

Лікарчук Л. І.

Державний торговельно-економічний університет

ЛОКАЛІЗАЦІЯ У ПЕРЕКЛАДІ: АДАПТАЦІЯ ДЛЯ НОВИХ АУДИТОРІЙ

У статті досліджується роль і значення процесу локалізації, адже у сучасному світі глобалізація породжує зростаючий попит на адаптацію текстів для різноманітних аудиторій. Локалізація є ключовим компонентом міжкультурної комунікації, забезпечуючи ефективність перекладу та полегшуючи взаємодію між різними культурами. На відміну від традиційного перекладу, локалізація передбачає не лише точну передачу змісту, але й врахування культурних, соціальних і мовних нюансів, що робить продукт зрозумілим і прийнятним для конкретного регіону. Процес локалізації часто викликає дискусії щодо балансу між збереженням автентичності оригінального тексту та адаптацією до культурних очікувань аудиторії. Питання етичності, втрати частини культурного контексту чи можливих перекручень змісту залишаються предметом обговорень як серед професійних перекладачів, так і у ширшій громадськості. Мета статті – дослідити процес локалізації як окремий напрям перекладацької діяльності, підкреслити його значення у забезпеченні ефективної міжкультурної комунікації. Локалізація – це процес адаптації тексту, продукту чи контенту до специфічних особливостей цільової аудиторії. До ключових аспектів локалізації належать: мовна адаптація – переклад тексту з урахуванням діалектів, специфічної термінології та стилістики; культурна адаптація – зміна контенту відповідно до культурних норм, символів, звичаїв та традицій; технічна адаптація – підлаштування інтерфейсу до мовних та технічних вимог. Основні етапи процесу локалізації: підготовка до локалізації, переклад, адаптація контенту, тестування та перевірка, впровадження, оцінка результатів. Локалізація як явище є досить складним процесом. З одного боку, вона спрямована на стандартизацію, що дозволяє створити цілісне сприйняття. З іншого боку, локалізація враховує особливості конкретних лінгвокультурних ареалів. Навіть досконале володіння перекладацькими трансформаціями не гарантує успішної локалізації, оскільки цих навичок недостатньо. Процес вимагає глибокого розуміння інформаційних інструментів та специфіки цільового регіону.

Ключові слова: локалізація, переклад, адаптація текстів, мовні трансформації, соціокультурні явища в перекладі.

Постановка проблеми. У сучасному світі глобалізація та розвиток цифрових технологій відкрили нові можливості для міжкультурної комунікації. Компанії, медіа, та автори все частіше орієнтуються на багатомовну аудиторію, намагаючись зробити свої переклади доступними для споживачів із різних країн і культур. У цьому процесі ключову роль відіграє локалізація – адаптація текстів, до специфіки цільової аудиторії. На відміну від традиційного перекладу, локалізація передбачає не лише точну передачу змісту, але й врахування культурних, соціальних і мовних нюансів, що робить продукт зрозумілим і прийнятним для конкретного регіону. Вона дозволяє компаніям ефективно виходити на нові ринки, забезпечуючи комунікацію, що є не тільки мовно точною, а й культурно релевантною для місцевих аудиторій. Локалізація допомагає уникнути непорозумінь, враховуючи культурні, релігійні та соціальні

аспекти, що підвищує довіру до бренду. В умовах глобалізації, коли конкуренція стає все жорсткішою, локалізація стає важливим інструментом для підвищення конкурентоспроможності, створення лояльної аудиторії та покращення користувацького досвіду. Локалізація в сучасному світі перекладу стає ключем до успішної адаптації продуктів і контенту для глобальних ринків. Вона сприяє створенню комунікацій, які є не тільки мовно точними, але й культурно релевантними для цільових аудиторій.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковці сьогодення вносять вагомий вклад у розвиток теорії локалізації, аналізуючи її в різних галузях: від медіа та реклами до технологій і програмного забезпечення. Їхні роботи допомагають зрозуміти, як локалізація сприяє ефективному комунікаційному процесу в глобальному контексті.

