

АЛЛЮЗИИ НА ПОПУЛЯРНУЮ КУЛЬТУРУ В ВИДЕОИГРАХ. ТИПОЛОГИЯ АЛЛЮЗИЙ И ИХ ЛОКАЛИЗАЦИЯ

Арищенко Станислав Игоревич

Аспирант, МГУ имени М.В. Ломоносова

lilaysisstanislav@yahoo.com

POPULAR CULTURE ALLUSIONS IN VIDEO GAMES. THE TYPOLOGY OF ALLUSIONS AND THEIR LOCALIZATION

S. Arishchenko

Summary: This article analyzes the typology of existing popular culture allusions in video games and suggests possible ways of transferring allusions from one language localization to another. The main task of any kind of allusion is to trigger a certain set of emotions in gamer's mind at a particular moment of the gameplay. The range of evoked emotions is pretty wide, but it is possible to distinguish the most common types of emotions: surprise, joy and nostalgia. In turn, the task of localization is to evoke an identical range of emotions in the mind of a player, who are playing particular video game in the target language. Allusion localization seems to be a complicated and not always expedient process, but there are several well-established localization techniques, for instance: subtitling and translation annotations.

Keywords: mass culture, allusion, video game localization, translation methods, translation strategies, subtitling.

Аннотация: В данной статье проводится анализ типологии существующих аллюзий на популярную культуру в видеоиграх и предлагаются возможные пути переноса аллюзий из одной языковой локализации в другую. Основной задачей любого вида аллюзии является выработка у игрока определенного набора эмоций в конкретный момент игрового процесса. Спектр вызываемых эмоций велик, однако можно выделить несколько основных эмоций: удивление, радость и ностальгия. В свою очередь задачей локализации становится вызов идентичного спектра эмоций у игрока, играющего в некоторую видеоигру на целевом языке. Локализация аллюзий представляется сложным и не всегда целесообразным процессом, но существует несколько устоявшихся методик локализации, среди них: субтитрирование и переводческие примечания.

Ключевые слова: массовая культура, аллюзия, локализация видеоигр, переводческие методики, стратегии перевода, субтитрирование.

Аллюзии к культуре прошлого – это важная составляющая часть массовой культуры настоящего. Аллюзии обнаруживаются практически в любых видах культурного творчества: в кино, в музыке, в живописи, в литературе. Не являются исключением из этого списка и видеоигры. Аллюзии или отсылки, как их иногда называют игроки, это неотъемлемая часть игрового процесса или виртуального мира видеоигр. Однако нередко случаи, когда игрок не понимает, что перед ним, и является ли то, что он наблюдает перед собой в конкретный момент времени аллюзией к популярной культуре. В большей степени это характерно для аллюзий на культуру прошлого и даже позапрошлого века. Связано подобное явление в первую очередь с возрастным цензом целевой аудитории.

Известно, что любая видеоигра имеет свой возрастной рейтинг, согласно принятым во многих странах стандартам накладываемых возрастных ограничений таких как, PEGI, USK, RARS и др.[2] С одной стороны, это явление представляется совершенно естественным, т.к. игрок, чья дата рождения отстоит от даты релиза видеоигры всего на несколько лет, может не быть осведомленным о том многообразии культурных произведений музыки, кино и литературы, которые были популярными задолго до его рождения. С другой стороны, одной из

целей добавления в игру аллюзий на популярные произведения культуры прошлого представляется ознакомление игрока с этими произведениями и поддержание интереса к культуре ушедших лет.

Для ознакомления с видами аллюзий, встречаемых игроками при продвижении по игровому процессу, обратимся к следующей типологии [7]:

- Отсылки (или «культурные отсылки»);
- Пасхалки (от англ. easter egg – пасхальное яйцо);
- Пародии;
- Плагиат;
- Заимствования и прямые упоминания.

