

УДК 81'25 (043.2)

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-213-53>

ЛОКАЛІЗАЦІЯ ВЕБКОНТЕНТУ ЯК ФОРМА МІЖКУЛЬТУРНОЇ КОМУНІКАЦІЇ

WEB CONTENT LOCALIZATION AS A FORM OF INTERCULTURAL COMMUNICATION

Сітко А. В.,

orcid.org/0000-0003-0071-038X

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри англійської філології і перекладу

Державного університету «Київський авіаційний інститут»

Ващенко Д. В.,

магістрант кафедри англійської філології і перекладу

факультету психології, комунікацій та перекладу

Державного університету «Київський авіаційний інститут»

Статтю присвячено дослідженню локалізації вебконтенту як специфічного виду перекладацької діяльності, яка враховує не лише лінгвістичну адаптацію, але й культурні, соціальні, технічні та інші особливості цільової аудиторії. Окреслено еволюцію поняття «локалізація» в контексті перекладознавства та цифрових комунікацій. Зроблено акцент на відмінностях між перекладом і локалізацією, визначаючи останню як більш комплексний процес, що включає адаптацію не лише тексту, але й графічного інтерфейсу, одиниць виміру, а також елементів коду. Розглянуто функціональні, культурні та мовні аспекти локалізації, наведено приклади адаптації лексики, форматів дат, валют, адрес, елементів інтерфейсу.

У статті проаналізовано сучасні технологічні інструменти – машинний переклад, автоматизовані засоби (CAT-tools) та генеративний штучний інтелект (GenAI), зокрема ChatGPT. порушено питання щодо проблеми мовної нерівності в ШІ-системах та її впливу на якість перекладу малопредставлених мов. Зазначається, що локалізація тісно пов'язана з поняттями глобалізації, інтернаціоналізації та перекладу, які разом формують концепцію GILT (Globalization, Internationalization, Localization, Translation). Підкреслюється важливість інтернаціоналізації як підготовчого етапу для забезпечення коректної адаптації вмісту. Окрему увагу приділено технічним компетентностям перекладача, знанням принципів вебдизайну, HTML-розмітки, SEO-оптимізації, цифрового UX-дизайну, які стають необхідною умовою ефективної локалізації в цифровому середовищі. У дослідженні зазначається, що якісна локалізація вебресурсів неможлива без поєднання лінгвістичної точності та культурної релевантності. Робиться висновок про необхідність міждисциплінарного підходу до локалізації та визначаються перспективи подальших досліджень у галузі перекладу вебресурсів вузькогалузевого спрямування.

Ключові слова: локалізація, переклад, вебсайт, вебконтент, глобалізація, інтернаціоналізація, штучний інтелект (ШІ).

The article highlights the web content localization as a specific type of translation activity that touches upon not only linguistic adaptation, but it also considers the cultural, social, technical, and other features of the target audience. The evolution of term «localization» is outlined within the context of translation studies and digital communication. The study emphasizes the distinction between translation and localization, identifying the latter as a more complex process that includes the adaptation of not only text, but also graphical interfaces, measurement units, and code elements. Functional, cultural, and linguistic aspects of localization were analyzed, along with examples of adapting vocabulary, date formats, currencies, addresses, and interface elements.

The article sets out to make analyses of modern technological tools such as machine translation, computer-assisted translation tools (CAT) and generative artificial intelligence (GenAI), such as ChatGPT. The issue of language inequality in AI systems and its impact on the quality of translation for underrepresented languages were determined. The localization is presented as closely related to the concepts of globalization, internationalization, and translation, which together form the GILT model. The importance of internationalization as a preparatory stage

for proper content adaptation is highlighted. Special attention is paid to the technical competencies of translators, including knowledge of web design principles, HTML markup, SEO optimization, and digital UX design. The study concludes that high-quality web resource localization is impossible without the combination of linguistic accuracy and cultural relevance. The necessity of an interdisciplinary approach to localization is highlighted, and the prospects for further research into the translation of specialized web resources are outlined.

