

改写理论视域下电子游戏本地化翻译研究

李英龙, 杨睿娜, 李悦*

云南民族大学外国语学院, 云南 昆明

收稿日期: 2024年8月5日; 录用日期: 2024年9月9日; 发布日期: 2024年9月23日

摘要

电子游戏是互联网背景下一种新的娱乐与艺术形式, 具有强大的跨文化交际功能。随着外国电子游戏大量涌入中国市场, 电子游戏文本翻译已经成为游戏本地化中不可或缺的一部分, 目前处于高速发展状态, 但游戏翻译缺乏行业规范性, 翻译质量参差不齐。本文以勒弗维尔改写理论为指导, 以中国大陆地区游戏本地化翻译的发展历程、现状和前景为线索, 以《赛博朋克2077》《战争雷霆(War Thunder)》等著名电子游戏的官方英文版和中文版文本为例对游戏文本本地化的翻译现状进行对比研究, 旨在探讨其合理有效的翻译策略与方法。

关键词

游戏本地化, 翻译, 改写理论, 电子游戏, 跨文化交际

Study on Translation in Video Game Localisation in the Perspective of Rewriting Theory

Yinglong Li, Ruina Yang, Yue Li*

School of Foreign Languages, Yunnan Minzu University, Kunming Yunnan

Received: Aug. 5th, 2024; accepted: Sep. 9th, 2024; published: Sep. 23rd, 2024

Abstract

The video game is a new art and entertainment in the Internet era, featuring a strong intercultural function. As more foreign video games are being imported to Chinese market, the translation service market of the video game texts, which takes an indispensable part in localisation, is thriving rapidly. However, due to the lack of industry standardization, the quality of products varies greatly. Under

*通讯作者。

文章引用: 李英龙, 杨睿娜, 李悦. 改写理论视域下电子游戏本地化翻译研究[J]. 现代语言学, 2024, 12(9): 537-545.

DOI: 10.12677/ml.2024.129822

the guidance of Lefevere's Rewriting Theory, this paper takes the development process, current circumstance, and expectation of the video game localisation translation in Chinese Mainland as clues, and takes the official English and Chinese versions of the text of famous video games such as Cyberpunk 2077 and War Thunder as examples to conduct a comparative study of the current translation situation of game text localization, aiming to explore its reasonable and effective translation strategies and methods.

Keywords

Game Localisation, Translation, Rewriting Theory, Video Game, Intercultural Communication

Copyright © 2024 by author(s) and Hans Publishers Inc.

This work is licensed under the Creative Commons Attribution International License (CC BY 4.0).

<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>



Open Access

1. 引言

自二十世纪九十年代以来,随着计算机科学、计算机机体性能的飞速发展,以个人电脑和游戏主机为载体的电子游戏行业也随之蓬勃发展。相比于影视作品等传统的视觉叙事手段,电子游戏的叙事效果更加突出,被称为“第九艺术”,其强大的交互性赋予了受众(玩家)极佳的体验感,迅速成为大众,尤其是年轻人文娱生活不可或缺的一部分,其受众群体跨越种族、民族、性别、年龄、职业、教育程度等。电子游戏在文化传播方面的普及力和影响力是其它媒介不可匹敌的,是文化交流与传播的重要平台。迄今为止,电子游戏已成为世界级的一项重要产业。

电子游戏本地化(Localisation)是指将一个区域市场(Locale)内开发的数字化内容和产品进行改换,以便在该市场内进行销售与使用的过程[1]。区域市场以地域、语言和文化加以界定。具体内容包括翻译、界面调整、内容修改或删减等行为。其中,电子游戏本地化包括对文字、音像、用户界面、代码等层面,是针对目标市场用户进行优化的行为。

电子游戏本地化过程中,本地化翻译一直是本地化工作的重要环节。相比于代码层面的重新设计,本地化的翻译工作,是和用户产生最直接的接触,也是最容易被用户理解的部分。在大部分用户的认知中,本地化翻译的质量决定了电子游戏本地化程度的优劣。由此来看,在游戏本地化翻译工作中,仅仅是语义的传达也并不足以概括翻译要求。本文认为:游戏本地化翻译传递的不只是“语言”和“语义”,还有“体验”。