Рассмотрим каждый из видов аллюзий подробнее с целью выявления различий между ними и понимания специфики их применения. Отсылками являются представленные в играх аллюзии на популярную культуру, отсюда и второе название данной категории аллюзий – культурные отсылки. Отсылки в видеоиграх могут содержаться практически в любом виде: в речи персонажей, в визуальном окружении, в фоновой музыке [7]. К примеру, игроком может быть обнаружен элемент визуального окружения, который может изображать определенную культовую сцену из фильма, как это было в видеоигре Fallout 4, где в одной из локаций можно было найти отсылку к фильму Титаник

[3]. Сюда же можно отнести и музыкальное сопровождение видеоигры Atomic Heart, представленное, в том числе и ремиксами композиций из раннего творчества Аллы Пугачёвой и Игоря Скляра [9].

Пасхалки – это такие же отсылки, но скрытые от основного игрового процесса. Название этой категории аллюзий формируется от праздничной детской игры – поиска разукрашенных яиц, спрятанных родителями для развлечения детей на Пасху [10]. Характерной чертой пасхалок является трудность их обнаружения. Чтобы найти ту или иную пасхалку в мире некоторой видеоигры, необходимо затратить время на ее поиски. Некоторые пасхалки существуют настолько долго, что обнаруживают их спустя десятилетия после релиза видеоигры [7]. Как и культурные отсылки, пасхалки можно увидеть во многих выражениях. Для примера можно привести пасхалку, скрытую в игре от разработчика Bethesda Softworks – The Elder Scrolls V: Skyrim. Так, игрок, исследуя интерьеры зданий в одной из локаций, может обнаружить головку козьего сыра с характерным секторальным вырезом и лежащими перед ней строго в ряд головками чеснока. Вся эта композиция является ничем иным, как аллюзией к игре Pac-man, чей пик популярности пришёлся на эру аркадных автоматов середины-конца 80-х годов XX века. Кроме того, пасхалки могут содержаться и в аудиодорожках. Здесь можно упомянуть о знаменитом звуковом эффекте «Крике Вильгельма», ставшем авторской чертой звукового дизайнера Бена Бертта и использовавшемся во множестве кинокартин и видеоигр [5]. Как правило, текстовых вариаций пасхалок бывает не так много. Зачастую такими пасхалками становятся скрытые от глаз игроков благодарности родственникам за моральную поддержку при разработке видеоигры или слова памяти тем членам команды разработки, что работали над игрой, несмотря на тяжелую болезнь, но так и не дожили до ее релиза. Важной лингвистической особенностью при работе с пасхалками является то, что *пасхалки практически невозможно локализовать*. Объясняется эта особенность тем, что все попытки описать увиденное игроком средствами языка, например строкой субтитров при наведении курсора, сведет на нет весь эффект удивления от обнаружения пасхалки. Поэтому, увидев некоторую странность в визуальном или звуковом окружении видеоигры, игроку остаётся только рассчитывать на свои познания в массовой культуре. Крайне редко переводятся и упомянутые выше текстовые пасхалки, т.к. разработчик остерегается того, что написанные там слова могут быть интерпретированы некорректно. Однако перевод подобных пасхалок можно найти на тематических ресурсах, посвященных некоторой видеоигре.

К пародиям можно отнести не только элементы игрового мира, но и видеоигры целиком. Известно множество видеоигр, так или иначе пародирующих другие

более успешные аналоги. Особенно популярны видеоигры-пародии в странах бывшего СССР и в Азии. Азиатские пародии представляют интерес в том смысле, что создание видеоигр-пародий азиатскими разработчиками, как правило, подчинено единственной цели – избежать ответственности за нелегальное копирование элементов видеоигры: концепта, 3D-моделей, элементов геймплея и др. Тем не менее, многие пародийные видеоигры содержат и множество самостоятельных элементов, к примеру, самобытный игровой процесс, дизайн персонажей или музыкальное сопровождение [7].