Key words: localization, translation, website, web content, globalization, internationalization, artificial intelligence (AI).

Постановка проблеми. У сучасних умовах глобалізації бізнесу та цифрової комунікації зростає потреба у перекладі вебконтенту для користувачів з різного культурного та мовного середовища. Подолання мовного бар'єру за допомогою традиційного перекладу «не розв'язує проблеми повністю, оскільки обсяг перекладів у світі постійно зростає, і навіть збільшення кількості перекладачів не в змозі повністю задовольнити потреби в перекладах» [1, с. 48]. Відтак, традиційний переклад не здатен повною мірою врахувати регіональні особливості сприйняття, що знижує ефективність просування продукту або послуги. Саме тому локалізація набуває особливого значення як форма комплексної адаптації контенту. Проблематика локалізації виходить за межі суто лінгвістичного аналізу, вимагаючи міждисциплінарного підходу. Це зумовлює необхідність ґрунтовного вивчення процесу локалізації вебресурсів у перехресті лінгвістики, перекладознавства, інформаційних технологій і маркетингу.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика локалізації вебконтенту перебуває у фокусі уваги багатьох зарубіжних і українських науковців. Серед авторитетних дослідників варто виокремити В. Віллса, Б. Есселінка, К. Райс, В. Коллера, Е. Піма, С. Холла. Зокрема, Б. Есселінк запропонував ґрунтовну класифікацію процесів локалізації в контексті перекладу програмного забезпечення, а Е. Пім трактує локалізацію як форму глобальної адаптації контенту в цифровому просторі. В українському науковому середовищі питання локалізації ще не набули значного поширення й розробленості, хоча активний інтерес до теми зростає. Проблеми перекладу та локалізації вебсайтів, інтерфейсів, цифрових платформ і програмних продуктів досліджувалися у працях А. Бірюкова, А. Гудманяна, Ю. Онищенко, О. Требик [1; 2]. Вагомий внесок у розвиток теорії й практики локалізації в Україні та за кордоном також зробили такі дослідники, як А. Воловик, А. Міщенко, К. Скиба, Д. Кені, Р. Шелдон [1; 3; 4; 5; 6], які досліджували термінологію, автоматизацію процесів перекладу, особливості перекладу технічної документації, інтерфейсів та вебконтенту. Проте варто зазначити відсутність наукових розвідок локалізації вебконтенту у межах міжкультурної комунікації, що на нашу думку потребує окремого дослідження.

Мета дослідження. Метою статті є комплексне дослідження процесу локалізації вебконтенту як окремого виду перекладацької діяльності, з урахуванням мовних, культурних, технічних та соціокомунікативних факторів, а також визначення сучасних викликів, пов'язаних із впровадженням автоматизованих інструментів перекладу та штучного інтелекту.

Виклад основного матеріалу. У зв'язку зі стрімким розвитком комп'ютерних технологій, «актуальним в системі гуманітарних знань стає виділення та вивчення Інтернет-дискурсу та виокремлення нового напрямку лінгвістичних досліджень – Інтернет-лінгвістики» [7, с. 67]. У сучасному науковому дискурсі термін «локалізація» трактується по-різному. Він виник не в епоху цифрових технологій, а значно раніше, хоча в минулому для його позначення використовували інші терміни. Зокрема, у класичних працях з перекладознавства вживалися поняття «адаптація» та «одомашнення», які акцентували увагу на пристосуванні тексту до культурного середовища цільової аудиторії.

Сьогодні локалізація розглядається як ширше й комплексніше явище [8]. Наприклад, електронний ресурс Вікіпедія інтерпретує його так: «Локалізація – переклад і адаптація елементів інтерфейсу, допоміжних файлів та документації» [9]. У Кембріджському словнику локалізація подається як процес пристосування продукту або сервісу до потреб конкретної країни, регіону, тощо [10]. Роберт Шелдон зазначає: «Локалізація – це процес адаптації та індивідуалі-

зації продукту відповідно до потреб конкретного ринку, визначених його мовою, культурою, очікуваннями, місцевими стандартами та правовими вимогами» [6]. Підсумовуючи наведені тлумачення можна висновувати, що локалізація – це адаптація продукту до потреб конкретного ринку, що враховує його мовні, культурні, правові та інші особливості. Локалізації підлягає не лише письмовий текст, але й мультимедійний контент, зокрема відео, вебсайти, програмне забезпечення, відеоігри, а також аудіосупровід, включаючи озвучування та звукозапис [4].

