

LIONBRIDGE

GAMES

从翻译 到文化韵染

游戏本地化的过去、现在和未来

游戏本地化的范畴远不止文字翻译和配音。游戏本地化服务最初与传统翻译并没有太大区别，但如今已经能够帮助游戏开发商向海外营销游戏，并以精妙入微的表达拨动玩家心弦，让**世界各地的**玩家沉浸于同一份感动。

回顾过往 30 年，本地化工作的质量经历了翻天覆地的变化。《莎木》就是一个很好的例子。这部游戏是世嘉的经典之作，也是热门游戏《人中之龙》系列的精神原作。早在《莎木》发售的 2000 年，开发商就已经发现了推出多语言版本的巨大盈利潜力，但还不知道如何把握这个机会。



当时的本地化需求就已经很高：行业收入在此前 10 年翻了一番，专攻游戏本地化的公司也如雨后春笋般涌现。但尽管翻译技术有了重大进步，很多从业者对叙事性内容本地化的复杂内涵依然不够敏感。



“Kiss off”意为“突然粗暴地赶走对方”，算不上常用短语。虽然这在美国和加拿大确实是地道的俚语，但比较冷门，最重要的是，它根本无法反映黑帮分子的霸道。

《莎木》是第一批为本地化投入数百万美元预算的游戏之一，但也与此前的许多游戏一样面临着大量问题。粗制滥造的翻译、不符合人设的配音和含混的录音都不过是灾难的开端，缺少语言专家的支持才是导致**对话极其违和**的根本原因。这个系列的狂热粉丝至今还在吐槽“Kiss off twit!”非常让人出戏。

与第一部同时开发并于 2001 年发售的《莎木 2》也面临着相似的本地化挑战。英文配音虽然乏善可陈，却也在一定程度上体现了《莎木 2》的魅力，但失望的玩家还是在网络上掀起了玩梗狂潮。这也反映了当时的游戏本地化形势何其严峻。

《莎木》的本地化统筹负责人 Jeremy Blaustein **接受 GameSetWatch** 的采访时说道，当时的情况堪称“灾难中的灾难，远比想象的更糟糕”。



将这种情况与 2015 年热门大作《人中之龙 0》的风靡进行对比，就能明白本地化行业实现了巨大的发展。同样由世嘉发行的《人中之龙 0》当时在世界各地都引起了现象级狂潮，收获了全球玩家的好评，仅 Steam 的销量就超过了 200 万份，如今依然风头不减。

想必你已经猜到了，《人中之龙 0》的成功在很大程度上要归功于卓越的本地化工作。翻译精准又自然流畅，而且大胆借鉴了当地的流行文化、俚语，甚至促进了日本媒体与西方国家在文化上的**相互影响**。

诙谐的改编、出色的配音以及在呈现异域风情和贴合本地文化之间的巧妙平衡，让《人中之龙 0》成为了游戏本地化的金标准，但它带来的影响和启发远不止于此。

什么是文化韵染？

对许多玩家来说，最初的游戏本地化概念都是来自《人中之龙 0》以及 2010 年前后发布的其他拥有丰富叙事的游戏。彼时，许多发行商、开发商和语言服务提供商都已经意识到，本地化工作必须处理文化上的微妙之处、地缘政治的敏感内容以及全球交流日益紧密所带来的文化影响。谁能解决这些难题，谁就把握本地化的未来。

新的纪元：文化韵染。

Lionbridge Games 内容质量总监 Eva Herreros 表示：“你可以这样想，翻译不过是将一种语言转换成另一种语言。这只是打破交流壁垒的第一步。而本地化会利用当地流行文化、俚语和特定视听元素等内容，力求让译文更贴合当地受众的世界观，从而增强他们的代入感。本地化必须保证语言流畅、逻辑自治，文字都经过精心打磨，从而确保最终文本自然且符合当地特色。但翻译和本地化还不足以真正弥合两个文化之间的鸿沟，这时候就需要文化韵染大显身手。”