Серед зарубіжних дослідників варто виокремити М. Юргена (M. Jürgen), чії роботи часто зосереджені на технічних аспектах локалізації, таких як адаптація інтерфейсів і документації для різних культурних контекстів; Л. Костанца (L. Costanza), який спеціалізується на міжкультурних аспектах локалізації в перекладі рекламних та медіа-текстів; Ш. Леві (Ch. Levy), яка вивчає питання культурної адаптації в літературному перекладі та її вплив на сприйняття текстів у різних мовних групах; Г. Роуз (H. Rose), який досліджує локалізацію в сфері технологій, зокрема переклад програмного забезпечення та інтернет-ресурсів, і приділяє увагу адаптації технічних термінів і пояснень для різних мовних груп, а також культурним бар'єрам, що можуть виникати під час локалізації; Т. Ларсон (Th. Larson), який займається дослідженнями в області локалізації мультимедійного контенту; Н. Мель (N. Mel), яка вивчає локалізацію і адаптацію у контексті глобальних комунікацій.

Серед українських науковців, які вивчали тему локалізації та адаптації текстів у перекладі, можна виділити кілька відомих дослідників: С. Шурму, яка досліджує проблеми локалізації та адаптації в контексті перекладу, працює над вивченням особливостей локалізації та інтернаціоналізації текстів, зокрема в галузі IT та медіа; А. Міщенко, яка досліджує проблему локалізації в перекладознавстві, зокрема взаємодію між культурними контекстами в процесі локалізації текстів; О. Мазур, яка вивчає локалізацію як частину перекладацької практики, акцентуючи увагу на важливості збереження культурних особливостей при перекладі текстів, зокрема в рекламі та маркетингу; Л. Левченко, яка є автором робіт, що стосуються локалізації в сфері медіа та кіно, а також перекладу відеоігор, аналізує проблеми адаптації контенту для специфічних культур і мовних груп, зокрема у сфері розваг і цифрових технологій; В. Шевчук, який досліджує роль локалізації у перекладі, його роботи також зосереджуються на методах адаптації гумору, ідіом і культурних реалій в перекладах.

Процес локалізації часто викликає дискусії щодо балансу між збереженням автентичності оригінального тексту та адаптацією до культурних очікувань аудиторії. Питання етичності, втрати частини культурного контексту чи можливих перекручень змісту залишаються предметом обговорень як серед професійних перекладачів, так і у ширшій громадськості, що і визначає **актуальність нашого дослідження**.

Постановка завдання. Мета статті – дослідити процес локалізації як окремий напрям пере-

кладацької діяльності, підкреслити його значення у забезпеченні ефективної міжкультурної комунікації. Завдання статті: розкрити суть локалізації, окреслити основні етапи процесу локалізації, а також підкреслити роль локалізації у глобальному світі.

Предмет дослідження – процес локалізації як складова перекладацької діяльності, його методи, принципи та вплив на адаптацію текстів для різних культурних та мовних аудиторій. Об'єкт дослідження – тексти та контент, що проходять процес локалізації.

У нашому дослідженні було використано наступні методи: аналіз літератури та джерел (вивчення наукових статей, монографій, звітів і досліджень, пов'язаних із локалізацією, а також огляд підходів до локалізації в перекладознавстві), порівняльний аналіз (порівняння локалізованих текстів із їхніми оригіналами для виявлення адаптаційних змін), контент-аналіз (вивчення текстових та візуальних матеріалів, які зазнали локалізації, з метою аналізу стратегій адаптації та виявлення особливостей передачі культурно значущих елементів), а також метод моделювання (розробка моделей ефективної локалізації для конкретних аудиторій, враховуючи мовні та культурні чинники).

Виклад основного матеріалу. Локалізація відіграє важливу роль у сучасному світі, де глобалізація породжує зростаючий попит на адаптацію текстів для різноманітних аудиторій. Вона є ключовим компонентом міжкультурної комунікації, забезпечуючи ефективність перекладу та полегшуючи взаємодію між різними культурами.

Локалізацію розглядають як один із елементів у системі ГЛП (GILT): глобалізація – інтерналізація – локалізація – переклад (globalization – internationalization – localization – translation) [1, с. 23].