Грань между пародией и открытым плагиатом весьма прозрачна. В современном игровом мире крайне часты случаи нелегального использования чужой интеллектуальной собственности. Особенно часто плагиат встречается в мобильном сегменте разработки видеоигр. Игроки могут увидеть знакомых персонажей из других видеоигр, книг, кино и других произведений культуры, в качестве участников некоторого игрового процесса, кардинально отличающегося от той вселенной, из которой был «изъят» знакомый всем персонаж. Подходящим примером плагиата может стать китайская игра 300 Heroes, выполненная в жанре онлайн-боевой арены, с множеством доступных игроку персонажей из известных серий японских комиксов и снятых по ним сериалов. Однако не только персонажами японской массовой культуры эта игра привлекает внимание, в ней можно найти и знакомого во всём мире мультипликационного персонажа Шрека и его верного ослика. Примечательна и маркетинговая составляющая распространения этого продукта. Из-за необходимости заключения лицензий и соблюдения авторских прав, игра не распространяется на европейский и американский регион, но сыграть в нее из этих регионов все равно можно, присутствует даже англоязычный клиент. При этом расположение серверов этой игры остаётся в Малайзии [1].

Последней, но не менее важной категорией отсылок являются заимствования и прямые упоминания. Этот тип отсылок является прямой противоположностью плагиату. Разработчики и крупные компании заключают контракты на добавление того или иного предмета, персонажа и даже целого фрагмента мира из произведений популярной культуры. Часто это делается с целью рекламы некоторого товара. Например, персонаж некоторой популярной игры может носить кеды Adidas Originals Stan Smith, рекламируя их и тем самым поднимая продажи. Реже заимствования и прямые упоминания представляют собой дань уважения определенному продукту массовой культуры. Так, в видеоигре Rocket League можно заметить известные автомобили из фильмов прошлого века – Ecto 1 из Охотников за привидениями и DeLorean DMC 12 из Назад в будущее [7]. Заимствования во многом преобразили видеоигры, добавив в них множество оригинальных объектов наполнения. Тем не ме-

нее, есть и негативные моменты, например, удорожание видеоигр, связанное с использованием дорогостоящих лицензий от правообладателей.

Итак, рассмотрев многообразие типов аллюзий в видеоиграх, необходимо проанализировать возможности их переноса из одной языковой локализации видеоигры в другую. Как показывает практика, при локализации суть многих аллюзий может быть искажена или вовсе потеряна, а значит эффект от добавления аллюзии в видеоигру может не быть достигнутым.

В статье за авторством Павленко Е.А., Вьюновой Е.К., Куралевой Т.В. производится анализ особенностей функционирования аллюзий на примере названий мультипликационных фильмов, рассматриваются примеры использования интертекстуальности и источники заимствований. Авторы отмечают интерес специфики мультфильмов тем, что их целевой аудиторией являются не только дети, которые не способны распознать аллюзии, но и взрослые [6, с. 324]. Как уже отмечалось в начале данного исследования, справедлива такая специфика и для видеоигр. На этом фоне резонным становится вопрос об избрании верного пути локализации аллюзий с целью достижения эффекта их распознавания наблюдателем, т.е. игроком. Кроме того, в упомянутой выше статье содержится утверждение о том, что современная массовая культура обладает «поверхностным» характером, что осложняет соотнесение источника заимствования и принимающего текста даже на языке оригинала, например на английском [6, с. 324]. Принимая во внимание этот факт, можно утверждать о том, что локализация иноязычных аллюзий в русской версии видеоигры представляется крайне сложным, а иногда и необоснованным процессом. Хотя это утверждение справедливо не во всех случаях. Благодаря приведенной выше типологии, можно сформулировать некоторые пути локализации для конкретных типов аллюзий в видеоиграх. Основной задачей локализации является описать то, что наблюдает игрок конкретный момент времени средствами языка. Безусловно, есть и другие способы локализации, например, перерисовка визуального окружения и замена аудиодорожек, однако в случае с некоторыми видами аллюзий данные способы искажают смысл самой аллюзии, поэтому их использование не всегда целесообразно.