文化韵染流程是指创造性地根据受众文化重塑游戏内容。

Herreros 表示：“我们要分析原文主旨，将其内化到本地化并进行重构，最终呈现给受众。这个过程不仅要保留原文信息和目的，还要考虑当地的文化规范和社会价值观。

语言改编的三个层次

本地化从业者必须清楚翻译、本地化和文化韵染之间的区别，因为在为全球受众改编文本的过程中，这三个层次的侧重点各不相同。



翻译

侧重于目标语言的准确性。
(即准确传达原文信息)



本地化

范围扩大到使内容更符合目标受众的语言习惯，更具地区特色。重点在于确保译文适合目标市场（但要与目标受众相区分，后者的要求更为具体）。包括以下内容：

- » 脚本翻译调整 (例如，缩短对话，以免超出文本框，或配合过场动画的节奏)
- » 重塑 UI (例如，文本方向、术语、配色等等)
- » 调整数字格式 (例如，日期、货币、单位 / 度量方式等)
- » 名称本地化 (例如，武器、法术、地点、角色等)
- » 语气检查 (例如，敬语、正式用语等)



文化韵染

深入了解目标受众的文化规范、社会价值观和敏感的地缘政治问题，为受众营造能够激起文化共鸣的沉浸式体验。只有这个层次的语言改编可以使受众在个人和情感层面得到极大满足。包括以下内容：

- » 叙事调整 (例如，改变游戏中的事件，以免影射现实的历史事件等)
- » 角色调整 (例如，改变角色的年龄、背景故事、服装等)
- » 游戏机制调整 (例如，Pay to win 公式、难度等级、节奏等)
- » 附加背景 (例如，添加游戏内注释、扩展物品描述、修改对话等)
- » 地缘政治审核 (例如，针对不同地区调整非传统性别用语、种族、民族、性取向、政治、宗教等内容)

尽管全球化策略的核心都是文本转换，但文化韵染会通过以玩家为中心的策略来提升游戏体验。在游戏开发之初，就应该注意游戏机制、故事情节和角色的跨文化表达问题。开发商、本地化团队和发行商需要留心有可能引发冲突的元素，并设法解决。

Lionbridge Games 叙事设计主管 Ji Shin 表示：“这个问题必须深挖。你的思维要超越字幕、配音、UI、武器和名称翻译，这些都是翻译和本地化层次的工作。你需要考虑的是整体叙事；需要关注字幕配音和视觉线索；还有游戏的玩法，例如玩家的目标、挑战和奖励。你要问自己‘这些内容和目标文化的地缘政治是否存在关联？’是不是尊重当地宗教信仰？符合当地法律吗？有没有影射当今和历史事件？”

文化审阅可能会极大地改变一款游戏，这都是意料之中的事。但文化韵染的核心并不是盲目改变。

Lionbridge Games 欧洲内容交付总监 Baptistin le Blanc 解释道：“文化韵染中最棘手的一点在于，如何在呈现异域风情和贴合本地文化之间实现巧妙的平衡。例如，我们可能会保留游戏中原有的地名、角色名或文化梗，但会在必要的时候提供背景或解释，以便这些元素更容易得到目标受众的理解，但同时不能失去原有的吸引力。我们希望通过这种方式为玩家营造亲切、熟悉的体验，同时保留游戏原本的魅力和主旨。”

例如游戏中有个角色被称为‘黑武士’。美国人可能会问：‘盔甲是黑色的吗？徽章是黑色的吗？还是皮肤是黑色的？是坏人吗？’单看这个名字，很少会有西方玩家会认为这是正面角色。在印度文化中，黑色甚至象征着纯粹的邪恶。但许多东亚国家和地区认为黑色庄严肃穆，是力量或权力的象征。

文化韵染团队会深入了解开发商的主旨，并以合适的方式帮助目标受众理解相应的理念。在这个例子中，对名称进行合理的本地化当然是一个好方法，提供有助于理解其含义的背景信息也是一个不错的选择。（或者，重新设计一个不会引发争议的角色，并使用暗黑的游戏皮肤来象征邪恶？那可不行！）

“文化韵染中最棘手的一点在于，如何在呈现异域风情和贴合本地文化之间实现巧妙的平衡。”