2. 游戏本地化翻译发展进程

本地化翻译起源于 20 世纪 80 年代,其源头是跨国 IT 公司在全球市场销售计算机软件和硬件产品过程中的“产品翻译”需求,后来逐渐扩展到其他方面[2]。彼时,本地化翻译内容仍以科技文献翻译为主。20 世纪 90 年代,互联网技术迅速发展,专业的本地化服务商开始出现。1990 年,本地化行业标准协会(LISA)在瑞士成立,成为了本地化行业的首要国际组织。20 世纪 90 年代中后期,软件本地化行业不断进行资源整合,以年均 30% 的增长速度蓬勃发展[3]。

如同印刷术的发明普及了阅读,胶片的发明带来的视觉艺术冲击了阅读。如今,互联网和计算机的高速发展带来的电子游戏丰富了人们,尤其是年轻人的娱乐模式。

进入新世纪以来,随着计算机性能的飞跃,游戏行业也迅速发展。电子游戏的画面愈发精美,人物关系和故事情节更加复杂生动,游戏本身甚至已经冲出电脑屏幕,走进人们的生活,成为了一种文化现

象,塑造了一个个玩家群体(Gamer Community)。玩家群体又根据这些文化现象进行再创作,诞生出了一个互联网模因(Memes),反哺了游戏本身的文化内涵。

游戏本地化翻译行业也随着电子游戏的飞速发展而快速发展着。电子游戏的本地化翻译,既涉及文本内容在语言之间的转换,也涉及游戏效果本身在不同文化、区域和语言环境之间的转换。同时,电子游戏和传统视觉艺术作品不同,其强调交互性的特点也应得到译者重视,即让用户(玩家)“身临其境地扮演游戏角色”。译者涉及的翻译内容也从诸如 Score、Pass、Game Over 等零星的,甚至已经从电子游戏走出来,融入日常生活的零星词汇,变成了几十上百万字的对白、台词、游戏内文本等巨篇本地化翻译工作。例如,2004 年《魔兽世界》(World of Warcraft)在国内获批上市,其本地化文本量超过 70 余万字;2010 年《星际争霸 II》(Star Craft II)的翻译量超 20 万字;2020 年的现象级游戏《赛博朋克 2077》和于 2023 年获得全球最大游戏行业组织 TGA“年度最佳游戏”奖和 2024 年初获得英国电影和电视艺术学院游戏奖(BAFTA F Game Awards),以及其它游戏行业各类奖项的历史上第一款“大满贯”游戏——《博德之门 3》(Baldur's Gate 3)翻译量,更是达到了数百万字级别。

我国的游戏本地化翻译历史已久,从电子游戏进入中国之日便诞生了有关从业者。但长久以来,因政策和社会对于电子游戏的认知问题,中国大陆地区的游戏产业发展严重迟滞,游戏市场在近 30 年内一直被外国游戏把持。游戏本地化,作为游戏产业的子产业,亦发展迟滞。因官方本地化工作的严重缺失和玩家群体的需求,游戏本地化工作长期由民间游戏爱好者自发组织完成。而本地化工作又因需要解析游戏文件而涉嫌盗版和其它法律问题,故而长久以来中国大陆地区的游戏本地化与本地化翻译工作一直处在“灰色地带”[4]。

随着中国开放日趋深入,电子游戏产业在中国的发展也愈加兴旺。根据中国音数协游戏工委 2023 年 12 月 15 日发布的《2023 中国游戏产业报告》,中国 2023 年游戏市场规模已达到 3029.64 亿元,同比增长 13.95%,亚运会也在 2023 年将电子游戏竞技纳入正式项目[5]。根据游戏市场调研机构 Niko Partners 预测,2024 年,中国大陆地区游戏产业规模将达到 49.8 亿美元,相比 2023 年上涨 4.9%,并在 2028 年达到 550 亿美元[6]。中国大陆地区已成为世界各游戏厂商不可忽视的重要部分。随着国内各项规章制度与法律的完善,外国游戏厂商在向国内引进游戏时,开始推出官方的本地化版本。大陆地区的游戏本地化行业也自此进入了更加正规与专业的阶段。

3. 游戏本地化翻译现状与问题分析

游戏本地化翻译应该是专业的翻译类别,需要由专业的从业者去完成。电子游戏本地化的翻译文本量越来越大,越来越具有文化特性,又因电子游戏具有互联网的独特文化概念、本地化翻译涉及到的文本类别多样性和电子游戏具有的独特性质,电子游戏的本地化翻译不应该与传统的文学翻译和影视作品字幕翻译等来对等看待。本文认为,游戏文本的本地化翻译,首要任务应该是传递“体验”,而非进行文字的转换。