У міжнародному стандарті ISO/TS 11669:2012 Translation projects – General guidance локалізація – процес адаптації продуктів і послуг до окремих локалій. Локалізація включає переклад текстових матеріалів та адаптацію нетекстових матеріалів відповідно до цільової локалі [7].

Відповідно до АСОЛ (LISA) – Асоціація стандартизації в галузі локалізації (Localization Industry Standards Association), поняття *локалізація* є значно ширшим за поняття *переклад*, адже до перекладу на мовному рівні процес локалізації може включати адаптацію графічного (зорового) компонента: символів валют, властивого певній культурі формату дат, адрес, кольорів, зорових

образів, які спричиняють додаткову конотацію тощо, включно з переглядом фізичної структури продукту, якщо говорити про локалізацію продукту або послуги, а не тексту як такого [9].

Локалізація – це особливий новий жанр перекладу, що за темпами та масштабами свого розвитку поступово виростає в окремий жанр, який є недослідженим у вітчизняних перекладознавчих працях; це комплексна стратегія локалізації програмної продукції українською мовою та виправлення на її основі істотних недоліків у наявних перекладах [3, с. 5].

Локалізація в перекладацькому розумінні є насамперед мовною та позамовною локалізацією супровідних текстів і зовнішнього виду продукту або послуги, а саме, відповідно, перекладом і культурною адаптацією продукту або послуги до особливостей певної країни, регіону чи групи населення. Виходячи з того, що культурна адаптація входить у структуру перекладацьких стратегій, локалізацію можна зарахувати до явищ перекладу [2, с. 91].

Локалізація, безперечно, має на меті переклад, проте передбачає за собою більш ширший спектр функцій, а ніж звичайний переклад. Переклад, що є частиною локалізації, становить лише певну частину всіх процесів, які мають на меті саме локалізацію продукту. Тому сміливо можна сказати, що хоч і локалізація включає в себе таке поняття як переклад, проте зовсім йому не дорівнює [8].

У нашому дослідженні явище локалізації – це процес адаптації тексту, продукту чи контенту до специфічних особливостей цільової аудиторії. Це більше, ніж просто переклад тексту з однієї мови на іншу. Локалізація враховує культурні, мовні, соціальні, правові, технічні й навіть емоційні аспекти, щоб зробити контент максимально природним і зрозумілим.

Локалізація як перекладознавчий феномен складається з таких взаємозалежних і часто одночасних етапів: 1) інтернаціоналізація – попередня опціональна підготовка вихідних текстів до перекладу шляхом здійснення внутрішньомовного перекладу; 2) власне переклад – відтворення підготовлених текстових елементів засобами іншої мови; 3) гуманізація – адаптація технічних повідомлень і їх перевираження мовою, зрозумілою для широкого загалу користувачів; 4) тестування локалізованого продукту – перевірка збереження функціональності й коректності відображення програмного продукту в умовах нового мовного оформлення [4, с. 7].

К. Скиба підкреслює, що різниця між перекладом і локалізацією полягає в особливостях роботи

і необхідності глибоких знань. Переклад назавжди залишиться великою частиною процесу локалізації, хоча остання і потребує більш активну участь з боку перекладача. Локалізація – це не лише переклад контенту на місцеву мову. Наприклад, при перекладі сайту так само, як і при будь-якому іншому різновиді письмового перекладу, такий веб-контент як мультимедійні матеріали, тексти, додатки або електронні книги змінюються шляхом заміни певних лексичних одиниць мови джерела на їхні відповідні еквіваленти мови перекладу. У процесі локалізації, коли виникає необхідність локалізації веб-сайтів, додатки і веб-контент адаптують для місцевого або регіонального використання, при чому цей процес включає в себе не лише переклад, а й певні зміни тексту оригіналу й різних елементів сайту, з погляду культурних, соціальних, політичних, релігійних та інших уподобань цільової аудиторії [6, с. 71–72].

Вважаємо, що до ключових аспектів локалізації варто віднести:

1. Мовну адаптацію – переклад тексту з урахуванням діалектів, специфічної термінології та стилістики.