Втім, попри тісний взаємозв'язок, переклад і локалізація – це різні процеси, і розуміння їхніх відмінностей має суттєве значення для ефективної адаптації контенту до потреб цільової аудиторії. Переклад передбачає передачу тексту з однієї мови на іншу зі збереженням смислового змісту оригіналу. Основною метою цього процесу є відтворення значення вихідного тексту з урахуванням граматичних, синтаксичних і стилістичних норм мови перекладу. На відміну від перекладу, локалізація охоплює ширший спектр адаптації, виходячи за межі суто мовного рівня. Вона передбачає пристосування контенту до культурного контексту цільової аудиторії, включаючи її соціальні та культурні норми, менталітет, уподобання. Локалізація може змінювати тон звернення, використовувати регіональні мовні форми, адаптувати формати часу, дат, валют, одиниць виміру, а також модифікувати візуальні елементи.

Таким чином, переклад можна розглядати як початковий етап адаптації контенту, тоді як локалізація виконує функцію глибшого занурення в культурне середовище користувача. Якщо мета перекладу – зробити текст зрозумілим іншомовним реципієнтам, то локалізація прагне зробити його максимально природним і автентичним для конкретного ринку. Наприклад, хоча слова *bathroom* (у США) та *loo* (у Великій Британії) мають подібне значення, їх використання залежить від регіонального контексту [11].

Коли йдеться про один із найпоширеніших видів контенту, який підлягає перекладу й локалізації – вебсайти, важливо звернути увагу на те, що переклад вебсайту – це процес заміни оригінального тексту (або іншого вмісту, як-от мультимедіа, електронних публікацій чи додатків) з однієї мови на іншу [11]. Втім локалізація – це більш глибокий і спеціалізований процес, що передбачає адаптацію вебконтенту та додатків для конкретного регіону. На відміну від перекладу, локалізація охоплює не лише мовний аспект, але й враховує культурні, соціальні, політичні, релігійні та інші особливості цільової аудиторії [4; 11].

Під час локалізації вебсайту основний акцент робиться не стільки на точній передачі змісту, скільки на відповідності перекладу популярним пошуковим запитам. При цьому враховуються навіть поширені мовні варіанти й неточності, оскільки саме вони можуть бути ключовими для ефективного просування сайту. Наприклад, аналіз пошукових запитів за ключовим словом «переклад» показує вживання різних формулювань: «бюро перекладів», «агенція перекладів», «агентство перекладів» [12].

Навіть за умови, що переклад сайту виконує висококваліфікований фахівець, цього може бути недостатньо для ефективної адаптації контенту до цільової аудиторії. Успішне функціонування міжнародного вебсайту вимагає не лише мовної точності, а й глибокого розуміння принципів онлайн-комунікації та клієнтоорієнтованого підходу. Локалізація як процес поєднує лінгвістичні знання з аналітикою споживчих очікувань, ураховуючи мовні, культурні та функціональні особливості цільового ринку. Мовний аспект локалізації передбачає дотримання норм граматики та синтаксису цільової мови [4]. Функціональний аспект локалізації охоплює форматування контактних даних, номерів телефонів, дати, часу, одиниць вимірювання, адрес, опису товарів і послуг відповідно до норм конкретного регіону.

Культурний аспект включає адаптацію кольорів, шрифтів, графічних елементів, символіки, гумору, візуальних асоціацій, а також узгодження із соціальними нормами, релігійними переконаннями та національними традиціями [4].