今日,中国游戏本地化翻译行业已日趋成熟,一些大型网络公司已经有能力培养自己的专业本地化翻译团队,其中不乏各个语言的母语者进行翻译工作,同时也有专业的团队协助文化背景的撰写与支持工作。与此同时,随着中国电子游戏政策的日益成熟和玩家群体的日益增长,中国成为了世界上最重要的游戏市场之一。在这种情况下,一些外国大型游戏制作或发行公司也逐渐开始重视中国市场,开始推出游戏的官方汉化版本。一方面,这有利于游戏在中国地区的发售,同时也避免了上文因为语言需求,而产生的潜在的盗版风险。尽管如此,大部分的游戏制作和发行公司,由于资源和成本的限制,仍采用外包模式。在大部分情况下,这类外包公司并不是专业的游戏本地化翻译从业者,而是一般的翻译公司。外包翻译团队可能缺乏对游戏行业的深入了解,无法准确把握游戏术语和玩家文化,从而影响翻译的准

确性和自然度。故而，其工作模式在一些方面仍存在问题。

3.1. 重文字而轻体验

如今，许多游戏本地化翻译从业者仍旧将翻译的重点放在语言转换本身，使用传统的思维对待游戏本地化翻译，用传统的标准衡量翻译。

例如，有些译者依旧以忠实来衡量翻译(产品)质量。尽管有的时候，“忠实”乃至字对字的直译确实足以传递体验，例如 *Plants vs. Zombies* 就被直译作“植物大战僵尸”，这个名字也基本上概括了游戏内容与玩法。但往往在传递体验的时候，“忠实”并不是首要考虑的因素。例如著名游戏 *Tomb Raider*，曾有译者译作“古墓奇兵”，看似足够忠实，*Raider* 也确有“突袭者、天降奇兵”之意，但是该游戏名称的官方译文，则是在电子游戏界大名鼎鼎的《古墓丽影》。但“丽影”二字在源语文本内皆找不到踪影，而是从游戏内容出发的。游戏主角是电子游戏历史上最著名的女角色之一，探险家劳拉(Laura)。游戏内容为玩家扮演劳拉，体验一次次古遗迹探险旅途中险象环生的冒险旅程。“丽”字非常到位地提示了游戏主角的性别，同时渲染出了她潇洒勇敢的形象；“影”则也对应 *Raider* 引申出的“奇袭、灵动、迅猛”之意。可谓一举两得，即好听，还“好玩”，在用户的体验中投射一个清晰的体验印象，故而成为游戏本地化翻译的经典之作。同时也使得该游戏在中国用户中广为流传。

有些译者也会采用“功能对等”理论来指导本地化翻译活动。功能对等更强调让语言在目的语受众中产生和源语一样的情感印象。但是如前文所言，电子游戏是一种文化产品。文化产品具有作为商品的价值和文化价值。而一个本地化翻译工作者传递的应该是更好的体验，也就意味着，文化价值也是译者需要审慎对待的重要部分。而文化内容，往往做到的并不是传递，而是故意地让文化内容“不对等”。例如在源语文化中的某种文化模因，是译入语文化中的禁忌或不宜在公共场合讨论的内容。电子游戏，作为广泛发行的大众性文娱产品，译者在执行翻译工作的过程中自然要考虑这种因素。

故而本文认为，传统的翻译理论已经不足以对电子游戏本地化的翻译提供完整详尽的指导。而改写理论恰好可以解决电子游戏本地化翻译中存在的问题。

3.2. 项目组织缺乏条理性和规范性

业内，仍有不少翻译服务提供者将电子游戏的本地化翻译视作一般的翻译项目处理，将翻译内容分解成一条条“词条”。同时，将游戏本地化翻译工作外包的游戏制作商和发行商，也会处于对游戏内容保密的目的，故意将翻译内容切碎成不同的，甚至是不连贯的几个部分来交由分包商。也有一些厂商会在台本中给出游戏场景、说话人情绪等其它提示词。因为电子游戏的互联网属性，其内容也可更新。所以“宁用补丁找补，不可泄露一丝”的工作方式广为采用。同时，外包模式往往以项目为单位进行结算，翻译团队可能为了赶工期而牺牲翻译质量，导致游戏中出现错别字、语法错误或文化冲突等问题。