2. Культурну адаптацію – зміна контенту відповідно до культурних норм, символів, звичаїв та традицій (наприклад, формати дат, валюти, чисел).

3. Технічну адаптацію – підлаштування інтерфейсу, програмного забезпечення чи вебсайту до мовних та технічних вимог (наприклад, читування тексту справа наліво для арабських мов).

Особливу увагу варто звернути на юридичну відповідність – врахування законодавства й нормативних вимог певного регіону чи країни.

О. Мазур та С. Кучів вважають, що локалізований переклад можна вважати адекватним, якщо він відповідає наступним вимогам до перекладу:

- 1) правильне, повне й точне відтворення особливостей змісту оригіналу та його мовної форми в їх єдності з урахуванням усіх особливостей структури і стилю оригіналу та мовностилістичних норм мови перекладу; 2) урахування широкого контексту зі збереженням стилістичної характеристики; 3) повна репрезентація тексту оригіналу в перекладі; 4) викликання в реципієнта перекладу реакції, відповідної комунікативній настанові відправника повідомлення, шляхом застосування «точних еквівалентів і задовільних субститутів» [2, с. 93]. Тобто, якщо в ході локалізації при дотриманні норм мови перекладу шляхом заміни і відповідностей здійснено переклад, який на необхідному та достатньому для відтворення

плану змісту рівні передає оригінал, такий локалізований переклад є адекватним попри «відступ від формальної еквівалентності й застосування адаптивних стратегій з метою оптимального відтворення змісту та збереження прагматичного інваріанту оригіналу» [5, с. 216].

Основні етапи процесу локалізації можна розділити на кілька ключових кроків, щоб забезпечити відповідність культурним, мовним і технічним вимогам.

I. Підготовка до локалізації.

До першого етапу належить аналіз проєкту (оцінка обсягу роботи, цільової аудиторії, специфічних вимог), підготовка вихідного контенту (творення тексту, зручного для перекладу, наприклад, уникнення ідіоматичних виразів), створення глосарію та стилістичного гіда (визначення ключових термінів і правил оформлення), а також вибір інструментів (використання програмного забезпечення для керування перекладами (CAT-tools), інструментів для перевірки якості тощо).

Підготовка до локалізації забезпечує чітке розуміння вимог проєкту, що мінімізує ризик помилок або непорозумінь у майбутньому. Глосарії й стилістичні гіді допомагають підтримувати консистентність перекладу та відповідність корпоративним стандартам, а правильний вибір інструментів підвищує ефективність роботи, особливо при роботі з великими обсягами тексту.

II. Переклад.

Другий етап включає безпосередньо переклад тексту на цільову мову з урахуванням мовних і культурних особливостей, а також застосування попередньо створеного глосарію для збереження термінологічної узгодженості.

Переклад є основою локалізації, адже без точного й професійного перекладу решта етапів втрачають сенс. Врахування специфіки цільової мови забезпечує зрозумілість і природність контенту для аудиторії.

III. Адаптація контенту.

На даному етапі важлива культурна адаптація (зміна образів, ілюстрацій, символів, які можуть бути нерелевантними чи неетичними в цільовій культурі), технічна адаптація (оновлення форматів дат, валюти, часу, одиниць вимірювання), а також перевірка відповідності контенту правовим вимогам.

Адаптація гарантує, що контент не лише перекладений, але й культурно й технічно адаптований до регіональних стандартів. Вона допомагає уникнути культурних непорозумінь, що можуть негативно вплинути на сприйняття продукту,

а також забезпечує відповідність законодавчим вимогам, що є критично важливим для уникнення юридичних проблем.

IV. Тестування та перевірка.

Вкрай важливою є на цьому етапі лінгвістична перевірка, що передбачає – аналіз тексту на точність перекладу, стилістичну відповідність і граматичні помилки; – функціональне тестування через перевірку роботи продукту (сайту, програми) у цільовому середовищі; – користувацьке тестування, що має на меті вивчення реакції аудиторії на локалізований контент і забезпечує реальний зворотний зв'язок, що допомагає покращити кінцевий результат.

