

RU

## Междисциплинарность как ключевая характеристика процесса локализации компьютерных игр

Знамеровская А. О., Агеева А. В.

**Аннотация.** Целью исследования является характеристика процесса локализации программного обеспечения и компьютерных игр как специфического вида переводческой деятельности. В статье приводится системное описание задач, стоящих перед локализатором и диктующих собственные стандарты работы с материалом. Научная новизна исследования заключается в уточнении и дифференциации таких понятий, как «перевод» и «локализация», а также системном описании требований к локализации ПО и видеоигр, диктующих собственные стандарты работы с материалом. В результате доказано, что локализатор выступает не только как переводчик в классическом понимании, но и как специалист-мультифункционал, понимающий принципы работы с кодом и имеющий широкое представление о методиках работы с культурным кодом.

EN

## Interdisciplinarity as Key Characteristic of Video Games Localisation Process

Znamerovskaia A. O., Ageeva A. V.

**Abstract.** The purpose of the study is to characterise the process of software and video games localisation as a specific type of translation activity. The article provides a systemic description of tasks facing a localiser and dictating their own standards of working with the material. Scientific novelty of the research lies in clarifying and drawing a distinction between such notions as “translation” and “localisation”, as well as in giving a systemic description of software and video games localisation requirements, which determine their own standards of working with the material. As a result, it is proved that a localiser acts not only as a translator in the conventional sense but also as a multi-skilled specialist, who understands principles of working with a programme code and has a broad view on methods of working with cultural patterns.

### Введение

В современном мире, где сосуществуют тысячи языков, перевод стал ключевым процессом в установлении отношений между разными народами и культурами. Глобализационные процессы приводят к тому, что представители разных культур стремятся взаимодействовать друг с другом, и особенно ярко данная тенденция проявляется, если речь идёт о таких продуктах культуры, как книги, фильмы, мобильные и компьютерные программы и приложения, компьютерные и видеоигры, обучающие приложения [1; 4; 6, p. 161-162].

Актуальность настоящего исследования продиктована тем фактом, что в области, которую мы описали выше, недостаточным становится классический языковой перевод – здесь необходим иной подход, т.е. перевод культурный. Разнообразные языковые явления, как известно, определяются культурой, например коллоквиализмы и идиомы, которые могут различаться даже в одном языке, в зависимости от региона, где они используются. Для идиом характерно кроме того отсутствие аналогов в других языках. Вот здесь речь идёт о культурной адаптации. Необходимо изучить каждый аспект культуры и затем адаптировать продукт под её нужды, интерпретировать текст таким образом, чтобы представитель другой культуры поверил, что адаптированный продукт и есть оригинал. Несомненно, этот процесс сложен и требует времени, знаний родного и иностранного языков, и более того: знания реалий, менталитета, юмора, ценностей и других культурных особенностей. Процесс локализации, таким образом, включает перевод, но не ограничивается только им.

В этом исследовании мы стремимся охарактеризовать локализацию программного обеспечения в целом и локализацию компьютерных игр в частности как новое направление перевода. Достижение указанной цели

возможно лишь посредством решения следующих задач: во-первых, определить суть процесса локализации и его ключевые отличия от т.н. классического перевода; во-вторых, описать основные требования к специалисту в области локализации; в-третьих, на основании всего изложенного обосновать мультидисциплинарный характер данного вида переводческой деятельности.

Среди методов исследования стоит отметить в первую очередь критический анализ научной и научно-методической литературы, обобщение и синтез. Для определения первоначального круга требований, предъявляемых к локализатору российским сегментом гейм-индустрии, нами был проведен опрос, результаты которого легли в основу практической части исследования. И наконец, непосредственная работа с языковым материалом потребовала от нас применения традиционных для контрастивных исследований методов сопоставительного анализа.

Теоретической базой работы послужили труды таких зарубежных авторов, как М. А. Берналь-Мерино [7], С. Перрино [11] и Х. М. Чендлер [8]. Данные работы носят, скорее, прикладной характер, в них описан сам принцип локализации, приводятся основные характеристики процесса разработки видеогр и объясняются некоторые практические аспекты работы с контентом.

Практическая значимость настоящего исследования заключается в возможности использования его результатов в рамках подготовки переводчиков в сфере IT, разработки ПО и гейм-индустрии.

### **Перевод и локализация: ключевые различия**

Многие лингвисты до сих пор пытаются выделить наиболее подходящее определение перевода: кто-то говорит о нем как о процессе, кто-то характеризует его как результат. Стремясь дать наиболее точное определение, В. В. Сдобников [5, с. 85-95] описывает его как некое языковое посредничество, в процессе которого сохраняются коммуникативные цели таким образом, что перевод равноценен оригиналу в функциональном, информативном и структурном отношении. Переведённый текст полностью заменяет оригинал для реципиента, становясь его полноценным представителем на иностранном языке.