本文认为，游戏本地化翻译内容应该是连贯的、自成体系的一整套翻译流程。这套流程要基于译者对游戏本身内容的掌握、对翻译内容的完全掌握、对文化(语言文化和互联网文化)交际的了解和尊重游戏尚未发售时的保密准则。故而，游戏本地化工作应该是专业的，其译者也应该同时具备“玩家”的素养。

4. 游戏本地化翻译

依照 Bernal-Merino 博士在其著作《电子游戏的翻译与本地化：娱乐软件的全球化》(*Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global*)中对于电子游戏的分类，以市场类别为依据，电子游戏可被分作三类：休闲游戏(Casual Games)、主流游戏(Mainstream Games)和严肃游戏(Serious

Games)[7]。长久以来,大众所熟知,甚至某些情况下会被“误解”的游戏,多属于休闲游戏,比如“扫雷”、“愤怒的小鸟”,以及今日大火的诸如“王者荣耀”等的手机游戏。此类游戏主要目的是给人们提供放松娱乐,更符合大众对于“游戏”原初的理解。但是这类游戏只是游戏界的冰山一角。主流游戏则更具有叙事性功能,常取材于影视作品、漫画、小说、历史事件等,或使用与其相似的叙事手法,塑造多样的角色形象,构建宏大的世界观,编制出跌宕起伏的故事情节,将玩家置于生动逼真的虚拟世界中去。严肃游戏则是对于现实场景的虚拟再现,对现实实在做细致的“临摹”和真实的“虚拟复刻”。这类模拟类游戏常见于军事、医疗、教育,甚至是飞行员和赛车手培训等专业领域。例如美军曾采用过《武装突袭》(Arma)系列游戏;经由美国各州特警队(SWAT)指导,开始逐渐被警队训练采用的电子游戏《严阵以待》(Ready or Not);一些北约国家训练坦克车组时,开始使用电脑游戏《钢铁猛兽》(Steel Beasts)的军用版;可以模拟手术流程的VR游戏《外科模拟》(Surgeon Simulator)系列等。

游戏类别并非泾渭分明,而是一个连续的趋向量表。比如一款游戏可以趋向拟真,但是一样保留了一些娱乐或者竞技成分,让更广泛的玩家参与。好似传统的象棋游戏,即有高手之间更加重视策略和实时性的博弈对决,也有能让所有了解规则的一般棋手参与的解残局谱或者更加趣味的玩法。

本文选取的游戏类型为主流游戏范畴和具有一定模拟性,但对于普通用户更友好的严肃游戏。关注于主流游戏下的本地化翻译中文化的传递和经由本地化翻译,让一些“轻量化”严肃游戏更容易被用户接受的方法与手段。

游戏是游戏文本的重要组成部分。在本文中,游戏台词即包括游戏角色本身的对白与游戏内非语音类的介绍(例如装备介绍和任务说明等)。游戏台词对于游戏角色的塑造、游戏世界观的构建和游戏内容的翔实介绍等游戏内容都至关重要。

勒菲弗尔在他的改写理论中表明,翻译受意识形态、诗学和赞助人三个因素的影响。

1) 意识形态指反映特定经济形态、特定阶级或社会集团利益和要求的观念体系[8]。受西方著名马克思主义者阿尔都塞的影响,勒菲弗尔也注意到了意识形态的普遍性问题,这意味着意识形态对于译者和受众产生强制影响,是一种不可抗力[9]。电子游戏作为新兴的文化产品,更是受意识形态的凝视与制约。目前,中国的游戏产业尚处新兴状态,市场上游戏的大部分的游戏依旧是引进自其他国家。尽管很多国外游戏制作者在本意上并没有政治目的,但因其它国家的总体环境对制作者造成的不同于国内的个人经历和社会文化,以及对于国内文化禁忌的不了解,从而导致了一些不符合国内意识形态的内容。此时作为译者,有必要对于这种情况加以纠正,避免此类禁忌可能造成的冲突。

1981年,勒菲弗尔注意到意识形态对翻译的重要作用,提出了“折射文本”(Reflected Text)的概念:“译者为了影响不同的阅读受众,通过光谱折射的方式对原文本进行改编,以此适应不同的意识形态或诗学规范。”在后期的理论中,勒菲弗尔使用“改写”一词代替了“折射”。这一词语的改变有其依据,在他看来“改写”意味着“对原文文本的编辑、批评、翻译、改变等诸多处理方式”。