Цей етап дозволяє виявити й виправити помилки у перекладі.

V. Впровадження.

Етап інтеграції завершує процес і робить його доступним для цільової аудиторії. Правильна інтеграція мінімізує ризик невідповідності очікуванням користувачів.

VI. Оцінка результатів.

На завершальному етапі відбувається аналіз відгуків користувачів, що дозволяє глибше зрозуміти потреби аудиторії й адаптувати переклад для кращого результату.

Нами було розроблено декілька моделей ефективної локалізації для української аудиторії з врахуванням мовних, культурних, соціальних і технічних особливостей:

Модель «Мовно-культурна точність», що орієнтована на забезпечення максимальної відповідності українським мовним і культурним нормам. Основні елементи: використання літературної української мови з урахуванням діалектних особливостей для регіональних проєктів (наприклад, для Західної України – врахування галицьких мовних особливостей).

Модель «Технічна адаптація», яка орієнтована на забезпечення сумісності продукту з технічними стандартами та мовними форматами. Наприклад, переклад інтерфейсів із урахуванням стилістичних особливостей української мови. Оптимізація тексту для кириличного шрифту.

Модель «Емоційний зв'язок», що спрямована на встановлення емоційного контакту з аудиторією шляхом врахування національних цінностей і емоційних аспектів перекладу. Основні елементи: використання мови перекладу, яка створює почуття причетності (наприклад, фрази, що підкреслюють «ми – разом»).

Модель «Регіональна спеціалізація», що передбачає адаптацію перекладу з урахуванням різнома-

нітності культур і мовних особливостей регіонів України. Основні елементи: диференціація контенту перекладу для великих регіонів (Схід, Захід, Центр, Південь), враховуючи їхню специфіку.

Ці моделі можуть бути застосовані окремо або комбіновано, залежно від цілей і характеру перекладу. Успіх залежить від уважного аналізу аудиторії та гнучкого підходу до локалізації.

К. Скиба вважає, що явище локалізації, яке виникло як відповідь на виклики та потреби міжнародного глобалізованого ринку та стрімкого розвитку інформаційних технологій увібрало у себе елементи перекладу, маркетингу та програмування. Зважаючи на постійно зростаючий попит на локалізацію, детальне вивчення особливостей цього процесу для задоволення потреб глобалізованого суспільства є одним з пріоритетних завдань сучасного перекладознавства [6, с. 72].

Наш практичний досвід у сфері перекладу дає можливість стверджувати, що локалізація як явище є досить складним процесом. З одного боку, вона спрямована на стандартизацію, що дозволяє створити цілісне сприйняття локалізованого продукту. З іншого боку, локалізація враховує особливості конкретних лінгвокультурних ареалів (поєднання регіональних та мовних характеристик). Це передбачає адаптацію продукту до умов певного регіону, тісно пов'язаного з мовою, яка там використовується. Навіть досконале володіння перекладацькими трансформаціями не гарантує успішної локалізації, оскільки цих навичок недостатньо. Процес вимагає глибокого розуміння інформаційних інструментів, особливостей продукту та специфіки цільового регіону.

Локалізація тісно пов'язана з міжкультурною комунікацією, оскільки обидва процеси спрямовані на налагодження ефективної взаємодії між людьми з різних культур. Локалізація адаптує контент до специфіки певної мовної та культурної групи, враховуючи соціальні, релігійні та психоло-

гічні особливості. Це дозволяє створити комунікацію, яка є зрозумілою та прийнятною для цільової аудиторії, що в свою чергу сприяє кращому сприйняттю інформації і зміцненню взаєморозуміння. У міжкультурній комунікації важливо враховувати не лише мовні бар'єри, а й культурні нюанси, традиції, норми та очікування, що можуть суттєво відрізнятися між різними регіонами. Локалізація допомагає мінімізувати ризик непорозуміння і культурних зіткнень, адже правильне адаптування контенту забезпечує більш ефективну комунікацію та зміцнює міжкультурні зв'язки. Тому локалізація є важливим інструментом для успішної міжкультурної взаємодії у глобалізованому світі.

