

КУЛЬТУРАЛИЗАЦИЯ КАК АСПЕКТ ЛОКАЛИЗАЦИИ ВИДЕОИГРЫ

А. В. Стрельникова

Научный руководитель Т. А. Шумилова, старший преподаватель

Липецкий государственный технический университет

Липецк, Россия

e-mail: graninavlodka@mail.ru

В статье рассматриваются сущность и важность явления культурализации в контексте локализации видеоигр. Практический анализ выполнен на примере китайской культуры, значительно контрастирующей с культурой Европы.

Ключевые слова: видеоигра; локализация; культурализация; неигровые персонажи; китайская культура.

Введение. С развитием индустрии видеоигр в них появляется всё больше моментов, требующих объяснения, и проблем, с которыми предстоит столкнуться всем участникам процесса локализации такого продукта, как видеоигра. В особенности сложности стали возникать при реализации видеоигры в другой стране. В российском переводеведения ещё нет четкого определения локализации и её научного описания как процесса, поэтому в нашей работе использованы материалы иностранного источника. 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 [1, с. 477]. При локализации в представленном для перевода тексте могут присутствовать теги переноса строки, спецсимволы [2, с. 99]. Перевод является частью локализации наряду с другими не менее важными процессами интернационализации, реализации технической составляющей, но наиболее актуальным из этих процессов в настоящее время является именно культурализация.

Культурализация – это адаптация игры или приложения к культурным особенностям страны, в которой планируется выход игры. Она включает в себя перевод текстов, адаптацию шуток, анализ соответствия требованиям законодательства, анализ отсутствия грубых нарушений этикета, адаптацию игры под возрастные требования, перерисовку изображений в соответствии с культурными особенностями страны, внесение изменений в сценарий [3, с. 1]. При выпуске видеоигры в определенной стране следует обращать внимание на ряд тем, которые не стоит поднимать, или не делать отсылки на резонансные ситуации, так как это может повлечь за собой не только недовольные отзывы игроков, но и отмену реализации игры на рынке страны. Если в игре, готовящейся к выпуску в одной из мусульманских стран, есть персо-

наж женского пола, то могут возникнуть споры по поводу его внешнего вида (например, обязательность хиджаба).

Основная часть. Анализ культурализации как части локализации был проведен на примере браузерной игры «Легенда о Вампире» от российской игровой студии Kefir. Это онлайн-игра, представленная на платформах «ВКонтакте», «Одноклассники» и «Мой мир@Mail.Ru» в жанре RPG. Действие сюжета происходит в вымышленной стране под названием Такара. Это некий собирательный образ восточных стран современного мира. Имена неигровых персонажей и в целом художественное оформление схожи с японской культурой. Также в оформлении есть японские иероглифы катаканы, ниндзя (NPC), предметы из восточных культур в разделе «Коллекции».

Страной для потенциальной возможной локализации стал Китай, потому что, во-первых, культура этого государства отличается консервативностью и контрастирует с культурой западных стран, во-вторых, в Китае компании-заказчики очень тщательно подходят к отбору и проверке игр, как и других аудиовизуальных продуктов, например, фильм «V – значит вендетта» был запрещен в Китае по ряду причин. Основными критериями отбора игр выступают культурные, моральные, этические факторы. Эти же факторы являются определяющими и при осуществлении процесса культурализации. Рассмотрим это на конкретных примерах применительно к конкретной видеоигре.

В Китае любое изображение крови недопустимо. В иных аудиовизуальных продуктах такие изображения подвергаются цензуре. В «Легенде о Вампире» паладины после боев на арене получают капли крови в качестве трофеев. Их можно заменить на капли красной воды (по аналогии игроки-вампиры получают капли живой воды).

Изображения частей скелета или внутренних органов в большинстве игр подвергаются цензуре. В «Легенде о Вампире» среди потенциальных противников игрока есть воины-скелеты, зомби, локации с украшениями из костей, иконки с заданиями с изображениями черепа. Здесь рекомендуется принять более серьезные меры: можно облачить скелеты и зомби в одеяния, частично закрывающие кости, либо заменить на других персонажей (коренным образом это не повлияет на основной сюжет игры и не будет противоречить легенде, в которой описываются события, предшествующие началу игры). Таким образом, игроку будет интуитивно понятен класс противника, но в то же время требования цензуры будут соблюдены.

Для создания антуража и в целях погружения в игру около некоторых неигровых персонажей при включенной озвучке появляются «плашки» с японскими иероглифами, выполняющие только эстетическую функцию. Во избе-

жание недопонимания и путаницы следует их убрать. Кроме того, отношения между Китаем и Японией в настоящее время носят напряженный характер, вследствие чего японские иероглифы в игре могут вызывать неодобрение.

Имена некоторых неигровых персонажей (Тору, Акеми, Тоширо, Джао) напоминают японские. Чтобы не вызвать негативные эмоции у игроков и не спровоцировать межкультурный конфликт, лучше провести замену. На наш взгляд, переводчик может использовать настоящие китайские имена для сохранения национального колорита.

В Тёмной башне (одна из игровых локаций) есть место для прохождения заданий под названием «Восточный зал». Так как страна выпуска игры четко определена, то переводчику стоит дать иное название этой локации (наш вариант: Зал танцев). Игроку нужно сразиться с его обитательницами – танцовщицами – девушками в довольно откровенной одежде, напоминающей одежду женщин легкого поведения. Заказчик может негативно отреагировать на образ этого персонажа. Само слово танцовщица и сам образ танцовщицы в данном контексте оскорбительными не являются, а для адаптации к требованиям китайской культуры можно представить девушек в китайском платье.

Переводчику придется заменить некоторые личные имена и названия персонажей и мест, обеспечивающих погружение в игру и делающих ее интереснее, но непонятные или трудные китайскому пользователю, например, «Остров ужаса», «Другоборец», «Наставник» (Вариант замены: сенсей), «Вирбюрн» (имя одного из боссов).

Для того, чтобы выбрать новое задание, игроку предлагают зайти в таверну и выпить кружку/кувшин эля для восстановления энергии. Это один из элементов западной культуры. Переводчику следует заменить его на название одного из видов китайского алкоголя. Наш вариант: пиво, хуанцзю.

Заключение. В данной работе было показано, что культурализация имеет очень важное значение в локализации видеоигры. От неё в значительной степени зависит, будет ли выпущен продукт на рынке выбранной страны. Соблюдение этических норм страны-заказчика позволит игре собрать большое количество положительных отзывов, избежать конфликтов, связанных с сюжетом.

Библиографические ссылки

1. Сайт студии игрового контекста Allcorrect Group [Электронный ресурс] Режим доступа: <https://allcorrectgames.ru> (дата обращения: 30.09.2022).
2. Esselink B. A Practical Guide to Localization. Amsterdam / Philadelphia : John Benjamins Publishing Company. 2000. P. 477-488.
3. Зеленко К. Р. Особенности перевода компьютерных игр с учетом специфики данного вида перевода // Научный журнал. 2017. № 6-2 (19). С. 98-100.