此时,翻译的“忠实”原则就发生了“折射”,从对于文本内容的忠实,折射到了对于语言传递的内涵上的忠实:即将源语“错误的话语表达善意的意思”,经由翻译变成“用正确的语言表达善意的意思”。以下案例均出自2020年的游戏《赛博朋克2077》。

《赛博朋克2077》是一款由CD Projekt RED开发的动作角色类游戏。游戏故事世界观中,日本战败后,凭借美国扶持发展壮大,尤其是生物学和电子领域飞速进步,逐渐摆脱美国控制。西欧和苏联紧随其后,在有关领域取得巨大科技进步,借用电子设备对人体进行改造从科幻变成了现实。美国则在20世纪末的一系列战争和恐怖袭击后分崩离析,输掉冷战,联邦政府变得极其弱势。各大跨国高科技公司则趁机崛起,控制了人们生活的方方面面,社会贫富差距由此开始空前拉大。农民因为大企业的收购和兼并纷纷失去土地,最后不得不以家族为单位流浪在各大城市之间成为准军事化组织;城市中下阶层则因

为大规模失业妻离子散、家庭破碎，最终组成了街头帮派互相割据；在大企业的打工人虽然外表过着光鲜亮丽的生活，但毕竟是千军万马争抢少得可怜的晋升通道，职场环境尔虞我诈、人人自危。而玩家将以上三种背景当中选择其一，开始这趟旅程。

《赛博朋克 2077》的故事发生在夜之城(Night City)。玩家将扮演一名野心勃勃的雇佣兵：V，追寻一种独一无二的植入体——获得永生的关键。自定义角色义体、技能和玩法，探索包罗万象的城市。玩家做出的选择也将会对剧情和周遭世界产生影响。

游戏中，公司凌驾于政权之上，实体国家实际上已经消亡，国家成为了公司牟利的工具，法律不再保护弱势群体。上层财阀灯红酒绿，享受着科技带来的美好生活，底层人民在虚幻的电子幻觉、药物极乐、暴力犯罪和公司全方位的监视与压榨下惶惶不可终日。公司之间的战争使得全球环境严重恶化，化学武器、生物武器和热核武器带来的余波依旧危害着每一个底层群众。游戏通过这种绝望的世界观描述，旨在反思资本主义和西方所谓的“自由民主”，通过构建高度自动化、控制论(Cybernetics)下“彻底”的资本主义社会所产生的“高科技，低生活”(High Tech, Low Life)的社会现状，质疑批判资本主义在如今科技飞速发展、自动化程度突飞猛进的今天，还是可以创造美好生活。

《赛博朋克 2077》以五项最佳成为科隆 2020 的最大赢家，该作于 2020 年被授予科隆展最佳游戏奖、科隆游戏展消费者“最期待游戏”、最佳索尼 PlayStation 游戏等五项大奖。

例 1:

SL: As you know, Kabuki has got a new fixer, from **the USSR**. He's been running a few major bizs in weeks. Not sure what exactly, but we're gonna find out.

TL: 你应该已经知道了，歌舞伎区来了个新中间人，是个**毛子**。没几个星期他已经干了好几票了。具体不知道，不过我们会搞清楚的。

在游戏世界观中，迎来内战和解体的结局，输掉冷战的国家的不是苏联，而是美国。世界的主要国家变成了苏联、日本和中国。这个任务的背景就是中国和苏联，在游戏发生地夜之城(Night City)中的一次谍战交锋。

但在实际上的游戏本地化过程中，苏联一词可能会与目标市场中国——同样践行社会主义的大国，产生有悖于目标市场意识形态的误会与冲突。故而，在实际本地化翻译中，译者受制于意识形态因素，将 **the USSR** 隐去，用一种看似违背了忠实原则的方式，将这个词映射到了足可以表示目标身份，又可以避免意识形态造成的误会与冲突的“毛子”一词。此外，作为游戏中的美国人，本身就对苏联带有一直以来的敌意和轻蔑的态度，而“毛子”一词源于东北方言中对于俄罗斯人的一种不正式的称呼。故而“毛子”一词的可谓一石二鸟，即表达了角色的情感，同时也避免了不必要的冲突。

例 2:

SL: It's got everything. More on the **comrade** and the gig is in the attachment.