Хотя существует множество серьёзных и вдумчивых работ по переводоведению, многие из них противоречивы, несмотря даже на схожесть идей. Определение «хорошего перевода» довольно размыто в различных работах, что приводит к проблемам, когда необходимо сформулировать конкретные требования к переводам, не говоря уже о каких-либо технических стандартах. Например, две доминирующие переводческие теории подразумевают разные цели: согласно первой, главной целью переводчика является переводить значение каждого предложения оригинального текста настолько полно и точно, насколько возможно; в это же время вторая теория указывает на стратегии, где переведённый текст заменяет оригинал даже при необходимости серьёзных изменений. Хороший переводчик обычно учитывает обе теории, а опыт подсказывает ему, какие стратегии лучше применить в различных ситуациях [2, с. 116-120; 3, с. 142-143].

В то время как сам перевод остаётся темой долгих дебатов, определение локализации представляет собой нечто ещё более противоречивое. Прежде всего, многие лингвисты, в особенности консервативные, считают его лишь ещё одним видом перевода, осложненным рядом лингвистических и экстралингвистических факторов. Как следствие, для выполнения данной деятельности достаточно обладать навыками специального перевода [8].

Чтобы лучше понимать смысл локализации, необходимо прояснить её значение. GALA (Globalization and Localization Association) даёт такое определение: «*Локализация (также обозначаемая как "l10n") представляет собой процесс адаптации продукта или контента для определённого региона или рынка. Перевод – это только один из элементов процесса локализации*» [10]. Процесс локализации обычно применяется для программного обеспечения, когда необходимо адаптировать продукт к потребностям определённой страны, культуры. Локализаторы конвертируют единицы измерения, формат времени, валют, адаптируют визуальную составляющую к местному рынку, меняют даты, номера телефонов, адреса в соответствии с целевым регионом: от того, насколько хорошо изучена целевая аудитория выбранной страны, зависят популярность продукта и, как следствие, прибыль компании [11]. Например, поисковая система Google не популярна в Китае, где пользователи предпочитают Baidu – поисковую систему, разработанную в Китае специально для китайских пользователей, которая оказалась им ближе. Некоторые продукты даже локализуют на разных диалектах одних языков, напр. испанского в Испании и Латинской Америке. Если компании хотят продвигать свой продукт в этих регионах, они должны учитывать и этот фактор.

Когда речь заходит о локализации, как правило, заранее известны потенциальные потребители продукта, их культурные и социальные особенности, такие как менталитет, юмор, диалекты, приоритеты, ценности и, конечно же, географическое положение. Главная цель – сделать так, чтобы получатель поверил, что продукт изначально был создан на его родном языке.

### **Локализация компьютерных игр**

Специалисты локализации разделяют четыре основных уровня локализации игр. Первый уровень – локализация документов и коробки, которые прилагаются к игре. Этого уровня достаточно, если целевая аудитория

достаточно хорошо владеет языком оригинала. Также он подходит, если в игре мало текста или он вообще отсутствует, а составляющие игры не противоречат культуре целевой аудитории и понятны ей. Второй уровень представляет собой частичную локализацию без субтитров. Все письменные тексты игры переведены, коробка, номера, цвета локализованы в соответствии с требованиями или стандартами культуры. Однако оригинальная голосовая дорожка не сопровождается субтитрами. Третий уровень состоит из частичной локализации с субтитрами. Здесь появляются субтитры на языке реципиента, что улучшает пользовательский интерфейс при минимальных затратах. Последний уровень представляет собой полную локализацию, которая подразумевает озвучивание, выполненное актёрами, которые подбираются в соответствии с героями и ожиданиями игроков. Игра полностью локализуется с субтитрами, адаптированными текстурами, коробкой, цветами, дизайном. Это тот тип локализации, который заменяет оригинал игры и позволяет геймерам полностью погрузиться в её атмосферу [9].

Следует учитывать, что игровая локализация связана с локализацией программного обеспечения. Это значит, что есть ряд технических особенностей, таких как теги, переменные, глоссарии, и переводчики должны понимать, как работать с такими составляющими.

**Теги** связаны с HTML (HyperText Markup Language – язык гипертекстовой разметки) и представляют собой ключевые слова, определяющие формат содержания, которое показывает браузер. Теги могут «скрывать» цвет букв, толщину, курсив, даже ссылки или переносы текста. За каждым тегом HTML закреплена определённая задача. Теги выделяются в коде в формате `<тег>`. Локализатор обязан знать об этом, если получает текст с тегами – все теги необходимо сохранять, любые изменения в тегах повлияют на результат. С одной стороны, переводчики не знают, как писать код или даже работать с HTML. С другой стороны, понимание основ может быть очень полезным, особенно учитывая, что многие работодатели ожидают от локализаторов умения работать с кодом и не «портить» его, что, во-первых, поможет избежать множества проблем, а во-вторых, принесёт переводчику более высокую оплату. В любом случае, теги необходимо сохранять при переводе, иначе они могут быть потеряны или расположены не там, где нужно, и текст будет выглядеть нелогично.