У процесі локалізації важливо також враховувати вимоги SEO (тобто *пошукової оптимізації сайту*). Переклад вебконтенту має бути тісно пов'язаний із пошуковою оптимізацією:

потрібно добирати відповідні ключові слова, перевіряти їхню частотність, уникати надмірного повторення та координувати ці параметри із замовником. Особливої уваги потребують не лише тексти, але й технічні компоненти сайту – кнопки, меню, анімації, HTML-код, теги, заголовки, метадані (keywords, description) [13].

Загалом під час перекладу вебсайтів варто дотримуватися таких ключових вимог:

1) Тексти повинні бути чіткими, стислими, структурованими, з використанням активного стану, що полегшує сприйняття, зокрема й за умови застосування автоматичних перекладачів [8; 13].

2) Вибір лексики, візуального оформлення, навіть заголовків і звернень має базуватися на культурних очікуваннях користувачів. Наприклад, англomовні сайти часто апелюють до емоцій і використовують заклики до дії, тоді як в українському середовищі переважають більш інформативні й прямі формулювання.

3) Щоб забезпечити ефективну локалізацію, спочатку потрібно підготувати сайт технічно – створити універсальні формати дат, часу, валют, реалізувати можливість перемикання мов, а також передбачити правильне відображення інформації в різних мовних форматах. Особливу увагу слід приділяти контактним даним, адресам і формату номерів телефонів.

4) Професійний переклад вебсайту вимагає від виконавця не лише мовної компетентності, а й базових технічних знань. Зокрема, перекладач має орієнтуватися в основах HTML-розмітки, SEO-оптимізації, типах CMS, особливостях цифрового дизайну, а також у принципах побудови інтерфейсів [10].

5) Крім того, обов'язковим є дотримання правових норм тієї країни, де сайт функціонуватиме.

На тлі розвитку цифрових технологій усе більшої популярності набувають автоматизовані засоби перекладу, які значно полегшують роботу перекладачам. Одним з них є машинний переклад – це процес, що здійснюється без участі людини, на основі алгоритмів, які автоматично підбирають відповідники між лексичними та граматичними одиницями різних мов. Такий переклад зазвичай орієнтований на певні типи текстів і базується на обчислювальних моделях [2]. Виділяють кілька основних типів машинного перекладу:

- RBMT (rule-based machine translation) – переклад, заснований на граматичних правилах і словниках;
- SMT (statistical machine translation) – використовує статистичні моделі, які навчаються на великих корпусах паралельних текстів;
- NMT (neural machine translation) – працює на базі штучних нейронних мереж, що дозволяє генерувати більш природні синтаксичні структури (наприклад, Google Translate, Microsoft Translator, DeepL) [5].

Автоматизований переклад (CAT – Computer-Assisted Translation) – це процес, у якому людина-перекладач взаємодіє з програмним забезпеченням, яке допомагає в управлінні термінами, зберіганні перекладених сегментів (translation memory), перевірці якості перекладу та організації командної роботи. На відміну від повністю автоматизованого машинного перекладу, CAT-засоби не виконують переклад самостійно, а підтримують перекладача в процесі [2].

CAT-інструменти локалізації поділяються на дві основні групи:

1. Засоби для локалізації вебсайтів – наприклад, Trados TagEditor, CatsCradle. Вони зберігають HTML-розмітку сторінок, підтримують глосарії, пам'ятають перекладу та забезпечують цілісність структури.

2. Інструменти для локалізації програмного забезпечення – Alchemy Catalyst, SDL Passolo, Multilizer, Visual Localize, RC-WinTrans, STAR Transit. Ці системи дозволяють ефективно перекладати інтерфейс користувача без ризику пошкодити візуальні або функціональні компоненти програми [12].

Інструменти на базі генеративного ШІ (GenAI), такі як ChatGPT (GPT-4), DeepL Write тощо, вже демонструють високу якість перекладу, часто перевищуючи традиційні моделі NMT у стилістичному та контекстному плані. Це зумовило появу дискусій щодо потенційної заміни

нейронного машинного перекладу генеративними моделями. Деякі компанії навіть скоротили локалізаційні відділи, вважаючи, що GenAI здатен повністю автоматизувати перекладацькі процеси.