— Baptistin le Blanc, Lionbridge Games,
欧洲内容交付总监

文化韵染有哪些重要意义？

你可能认为文化韵染是在给全球化工作锦上添花，没有它也无大碍，不过事实并非如此。本地化专家负责打造流畅和引人入胜的文本，而文化韵染专家负责在发行商和玩家之间建立起尊重的桥梁，只有这样才能最终使游戏在每一个发行地区激发共鸣。换言之，有了文化韵染的基础，调整之后的内容才能够赢得玩家的欣赏和喜爱。

很多人都认为文化韵染“只是迎合玩家”、“无足轻重”，但无论是在吸引玩家方面，还是让玩家长久沉浸于游戏，文化韵染都是真正的关键。有了深思熟虑的世界观构建和文化方法论，优秀的游戏才会升级为经典游戏。

“和健康的人际关系一样，开发商和玩家之间也需要一定程度的尊重和理解。如果你所开发的游戏感到困惑或反感，玩家又怎么可能喜欢这个游戏呢？无论‘翻译’有多出彩，如果内容让人没有代入感或者摸不着头脑，那再好的作品也无法深入人心”，Shin 强调道。“营造合适的氛围才能让游戏经得起时间的考验。”

游戏可以促进多元化和包容性。作为一个绝佳的体验窗口，游戏可以让玩家去见识未曾经历的人生，去探索也许有机会在现实世界里实践的概念。成功的游戏要反映出真实的人性。

这种高度共鸣只有在文化韵染的土壤里才能生根发芽。玩家会因此而更深入地沉浸在游戏之中，情感起伏更加强烈。有了这样的体验，原本只是想打发时间的玩家也会迸发出真正的热爱，并成为忠实粉丝。而从玩家心底萌生的归属感会打造活跃的游戏社区，这也是一笔巨大的财富。感觉得到重视的玩家更有可能购买相关衍生品、自发宣传游戏，也更愿意尝试同一个开发商的其他游戏。



“和健康的人际关系一样，开发商和玩家之间也需要一定程度的尊重和理解。如果你所开发的游戏感到困惑或反感，玩家又怎么可能喜欢这个游戏呢？无论‘翻译’有多出彩，如果内容让人没有代入感或者摸不着头脑，那再好的作品也无法深入人心。”

— Ji Shin, Lionbridge Games,
叙事设计主管

“情感就如同系泊航船的锚。如果玩家认同游戏中的角色和他们的经历，由此激发的澎湃共鸣就会让他们长久地沉浸在游戏中。如果一款游戏具有包容和尊重的精神，玩家就更容易产生归属感，更容易和其他玩家成为朋友，这也会促使他们从其他玩家身上和游戏中汲取力量，不断成长。被人接纳、收获关注、得到倾听、受到欣赏都是乐事”，Herrerros 说。

文化韵染可以提高市场渗透率并不让人意外。在过去十年里，“**没有 XX 语言就不买**”的言论常常会得到非常多的赞同。众所周知，本地化战略可以增加收入，但很少有人意识到文化韵染能够确保本地化投资获得最大回报。通过营造包罗万象、互相尊重和令人向往的氛围，目标受众的群体就会进一步增长，你也不会因为无心之过失去本来会成为粉丝的玩家。

文化韵染还能促进你的 IP 在不同的领域里大放光彩，例如电影、剧集、书籍等等。

如果要在另一种媒体平台上打造系列产品，作为原作的游戏就必须有强大和逻辑自治的内核。这会赋予衍生作品更高的质量、更强的情感冲击力，自然也会收获更多忠实粉丝。

Herrerros 指出：“如何在众多游戏中脱颖而出才是关键。在游戏面对不同文化的时候，如果我们愿意付出更多努力提高游戏的包容性和代入感，自然就能抓紧玩家的心，为游戏在竞争中争取到真正的优势。我个人也认为这是正确的策略。”

但一流的文化韵染不能止步于提高玩家体验。除了营造包容性，文化韵染还可以帮助规避冒犯或不符合当地文化的内容，以免游戏陷入争议。缺乏对目标市场的敏感性有可能招致恶评、收益减少、声誉受损甚至法律处罚。

“如何在众多游戏中脱颖而出才是关键。在游戏面对不同文化的时候，如果我们愿意付出更多努力提高游戏的包容性和代入感，自然就能抓紧玩家的心，为游戏在竞争中争取到真正的优势。我个人也认为这是正确的策略。”

