перекладу має деякі твори з технологічним перекладом. До цієї стратегії також можна віднести дослівний переклад, що включає в себе транслітерацію і транскрипцію. При транскрипції приймається до уваги максимальне благозвучність і ясність утримання слова.

Доместикація і форенізація. Доместикація і форенізація — це перекладацькі стратегії, при яких локалізатор наближає переклад до загальноприйнятих норм культури мови, якої робиться переклад.

При доместикації характерне наближення тексту до культури мови, якою він перекладається, однак під час перекладу може бути втрачена певна інформація з оригіналу.

При форенізації локалізатор зберігає деякі особливості оригіналу, ігноруючи той факт, що та або інша одиниця може бути прийнята важче серед носіїв культури-реципієнта. При даній стратегії деякі імена, місця, або навіть цілі репліки можуть залишитися без перекладу.

Компенсація. Компенсація є одним із способів адаптації, «при якому елементи сенсу, втрачені при перекладі одиниці іноземної мови в оригіналі, передаються в тексті перекладу будь-яким іншим засобом, причому необов'язково в тому самому місці тексту, що і в оригіналі. Таким чином, заповнюється («компенсується») втрачений зміст, і, загалом, зміст оригіналу відтворюється з більшою

повнотою. У цьому нерідко граматичні засоби оригіналу замінюються лексичними і навпаки» [12].

Дана стратегія часто використовується для перекладу гумору, гри слів або каламбуру.

Нульовий переклад. Назви ігор переважно не перекладають, оскільки вони є товарною маркою, всесвітня впізнаваність якої становить важливу частину маркетингу. Але ще є інша причина за якої назву залишають відповідній мові оригіналу, тому що переклад може значно відрізнитися від оригіналу за обсягом, що позначиться на дизайні обкладинки.

Локалізація є складним і багатогранним процесом, що вимагає від локалізаторів різних підходів, застосування ряду стратегій та знань з широкого спектра областей повсякденного життя. Інтенсивний розвиток технологій лише сприяє розвитку локалізацій та дозволяє застосовувати та комбінувати різні підходи до її реалізації.

Висновки і пропозиції. Процес локалізації тієї чи іншої продукції вимагає від перекладачів уваги до культури та політичних обставин цільової країни. При локалізації перекладача можуть очікувати прагматичні чи технічні труднощі, для подолання яких може знадобитися творчий підхід, наприклад, при перекладі посилань до реального життя, використання власних і різних неологізмів.

Головне завдання локалізації — передати ті емоції, відчуття, змістове наповнення гри (тобто сюжет), які заклав у оригінальний продукт розробник. Щоб виконати це завдання, при локалізації перекладач може використовувати різні стратегії перекладу. Як стратегія перекладу, локалізація є сукупністю різних дій, вкладених у збереження вихідного сенсу у тексті з метою передачі вихідного сенсу. При неможливості прямого перекладу тієї чи іншої частини тексту через мовні особливості, перекладач використовує різні перекладацькі тактики, основними з яких є доместикація, форенізація, компенсація та прагматична адаптація.

Список літератури:

1. Дедюхин А. А. Модели организации вербальной и визуальной информации в тексте рекламы (на материале английских и русских текстов рекламы автомобилей): дис. ... канд. филол. наук: 10.02.19 / А. А. Дедюхин. Краснодар, 2006. 152 с.
2. Зеленова А. О. Лингвистические особенности локализации игрового ПО на примере игр “Half-Life 2” и “Homefront: The Revolution от 101 компании “БЮКА” // Филологический аспект. 2017. № 4 (24). С. 59–64.
3. Комиссаров В. Н. Теория перевода (лингвистические аспекты): учеб. для ин-тов и фак. иностр. яз. М.: Высшая школа, 1990. 253 с.
4. Сафронова А. П. Лексические проблемы перевода англоязычных мультиплатформенных ролевых компьютерных игр. *Научный альманах*. 2016. № 11–3(25). С. 327–331.
5. Селиверстов В. Искусство компьютерной игры. 2012. URL: http://www.intelros.ru/pdf/Kultivator/2012_4/11.pdf (дата звернення: 30.11.2022).

6. Соколова А. И. Локализация русскоязычного веб-сайта для немецкоговорящих пользователей. *Актуальные проблемы теоретической и прикладной лингвистики: Сб. науч. трудов студентов, аспирантов и молодых ученых*. Ульяновск: УлГТУ, 2012. С. 11–14.

7. Пырников А.С. Локализация программного обеспечения в аспекте лингвистики и переводоведения. *Коммуникативные аспекты языка и культуры: сборник материалов XIV Международной научно-практической конференции студентов и молодых ученых*. Томск: Изд-во ТПУ, 2014. С. 207–215.

8. Чистова Е.В. Теоретический статус межъязыковой локализации как особого вида переводческой деятельности. *Культура и текст*. 2020. № 3. С. 161–175.

9. Шурма С., Єрко В. Локалізація як перекладознавча проблема. *Фаховий та художній переклад: теорія, методологія, практика*, 2015. URL: <https://er.nau.edu.ua/bitstream/NAU/15307/1/Локалізація%20як%20перекладознавча%20проблема.pdf> (дата звернення: 30.11.2022)

10. Bernal-Merino M. On the Translation of Video Games. *The Journal of Specialized Translation*, Issue 6, 2006. P. 22–36.

11. Catford J. C. *A Linguistic Theory of Translation*. Ldn., 1965. 35 p.

12. Costales A.F. Exploring translation strategies in video game localization. 2012. URL: https://www.researchgate.net/publication/244478027_Exploring_Translation_Strategies_in_Video_Game_Localization (дата звернення: 30.11.2022).

Ivanytskyi Ye. S., Statkevych L. P. THE CONCEPT OF “LOCALIZATION” IN THE GAME INDUSTRY AND TRANSLATION

This paper is devoted to the concept of localization in the field of translation. Several concepts of the term “localization” have been identified, however, from the point of view of translation studies, localization is the complete adaptation of a product to local conditions and for a specific region, taking into account certain of its features. It was also considered how this term correlates with the concept of “translation”.

According to the latest studies, the term “localization” is associated with the practice of translation, however, an ordinary equivalent translation without taking into account the national and cultural specificity cannot be considered a full-fledged localization. The author discovered that in order to correctly convey any text, it is necessary to know about the cultures of different countries, their traditions, mentality, etc. Thus, during localization, certain parts of the game may be changed or removed to conform to the moral standards of a particular country. Examples of unsuccessful translations and what caused them were also given and analyzed.

Also, in scientific studies of the phenomenon of video games, various localization strategies are usually distinguished, among them: pragmatic adaptation of the text, report translation, domestication, foreignization, compensation, zero translation and determined their features and when they can be effective during the localization process.

Text localization (translation) has been found to be the primary type of video game localization, and text in video games can take many forms. These can be audio recordings, text dialogues, titles and subtitles.

Based on these studies, the author concludes that localization is a complex and multifaceted process, and in order to properly localize a game product, it is necessary to pay attention to the cultural and political aspects of the country, use different approaches and strategies for successful localization and avoid errors during translation. The main task of localization is to convey the same emotions and feelings that the developer put into the game.

Key words: video games, localization, translation process, translation difficulties, peculiarities of localization, translation strategies.