Однак результати дослідження CSA Research (2023) свідчать, що генеративні моделі мають обмеження, особливо у сфері корпоративного перекладу. Однією з головних проблем є нерівномірна підтримка мов. Моделі GPT-4 і GPT-4o не завжди здатні коректно працювати з менш розповсюдженими мовами, а в окремих випадках генерують повністю хибні або абсурдні переклади. Зокрема, в одному з експериментів уривок із Біблії був перекладений як інструкція зі зимової риболовлі [14].

У такому контексті зростає значення класичних процесів глобального поширення інформації, що об'єднані в концепцію GILT (Globalization, Internationalization, Localization, Translation). Глобалізація охоплює запуск продукту або послуги в глобальному масштабі. Інтернаціоналізація полягає в створенні продукту таким чином, щоб він міг бути легко адаптований до різних мов і культур, як у частині змісту, так і в дизайні та структурі. Переклад, своєю чергою, передбачає лінгвістичне відтворення змісту тексту з однієї мови на іншу.

Щоб вебконтент міг бути локалізований без значних змін, його необхідно спочатку створити відповідно до принципів інтернаціоналізації. Це означає, що текст має бути універсальним, нейтральним і легко адаптованим. Не рекомендується використовувати культурно специфічні одиниці, сленг, жаргон, ідіоматичні вирази або метафори, які можуть бути незрозумілими або недоречними в іншому мовному середовищі.

З точки зору граматики, доцільно використовувати короткі, прості речення, переважно в активному стані, що полегшує не лише сприйняття, а й машинний переклад [8]. Під час розробки вебсторінок рекомендується дотримуватись таких правил для інтернаціоналізації вебконтенту: 1) використовувати контрольовану англійську мову, з простою лексикою і граматиною (надавати перевагу часам групи Simple); 2) уникати жаргону, сленгу, скорочень, наприклад BBQ, Xing, isn't, які можуть бути не зрозумілі неангломовним користувачам; 3) телефонні номери мають бути подані в міжнародному форматі з кодом країни; 4) формат дати – за стандартом ISO 8601 і відповідно до національних норм; 5) час рекомендується подавати у 24-годинному форматі з позначенням UTC; 6) одиниці виміру варто подавати відповідно до метричної системи; 7) грошові суми мають супроводжуватись кодами валют за стандартом ISO 4217; 8) адреси потрібно оформлювати за міжнародним зразком; 9) варто уникати неоднозначних форм звертання (на кшталт s/he), краще використовувати гендерно нейтральні конструкції (напр.: they замість he/she); 10) за можливості використовувати універсальні символи й піктограми замість тексту для полегшення сприйняття і зменшення потреби в перекладі [3].

Висновки. Отже, під час дослідження встановлено, що локалізація вебконтенту є складним, багаторівневим процесом, який виходить за межі традиційного перекладу і потребує міждисциплінарного підходу. На відміну від традиційного перекладу, локалізація передбачає адаптацію тексту, графічних елементів, форматів дат і чисел, інтерфейсу, а також урахування культурних норм, правових вимог і технічних обмежень конкретного ринку.

Варто зазначити, що ефективна локалізація вимагає не лише високої мовної компетентності, але й технічної обізнаності перекладача, зокрема, володіння базовими знаннями у галузі HTML, SEO, CMS та UX-дизайну. Незважаючи на прогрес у сфері ШІ, дослідження підтвердило наявність мовної нерівності: системи ШІ демонструють високу якість перекладу лише для обмеженого кола мов, що зумовлює потребу в людському контролі та корекції.