— Eva Herrerros, Lionbridge Games,
内容质量总监

房间里的大象：DEI（多元化、公平与包容）

有一个话题总是难以回避。“多元化、公平与包容”在游戏领域中一直颇受争议，而且这种情况可能还要持续很长一段时间。这是个很微妙的话题，包含了无数曲折与风波。尽管“觉醒”和“ESG”之类深陷争议的说法给 DEI 蒙上了一层阴影，但有一个关键概念能斩断这团乱麻，让开发商理解真正的问题所在：排斥玩家。

想象一下，在一天辛苦的学习或工作之后，你打开了最近爱上的游戏。你刚刚开始主线故事中的最新剧情，解锁了一个新区域。你正在探索这个美丽而陌生的世界，丰富的色彩、新奇的建筑和迷人的音效令你如痴如醉。

结果一个深受玩家喜爱的配角突然开了一个关于身材的笑话，而你本来以为你们是朋友。

更糟糕的是，这个笑话不仅不会让人会心一笑，甚至还会让人反感。你顿时感到意兴阑珊，不禁开始思考：在这个超凡脱俗的世界里，为什么依然有人拿体重开玩笑。在由鸟兽和鱼儿组成的奇异世界里，编剧为什么要让角色说这种话呢？这个例子比较“典”，但很多人都能感同身受。

“游戏可以有敏感内容。玩家不是审查官。”Shin 说，“但我们必须反思，游戏中的元素会给玩家带来什么体验。这句对话在游戏中意味着什么？它对剧情有意义吗？让角色这么说能表达什么吗？如果你发现有台词以侮辱性或不得体的方式对待特定人群，那就不要采用。”



仅
38%

的玩家认为大游戏公司会在设计游戏的时候考虑到其所属社群。

[来源: Glad]



20%

的活跃玩家属于 LGBTQ+ 群体

[来源: Glad]



超过
2/3

的非裔、西班牙裔、亚裔和亚太裔美国人是游戏玩家。

[来源: ESA]



53%

的玩家认为开发商有责任提高游戏和游戏空间的包容性。

[来源: Glad]



50%

的玩家是女性。

[来源: Statista]



44%

的玩家在游戏平台上经历过或目睹过种族歧视和仇恨言论。

[来源: Preply]

虽然行业内都在谈论要在游戏里中增加代表多元化的内容，还要倡导共同维护包容环境的联盟关系，但很少有人重视在游戏中真正实现健康的多元化的第一步。

“许多人只将‘DEI’当成了标榜‘进步’的手段。这项倡议被扭曲成了一种竞赛，开发商都拼命往游戏里塞 PoC、LGBTQIA+、女性或残疾人角色，多多益善。”Shin 表示
“虽然代表性内容很重要，但这种浮于表面的多元化最终只能对真正的多元化群体带来伤害。”

玩家可以通过体现多元化的方式看穿背后的意图。如果只是浮皮潦草地在游戏里塞进一个‘多元化’角色，玩家一眼就可以看透开发商的小心思。这还有可能招来猛烈反噬。

例如残疾角色残疾得毫无意义。游戏中对残疾的描述可能过于夸张、不切实际，而且前后矛盾。更糟糕的设计是主角在因为受伤而残疾后，又神奇地痊愈如初。

残疾人群体并不喜欢这种桥段。如果一心投机取巧，连最基本的调研和努力都不愿意付出，结果无非是给特殊群体的伤口上撒盐。

“归根结底，不能让受众感到自己和其他人格格不入。要摒弃‘不赚钱就不值得做’的想法。正确的事情就值得努力。”Shin 表示。

努力为每一名玩家营造具有代入感的体验自然非常重要，但也必须确保没有任何玩家感觉游戏不欢迎自己。

一定要保证你创造的世界、角色以及角色在环境中的互动方式不会让玩家感到自己没有价值、受到冒犯或当被当成异类。



“努力为每一名玩家营造具有代入感的体验自然非常重要，但也必须确保没有哪个玩家感觉游戏不欢迎自己。”

如何实现文化韵染?