TL: (芯片)里面什么都有。附件里有咱这位**同行**和差事的信息。

因为任务目标是一个来自于苏联情报机构的间谍，任务介绍也就采用了一种戏谑的方式来介绍这个目标，使用了 **comrade** 这个极具意识形态特色的词汇。同样地，该语段中采用了和例 1 中一样的策略和方法，来避免 **comrade** 在目标市场语境中可能造成的不必要的影响，由“同志”折射到了“同行”。

2) 改写理论认为，影响翻译行为的第二个因素就是目的语的诗学范式。诗学是指关于诗作、诗歌与其技巧研究的理论。勒菲弗尔认为，翻译方法会受到一定诗学范式的制约。诗学范式有时小到一词一句，大

到一段一篇,影响渗透进译文风格、翻译策略、翻译方法等翻译行为的诸多方面。译者在翻译过程中可以把原作品的风格和文学手段引入目的语的文学系统。针对于翻译的诗学改写,是为了符合目的语意识形态和诗学,使得改写内容尽可能被读者接受。

在游戏本地化翻译过程中,和电子游戏本身一样,诗学范式也是“数字化”的,即目的语互联网文化的模因与“热梗”。此外,由于游戏文本部分文本具有技术性和功能性,例如介绍游戏内装备功能等的文本。而在某些模拟类游戏中,此类技术性和功能性文本可能是一些固定的术语。这类术语可能在目的语当中具有固定的说法,本文也将此类固定说法视作一种“诗学范式”,把某些术语脱离原文本字面意思的转换也视作一种针对于诗学范式的改写。

例 3:

SL: Woman of La Mancha

TL: 出淤泥而不染

该文本是《赛博朋克 2077》内的一个支线任务描述。任务内容为帮助一个不愿意随波逐流,和同事一起贪污受贿当黑警的女警察。她因为她的正直而被诬陷,被警局停职调查,遭到了上司和黑帮的死亡威胁。因为这名警察是拉美裔,且追杀她的黑帮为拉美裔组成的黑帮,所以使用了 La Mancha “污点”的西班牙语。依照原文本,原意应为“污点警员”。但这一文本为任务提示,依照原文可能会使得玩家对任务内容产生误解,故而翻译最后采用了从任务内容出发的翻译方式。且 La Mancha 对于许多英语使用者,尤其是美国人(美国也是整个游戏故事发生的地方)来说,有一种“熟悉的陌生感”,因为对于美国人来说,大部分人的第二语言和日常生活中最经常接触的外语就是西班牙语。译本也选择了《爱莲说》中“出淤泥而不染”这一经典名句,重组原文,在中文玩家中产生了一样的语言映射。

例 4:

SL: 8.8 cm KwK 36 L/56

TL: 88 毫米 KwK 36 L/56 坦克炮

此文本来自于游戏《战争雷霆》(War Thunder)。《战争雷霆》是一款多人在线载具对抗游戏,由俄罗斯公司 Gaijin 制作。该游戏以二战到现代武装冲突为背景,致力于提供有趣的地面载具、军用航空器和海军舰艇的统计数据和细节,以便为玩家模拟较为真实的载具对抗。它收集了来自美国、英国、苏联(俄罗斯)、德国、日本、中国、意大利、法国和瑞典的各类载具,同时在线人数高达数十万,是军事爱好者广泛热爱的一款游戏。

原文本为二战中德军大名鼎鼎的虎式坦克的武器介绍。英语原文本中保留了德国相关领域的习惯,即使用厘米来界定火炮口径。在德语中,以 20 mm 为界,口径大于 20 mm 的火器被定义成“火炮”,并用厘米来标定火炮口径。

然而,在中文有关领域中,火器的口径一律使用毫米为单位标定口径。此时如果保留原有形式,使用 8.8 cm 的表达,则会有悖于目的语的语言范式和术语习惯。在这种范式下,译者受到了这种范式的约束,将译文映射到了目的语的语言范式。

例 5:

ST: QF-2 pounder cannon

20 pdr OQF Mk. I cannon

TL: 40 mm QF 2 磅炮

84 mm OQF Mk. I 型 20 磅炮

“磅”(pdr)是一种英国特色的火炮口径计量单位。英国人使用火炮发射的炮弹重量来反映火炮威力和标定火炮口径。尽管进入到游戏所反映的二战期间, 炮弹体积与构型早就和曾经作为炮弹发射的实心铅球大相径庭, 但这种单位得以保留。