Необходимо соблюдать требования. Например, если заказчик требует сохранить длину строки или не превышать её длину более, чем на 10%, локализатор должен следовать этим условиям и найти способ выполнить перевод максимально качественно.

Среди интересных особенностей практики локализатора следует назвать **переменные** [11]. Они представляют собой число, слово (или даже целое предложение), которое автоматически будет заменено в переводимом тексте. В тексте у них особый формат, а в переводе они меняются на число, слово, предложение в зависимости от контекста. Например, это может быть введённое игроком имя. И переводчик может столкнуться с таким предложением: *“{1} is attacked!”*. Здесь {1} – переменная, содержащая имя, которое вписал игрок. Главная задача локализатора – перевести эту строку так, чтобы игрок мог выбрать абсолютно любое имя, а предложения с ним не теряли смысла и значения. Перевести такую строку на языки с неярко выраженной категорией падежа и рода легче, но вот перевод на русский может вызвать затруднения. Если мы переведём напрямую: *«{1} был атакован!»*, то заметим, что имя в таком случае будет включать только мужские варианты. И если мы подставим женские имена на место переменной, что придём к выводу, что лучше перевести без привязки к роду: *«{1} подвергается атаке!»*. Как правило, изменение категории времени глагола – то, что можно принести в жертву более благозвучному переводу. Работа с числами может быть продемонстрирована в следующем примере: *“You earned {0} coins!”*. Категории числа и рода, ярко выраженные в русском языке, не позволяют перевести эту строку как *«Вы заработали {0} монет!»*, поскольку на месте {0} будет любое число, легче написать: *«Вы заработали монет: {0}!»*. Возможно, это выглядит не столь эстетично с переводческой точки зрения, но суть передана ясно и переменная сохранена. Так, нам не нужно переводить по отдельности каждый вариант предложения с меняющимися числами. Переменные используются для того, чтобы сократить количество переведённых строк и, таким образом, сэкономить деньги. Умение работать с переменными и гибко находить лучший вариант перевода – один из важнейших навыков хорошего локализатора.

**Глоссарии** также являются важной частью процесса локализации. Обычно над проектом работает не один переводчик. Глоссарии помогают сохранить единый вариант перевода имён собственных, некоторых явлений, видов оружия или брони. Глоссарий полезен, даже если над проектом работает один переводчик. Он помогает не создавать новые варианты перевода, которые могут запутать. Один глоссарий может использоваться в нескольких проектах, поэтому профессиональный локализатор знает, как работать с глоссариями и последовательно сохранять лексику.

Современному переводчику, особенно локализатору, также необходимо знать, как работать с **САТ-инструментами** (computer-assisted translation tools, или просто «кошки»), средствами автоматизированного перевода. Это форма перевода, при которой переводчик использует компьютерное оборудование. Это не то же, что и машинный перевод, компьютер используется для того, чтобы ускорить процесс. Такие программы охватывают ряд инструментов, включая машинный перевод (который всё ещё далёк от совершенства и нуждается в человеческом контроле). В «кошках» есть инструменты памяти переводов, ТМ-инструменты, которые запоминают сегменты текста и могут автоматически заменять повторяющиеся сегменты перевода. САТ-инструменты также содержат средства проверки правописания, грамматики, электронные словари (моно-

язычные или двуязычные). Глоссарии могут быть созданы в рамках САТ-инструментов. Такие программы содержат программное обеспечение для проектного менеджмента, которое позволяет переводчикам работать вместе онлайн и выполнять перевод в виде цепочки заданий, отслеживать прогресс каждого задания, обмениваться результатами. «Кошки», как правило, следят за порядком тегов в каждом сегменте, а прогресс работы сохраняется в «облаке», где его легче найти [9].

Требования к процессу локализации представлены не только технической стороной. Также очень важны требования к переводу игрового сюжета. Существует огромное количество жанров игр, и очень важно их различать. Кроме того, переводчик должен уметь корректно и красиво переводить художественные тексты. Во многих играх встречаются так называемые «пасхальные яйца» – своеобразные аллюзии, оставленные разработчиками геймерам. Они могут выглядеть как цитаты из некоторых фильмов, сериалов, других игр, книг; это могут быть известные имена, события и др. Цель локализаторов – выявление таких аллюзий и трансляция их игроку. Таким образом, хороший локализатор – это разносторонняя личность, которая разбирается в поп-культуре. В тех случаях, когда возникают сложности при переводе некоторых шуток, текстов песен или иных других текстовых аспектов игры, переводчики прибегают к **транскреации** – творческой адаптации текста, когда важен не перевод слов, а впечатление определённой аудитории с учётом культурных различий. Это подход творческий, подразумевающий важность передачи концепции, сути – и одновременно легкости ее выражения, узнаваемости выбранного образа.