文化韵染是一个细致的过程，需要深入理解源文化和目标文化以及创意愿景。这项工作从游戏制作之初就要仔细规划和实施，因为这会涉及到游戏里每一个最基本的元素。不论是叙事和角色设计，还是音频和本地化测试，游戏制作和全球化过程中的每一个环节都离不开文化韵染。

自定义角色名称或性别呈现等设计甚至会反映在游戏代码层面。

但是，文化韵染项目都有一个总体性结构，包括分析阶段以及之后的调整和质量保证测试。

Le Blanc 详细介绍了 Lionbridge Games 采用的流程：

- » **首先**，我们的团队会分析游戏的原始背景，确保我们能够吃透故事、角色、主题和文化背景的微妙之处。
- » **接下来**，我们会与熟知目标文化的当地文化顾问和语言学家密切合作，由他们指导我们调整游戏内容。在这个阶段，我们会与开发商 / 发行商保持密切联系，以免修改后的内容偏离了游戏主旨。角色矩阵、语言风格指南和地区性 DEI 协议等工具将帮助确保我们的译员和叙事团队忠于游戏的文化愿景。
- » **最后**，我们会进行全面的质量保证测试，以确保本地化后的游戏保有原本的内核。

披露工作流程可能会带来一定的风险，但 Le Blanc 表示，流程本身只触及文化韵染的皮毛，真正解决问题的手段不在其中。

“只是知道流程并不足以实现一流的文化韵染。你还需要合适的经验、人才、基础设施和 workflows，这才是最终取得成功的必要条件。公开我们的流程不会对我们的业务带来威胁。事实上，我们希望有更多人能理解这项工作，我们也愿意分享自己的专业知识。让文化韵染流程更透明可以促进整个行业共同繁荣，也有利于开发商和发行商在寻找合作伙伴时做出更明智的选择。”



“让文化韵染流程更透明可以促进整个行业共同繁荣，也有利于开发商和发行商在寻找合作伙伴时做出更明智的选择。”

开发商和发行商应该如何寻找优秀的本地化和文化韵染支持？

从各个层面保证玩家沉浸于游戏绝非易事。这要求我们不仅要深入理解目标语言，更要了解目标文化。此外，理解文化韵染的概念只是成功的一半，另一半则有赖于能够出色完成这项工作的资源。好消息是如今有很多游戏本地化公司。但要注意的是，并非每个供应商都有能力完成深度文化审阅。

开发商和发行商应该寻找具备以下条件的本地化公司：

- » 丰富的经验
- » 全球性的基础设施
- » 扎根于目标地区的工作人员
- » 优秀的语言专家和译员

- » 拥有地缘政治敏感性、多元化精神和包容性等多种技能的人才
- » 专门的项目管理团队
- » 专门的内容和叙事设计团队
- » 与主题专家和非政府组织建立牢固的关系
- » 拥有数据支持的流程和工具
- » 从开发到发布后支持的端到端方法

谦逊低调也是选择合作伙伴的关键因素。文化韵染团队必须经验丰富、态度谦逊，有能力判断何时需要外部资源。经验不足的本地化公司不了解自身不足，也没有人脉寻找有资质的合适外援。如果能找到符合上述标准的供应商，就可以大幅度提高本地化内容的质量。

文化韵染无疑会对游戏产业的发展产生深远影响。这个概念会突破语言的壁垒，满足更加全球化和多样化的受众。

随着游戏本地化公司不断打造出更贴合当地市场的游戏体验，我们很可能会见证一个更具包容性的行业在全球蓬勃发展，这也是我们深切的希望。文化韵染意味着未来的游戏会突破翻译或本地化，进入真正的全球化时代。



您最好的合作伙伴。

请访问我们的服务页面，了解我们如何协助开发商和发行商打造出色的游戏体验。

更多详情请访问

GAMES.LIONBRIDGE.COM



关于 LIONBRIDGE GAMES

Lionbridge Games 的故事始于 2013 年，始于世界最大的一家全球化公司中，那一群狂热的玩家。我们是充满激情的游戏专才，我们的任务是为全世界玩家提供出色的游戏体验。以 Lionbridge 全球基础设施为支点，我们组建了一个游戏服务专职团队，以便打造真正以全球化和技术引领为核心的全新游戏服务方式。



更多详情请访问

GAMES.LIONBRIDGE.COM



LIONBRIDGE

© 2024 Lionbridge. 保留所有权利。