У перспективі доцільним вбачається спрямування досліджень на аналіз локалізації вебсайтів вузькогалузевого характеру, а також на вивчення методів подолання цифрової та мовної нерівності у сфері локалізації в умовах глобалізованого інформаційного середовища.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Гудманян А. Г., Сітко А. В., Струк І. В. Функціонально-прагматична адекватність машинного перекладу публіцистичних текстів. *Науковий журнал Львівського державного університету безпеки життєдіяльності «Львівський філологічний часопис»*: Збірник наукових праць. № 5. Львів, 2019. С. 48–54.
2. Требик О., Полторацька А., Капітон А. CAT-інструменти та їх місце у структурі підготовки майбутніх перекладачів. *Наукові праці міжрегіональної академії управління персоналом*. Філологія. 2023. Т. 6, № 1. С. 57–63. <https://doi.org/10.32689/maup.philol.2023.1.9>.
3. Міщенко А. Л. Локалізація та інтернаціоналізація перекладу у контексті міжкультурної комунікації. *Наукові записки КДПУ*. Серія: філологічні науки (мовознавство) : зб. наук. праць, 2012. № 104, ч. 1. С. 151–158. URL: <https://dspace.cusu.edu.ua/handle/123456789/752> (дата звернення: 07.04.2025).
4. Скиба К. Роль перекладу у процесі локалізації. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. 2019. № 15. С. 70–72. URL: <https://elar.khmnu.edu.ua/server/api/core/bitstreams/b2244eff-a920-4cb7-8bf7-02142e550394/content> (дата звернення: 20.04.2025).
5. Kenny D. Human and machine translation. *Machine translation for everyone: empowering users in the age of artificial intelligence*. 2022. Vol. 18. P. 23–49. URL: <https://doi.org/10.5281/zenodo.6759976> (date of access: 20.04.2025).
6. Sheldon R. What is localization?. TechTarget. URL: <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/localization> (date of access: 21.04.2025).
7. Сітко А., Струк І. Перекладацька неточність у перекладі фахового контенту веб-сайтів. *Гуманітарна освіта в технічних вищих навчальних закладах* : зб. наук. праць. К. : Університет «Україна», 2018. Вип. 37. С. 67–74.
8. Воловик А. А. Специфіка локалізації веб-сайтів. *Філологія і сьогодення: актуальні питання*. Матеріали науково-практичної конференції (м. Львів, 7-8 лютого 2025 р.). Одеса: Видавництво «Молодий вчений», 2025. С. 26–29.
9. Локалізація програмного продукту. Вікіпедія. URL: https://uk.wikipedia.org/wiki/Локалізація_програмного_продукту (дата звернення: 21.04.2025).
10. Localization. Cambridge Dictionary. URL: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/localization> (date of access: 21.04.2025).
11. Зізіньська А., Пилипенко І. Переклад та локалізація: виклики сучасності. *Актуальні питання інтернаціоналізації вищої освіти в Україні: лінгвістичний, правовий та психолого-педагогічний аспекти* : матеріали Міжнар. науково-практ. онлайн-конф. (м. Біла Церква, 24–25 березня 2022 р.). Біла Церква, 2022. С. 15–17. URL: <https://rep.btsau.edu.ua/handle/BNAU/7544> (дата звернення: 20.04.2025).
12. Ольховська А. С., Гулієнко Н. Є. Засоби локалізації для перекладача: методичний аспект. *Маріупольський молодіжний науковий форум: традиційні й новітні аспекти дослідження і викладання іноземних мов і літератури* : Матеріали II Всеукр. науково-практ. інтернет-конф. студентів, аспірантів і молодих уч. (м. Маріуполь, 29 березня 2017 р.). Маріуполь, 2017. С. 317–318.
13. Чубань А. В. Основні характеристики та особливості перекладу тексту веб-сайтів. *Наука і молодь. Гуманітарна серія*. 2012. № 11-12. С. 179–182. URL: <https://jrn1.nau.edu.ua/index.php/NM/article/view/3317> (дата звернення: 20.04.2025).
14. Lommel A. The rise of large language models informed by not so large corpora of training data. *Digital translation*. 2024. Vol. 11, no. 1. P. 73–84. URL: <https://doi.org/10.1075/dt.24006.lom> (date of access: 20.04.2025).