Для культурных отсылок наиболее подходящим способом передачи содержания аллюзии является субтитрование. Так, подавляющее большинство культурных отсылок – это текстовые отсылки, содержащиеся в речи персонажей. Сюда можно отнести различного рода цитирование, например, цитаты из литературной классики или религиозных текстов. Чаще всего переводы этих произведений на русский язык уже существуют, и локализатор может использовать уже готовые прецедентные тексты. Сложнее обстоит ситуация с культурными отсыл-

ками в виде объектов визуального окружения и аудиодорожками. Вмешательство в визуальное окружение не всегда разрешается разработчиком, поэтому многие отсылки остаются в видеоигре «как есть», поэтому игроку необходимо обладать знаниями о мировой культуре и понимать самостоятельно, на что именно направлена та или иная аллюзия. Сходная ситуация и с аудиодорожками, при локализации, как правило, затрагивается только та часть аудиодорожек, которая поддается переводу, например, речь персонажей, т.к. без полного понимания диалогов финальная часть игрового процесса не будет достигнута. Многие другие аудиоэффекты остаются без внимания, поэтому заметить в них ту или иную отсылку можно только владея иностранным языком на достаточном для восприятия разговорной речи носителей этого языка уровне.

Гораздо сложнее представляется локализация пасхалок. Согласно проведенному выше анализу видов пасхалок, многие из них не поддаются локализации, в виду того, что описание этих объектов игрового мира средствами языка не представляется возможным. Основным эффектом от обнаружения пасхалки является удивление или лёгкий шок. Реже пасхалки вызывают улыбку у игрока, еще реже ностальгию. Однако основным аспектом остаётся то, что все пасхалки вызывают определенные эмоции, локализовать эти эмоции на другой язык крайне сложно. Кроме того, осложняется локализация пасхалок еще и тем, что не все игроки понимают, что же они увидели, т.к. пасхалка может иметь большое значение для разработчика, но быть совершенно непонятной игроку. Крайне часто пасхалки являются объектами визуального окружения, которое не всегда разрешается изменять в различных версиях видеоигр. Поэтому простой строчкой субтитров подобные объекты локализовать практически невозможно. Не стоит упускать из внимания и тот факт, что пасхалки часто скрыты в недоступных (на первый взгляд) для игрока местах, поэтому любая локализация может случайно указать игроку путь к пасхалке и свести к минимуму эффект удивления. В связи с этим многие пасхалки остаются нелокализованными и сохраняют в себе первоначальный смысл, заложенный в них разработчиком.

Согласно классификации типов аллюзий, плагиат и пародия часто выступают в качестве самостоятельных продуктов игровой индустрии, поэтому на них распространяются все методики локализации видеоигр, применяемые на этом рынке в данный момент. Тем не менее, как показал приведенный пример с видеоигрой 300 Heroes, локализация таким продуктам не всегда требуется, т.к. разработчиком изначально не планировалось распространение этого продукта за пределами «домашнего» региона, коим является Юго-Восточная Азия. Продукты такого типа сами по себе могут расцениваться игроками как пасхалки благодаря тому, что они скрыты

на азиатских сайтах и сервисах цифровой дистрибуции, а игроки из других регионов могут даже не догадываться об их существовании.

Локализация заимствований и прямых упоминаний производится практически так же, как и культурных отсылок. Если в случае с прямыми отсылками наиболее предпочтительным способом локализации является субтитрирование с указанием источника заимствования, то с заимствованиями и упоминаниями обычно используется краткая справка на целевом языке. Этот метод уже зарекомендовал себя для описания отсылок на различные произведения культуры прошлого при переводе на русский язык комиксов и другой литературно-художественной продукции, например, графических романов. Кроме того, краткие текстовые справки добавляются в интерфейс меню видеоигры без серьезных вмешательств, а плейсхолдеры для них, как правило, предусмотрены разработчиком на этапе интернационализации. Так, манга японского автора Тору Фудзисавы «GTO», переведенная на русский язык в издательстве «Комильфо», располагает множеством примечаний об источниках заимствования аллюзий. Как показывает практика, краткая справка об объекте заимствования, например, об автомобиле из приключенческого фильма про супергероев или костюме для персонажа некоторой видеоигры, не только знакомит игрока с происхождением аллюзии, но и вызывает интерес к ознакомлению с источником. Так, продажи книг Дмитрия Глуховского из вселенной «Метро» выросли после релиза первой

видеоигры из одноименной серии [4]. Справедливо это и в обратную сторону, когда выход того или иного произведения массовой культуры, повышает продажи видеоигры, в которой есть отсылки к этому произведению. Так, сериал «Ведьмак» стимулировал продажи видеоигр этой вселенной спустя несколько месяцев после выхода в сервисе Netflix [8].