在本段中, 译者将这种单位转化成了目标用户接受的毫米作为单位, 但是依旧保留了“磅”这种单位。可以被视作一种“异化”的手段, 将英制武器规章作为一种“文化”, 通过目标文化受众可以接受的方式来进行传播。

3) 改写理论把翻译当作社会中的一个系统。这个系统既要受到内部因素, 即翻译领域专业人士的影响, 也会受到外部因素的影响, 即对于翻译和文学作品外部各种因素可以产生影响的各个势力, 例如宗教集团、阶级、政府部门、出版社、大众传媒机构, 也可以是个人势力[8]。此类因素即为“赞助人”。

在这三大要素中, 赞助人的因素是力量最大的因素, 这个因素时刻都在操纵翻译的全过程。翻译本身并不是一种孤立的行为, 而是和政治、社会、经济等多重因素下影响的结果。

在游戏本地化的翻译过程中, 赞助人多由审核机构和发行商扮演。审核机构会审查游戏内容, 使游戏内容向着符合法律法规的方向修改, 发行商在发行游戏的过程中, 也会进行自我审查, 使产品可以在目标市场顺利销售, 或使产品可以借由互联网平台, 通过直播等手段进行宣传。这一举动会最终导致不同地区销售的同一款游戏在文本内容, 甚至是游戏内容本身内容上出现不同。

值得注意的是, 电子游戏作为一种多模态的文本, 本地化翻译的内容有时不只局限于文字。

例 6:



在这个案例中, 考虑到中文用户的感情和所发行国家审核机构的容许内容, 在将 Japan 一词译作“日本”的同时, 也修改了象征着日本军国主义的旭日旗图标, 用日本国旗进行替代。此外, 在游戏文本介绍中, 诸如 Empire of Japan 和 Japanese Imperial Army 等词均没有翻译成“日本帝国”、“大日本帝国”或是“日本帝国陆军”, 而是翻译成了“日本”和“旧日本陆军”。

5. 结语

电子游戏作为互联网时代新兴的文娱活动, 艺术价值已逐渐显现。游戏文本翻译是持续并反复出现在玩家视线中的, 因此翻译质量的好坏直接影响到玩家的体验, 决定了游戏的被接受度。游戏本地化翻译的终极目的是传递“体验”, 强行将游戏文本本地化翻译归属到目前任何一个翻译工作类别范畴内都是不合理的。然而, 这一领域至今没有得到研究者足够的关注。本文认为, 勒菲弗尔的改写理论可以为游戏本地化翻译工作者提供新的视角和理论指导, 同时满足行业、市场、团队、效率的需求。本文的研究成果可为蓬勃发展的中国游戏和中国文化“走出去”提供新的思路和指导, 坚信璀璨的中国文化能以中国自己研发的游戏为载体, 向世界广泛传播中国故事; 让其他文化群体感中国人之所感, 品中国文化之所蕴。

参考文献

- [1] Dunne, K.J. (2006) Perspectives on Localization. John Benjamins Publishing Company, 4.
- [2] 刘明, 马晓雷. 本地化翻译研究综述——基于《翻译研究文献》数据库的文献计量分析[J]. 外语学刊, 2020(6): 99-104.
- [3] 张杪昀, 张武江. 从本地化相关的习惯和约定谈游戏翻译[J]. 电子制作, 2014(3): 89-90.
- [4] 郑晗玉. 大陆民间游戏汉化组调查报告[D]: [硕士学位论文]. 成都: 西南财经大学, 2016.

-
- [5] 新华社. 《2023 中国游戏产业报告》正式发布[EB/OL].
<http://www.xinhuanet.com/ent/20231215/f670a4330eac41d6859e9f11d9226d5b/c.html>, 2023-12-15.
- [6] Niko Partners (2024) China Games Market Reports Series. <https://nikopartners.com/china-games-market-reports/>
- [7] Bernal-Merino, M.Á. (2014) Translation and Localisation in Video Games: Making Entertainment Software Global. Routledge, 19. <https://doi.org/10.4324/9781315752334>
- [8] 张晓娟. 浅谈勒菲弗尔操控理论的三大要素对翻译的影响[J]. 西安社会科学, 2010, 28(4): 130-131.
- [9] 陈聪, 伍剑云. 安德烈·勒菲弗尔“改写”理论研究[J]. 文化学刊, 2023(10): 170-173.