## Заключение

Таким образом, подводя итоги настоящего исследования, можно сделать следующие выводы:

- во-первых, локализация компьютерной игры – это объёмный сложный процесс, включающий в себя перевод, но не ограничивающийся им;
- во-вторых, требования к локализатору и стандарты работы подразумевают обязательное владение базовыми знаниями в области программирования, а также навыками работы с инструментами автоматизированного перевода, которые помогают ускорить рабочий процесс, глоссариями и инструментами памяти переводов. Кроме того, в большинстве случаев заказчик весьма благожелательно воспринимает тот факт, что сами компьютерные игры входят в круг интересов переводчика. И наконец, переводчик должен быть в курсе основных трендов поп-культуры, оценивать, что нравится и не нравится аудитории, понимать целевой рынок и – не в последнюю очередь – обладать широчайшими компетенциями в области лингвокультурологии;
- в-третьих, локализация является мультидисциплинарным процессом, многомерность которого напрямую зависит от конечной цели – полной адаптации продукта (его макет, контент и месседж) к инокультурному потребительскому рынку.

Перспективы дальнейших исследований в данной области намечаются самим развитием игровой индустрии, для которой локализация – это новая международная бизнес-стратегия, подразумевающая взаимодействие между компаниями и рынками в поликультурном мире. Учитывая формирующийся тренд и спрос на локализаторов в российском гейм-сегменте, мы считаем необходимым всестороннее изучение специфики данной деятельности в рамках подготовки будущих переводчиков.

## Список источников

1. Агеева А. В., Кашефразова К. Р. Английская лексика в языке пользователей компьютерных онлайн-игр: анализ основных тенденций (на материале русского и французского языков) // И. А. Бодуэн де Куртенэ и мировая лингвистика: Международная конференция (V Бодуэновские чтения): труды и материалы. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2015. С. 27-29.
2. Знамеровская А. О. Краудсорсинг в локализации (на материале компьютерной игры “Bioshock Infinite”) // Современные проблемы филологии, педагогики и методики преподавания языков: сб. науч. тр. по итогам Всерос. науч.-практ. конф. Казань: Изд-во КНИТУ-КАИ им. А. Н. Туполева, 2019. С. 116-122.
3. Знамеровская А. О. Лингвистические принципы локализации компьютерных игр (на материале игры «Ведьмак 3: Дикая Охота») // Terra Linguae: сб. науч. ст. Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2018. С. 141-145.
4. Нуртдинова Л. Р. Анализ стратегий локализации новейших английских фильмонимов для русскоязычных зрителей // Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2020. Т. 13. Вып. 11. С. 304-309.
5. Сдобников В. В., Петрова О. В. Теория перевода. М.: АСТ, 2007. 448 с.
6. Abdullina L. R., Ageeva A. V., Gabdreeva N. V. Using the “Flipped classroom” model in the teaching of the theoretical disciplines (French language) at the university // XLinguae. 2019. Vol. 12. Iss. 1XL. P. 161-169.
7. Bernal-Merino M. A. The Localisation of Video Games. Abingdon: Routledge, 2015. 302 p.
8. Chandler H. M. The Game Localization Handbook. 2nd ed. L.: Jones & Bartlett Learning, 2012. 369 p.
9. <https://alconost.com/en/services/game-localization> (дата обращения: 09.11.2020).
10. <https://www.gala-global.org/industry/intro-language-industry/what-localization> (дата обращения: 10.11.2020).
11. Perrino S. User-generated Translation: The Future of Translation in a Web 2.0 Environment // The Journal of Specialised Translation. 2009. № 12. P. 55-78.

**Информация об авторах | Author information****RU****Знамеровская Анастасия Олеговна<sup>1</sup>****Агеева Анастасия Владимировна<sup>2</sup>**, д. филол. н., доц.<sup>1, 2</sup> Казанский (Приволжский) федеральный университет**EN****Znamerovskaia Anastasia Olegovna<sup>1</sup>****Ageeva Anastasia Vladimirovna<sup>2</sup>**, Dr<sup>1, 2</sup> Kazan (Volga region) Federal University<sup>1</sup> [znamerovs@gmail.com](mailto:znamerovs@gmail.com), <sup>2</sup> [anastasia\\_ageeva@mail.ru](mailto:anastasia_ageeva@mail.ru)**Информация о статье | About this article**

Дата поступления рукописи (received): 11.12.2020; опубликовано (published): 10.02.2021.

**Ключевые слова (keywords):** локализация; CAT-инструменты; теги; глоссарий; культурный код; localisation; CAT tools; tags; glossary; cultural pattern.