Таким образом, проведенное исследование показало, что наиболее подходящими способами локализации представленных в видеоиграх аллюзий на произведения массовой культуры являются:

- Субтитрирование (линия субтитров при наведении курсора, либо примечание в речи персонажей);
- Переводческие примечания (краткая справка о заимствовании, встроенная в графический интерфейс).

Однако нередко разработчиком в требованиях к локализации своего продукта указывается требование об отказе от перевода всех текстовых материалов, имеющих отношение к аллюзиям. Делается это с целью сохранения эмоционального эффекта, вызываемого у игрока при обнаружении отсылок, пасхалок или прямых заимствований. В связи с этим игроки из других регионов не всегда правильно воспринимают увиденную аллюзию. При локализации аллюзий возникает значительное количество непреодолимых трудностей различной природы. Разрешение подобных трудностей возможно лишь при тесном сотрудничестве разработчика и локализатора.

ЛИТЕРАТУРА

1. 300 Heroes - бутлег-моба и global (но на самом деле нет) релиз — Игры на DTF [Электронный ресурс]. URL: <https://dtf.ru/games/1456349-300-heroes-butleg-moba-i-global-no-na-samom-dele-net-reliz>
2. Возрастной рейтинг и как его получить — Gamedev на DTF [Электронный ресурс]. URL: <https://dtf.ru/gamedev/265535-voznrastnoy-reyting-i-kak-ego-poluchit>
3. Игра внутри игры: поиск скрытых пасхалок в любимых играх — Игры на DTF [Электронный ресурс]. URL: <https://dtf.ru/games/1623744-igra-vnutri-igry-poisk-skrytyh-pashalok-v-lyubimyh-igrah>
4. Как повлиял успех игр Metro 2033 и The Witcher на продажи книг — Anton Logvinov [Электронный ресурс]. URL: <https://alogvinov.com/2017/04/gluhovskiy-ne-soglasen-s-sapkovskim-chto-igryi-po-knigam-eto-ploho/>
5. Кричи, Вильгельм, кричи: Как появился знаменитый звуковой эффект — Видео на Кинопоиске [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kinopoisk.ru/media/video/2788829/>
6. Павленко Е.А., Вьюнова Е.К., Куралева Т.В. Функционирование аллюзий в англоязычной массовой культуре (на примере названий мультипликационных фильмов) // БГЖ. 2021. №3 (36). С. 323–326.
7. Памятка для геймера: «Отсылка, пасхалка и заимствование - в чем разница?» [Электронный ресурс]. URL: https://www.playground.ru/misc/opinion/pamyatka_dlya_gejmera_otсылka_pashalka_i_zaimstvovanie_v_chem_raznitsa-1129609
8. Продажи «Ведьмака 3» после выхода сериала на Netflix выросли на 554% в годовом выражении | App2top [Электронный ресурс]. URL: <https://app2top.ru/money/prodazhi-ved-maka-3-v-dekatre-vyrosli-na-554-v-godovom-vy-razhenii-159917.html>
9. Ремиксы советских песен из саундтрека игры Atomic Heart вырвались на верхние строчки чартов [Электронный ресурс]. URL: <https://www.soyuz.ru/news/24447>
10. Davis. Easter Traditions Explained. CBS News [Электронный ресурс]. URL: <https://www.cbsnews.com/news/happy-easter-whats-with-the-bunny-and-the-eggs/>

© Арищенко Станислав Игоревич (ilaysisstanislav@yahoo.com).

Журнал «Современная наука: актуальные проблемы теории и практики»