Висновки. Значення локалізації важко переоцінити в сучасному глобалізованому світі, де індивідуальний підхід до кожного стає запорукою ефективності. Суть локалізації полягає в пристосуванні будь-якого продукту, такого як текст, документація, різноманітні графічні елементи, до специфіки певної мови чи культури, з обов'язковим урахуванням усіх особливостей, пов'язаних із цільовою мовою, включаючи психологічні, релігійні чи ідеологічні аспекти. Локалізуються практично всі елементи, що зустрічаються в тексті: змінюються назви, формати дат і часу, адаптуються метафори, а також вигадані вислови чи слова. Часто процес локалізації потребує креативного підходу та значної майстерності. Успішна локалізація потребує не лише знання мов, а й глибокого розуміння культурного контексту та регіональних традицій. Локалізація є важливим інструментом міжкультурної комунікації, оскільки вона адаптує контент не лише мовно, а й з урахуванням культурних особливостей цільової аудиторії.

Перспектива подальших досліджень передбачає розгляд творчих викликів у локалізації, коли прямий переклад неможливий, і необхідно створювати адаптовані рішення, які передають зміст оригіналу.

Список літератури:

1. Кальниченко О. А. Теорія перекладу. Харків : НУА, 2017. Ч. 1. 64 с.
2. Мазур О., Кучів С. Локалізація як явище перекладу. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2021. Вип. 35. Том 7. С. 89–95.
3. Онищенко Ю. К. Локалізація програмних продуктів у англо-українському перекладі: автореф. дис. ... канд. філол. наук : 10.02.16. Київ, 2009. 15 с.
4. Онищенко Ю. К. Глобалізація, локалізація та переклад: синоніми, антоніми чи взаємодоповнюючі поняття? *Мовні і концептуальні картини світу*. Київ, 2005. Вип. 16. Кн. 2. С. 6–9.
5. Онищенко Ю. К. Місце перекладу та проблема еквівалентності в теорії локалізації. *Мова і культура*. Київ, 2005. Вип. 8. Том VIII. С. 213–216.
6. Скиба К. М. Роль перекладу у процесі локалізації. *Актуальні проблеми філології та перекладознавства*. 2019. Вип. 15. С. 70–72.

7. Online Browsing Platform, ISO/TS 11669:2012 Translation projects – General guidance. URL: <https://surl.li/rqpjla>
8. Reinhard S. Localization and Translation. In Handbook of Translation Studies, Yves Gambier and Luc van Doorslaer. Amsterdam and Philadelphia : John Benjamins, 2010. Pp. 209–214.
9. What is Globalization? Technology, Business and Culture Meet. URL: <https://surl.li/dvjnth>

Likarchuk L. I. LOCALIZATION IN TRANSLATION: ADAPTATION FOR NEW AUDIENCES

The article defines the role and significance of the localization process, as globalization in the modern world creates a growing demand for the adaptation of texts for various audiences. Localization is a key component of intercultural communication, ensuring the effectiveness of translation and facilitating interaction between different cultures. Unlike traditional translation, localization involves not only the accurate transmission of content, but also taking into account cultural, social and linguistic nuances, which makes the product understandable and acceptable for a particular region. The localization process often raises discussions about the balance between preserving the authenticity of the original text and adapting to the cultural expectations of the audience. Issues of ethics, loss of cultural context or possible distortions of content remain the subject of discussion both among professional translators and the wider public. The purpose of the article is to study the localization process as a separate area of translation activity, and to emphasize its importance in ensuring effective intercultural communication. Localization is the process of adapting a text, product or content to the specific characteristics of the target audience. The key aspects of localization include: linguistic adaptation – translation of the text taking into account dialects, specific terminology and stylistics; cultural adaptation – changing the content in accordance with cultural norms, symbols, customs and traditions; technical adaptation – adjusting the interface to linguistic and technical requirements. The main stages of the localization process: preparation for localization, translation, content adaptation, testing and verification, implementation, evaluation of results. Localization as a phenomenon is a rather complex process. On the one hand, it is aimed at standardization, which allows creating a holistic perception of the localized product. On the other hand, localization takes into account the characteristics of specific linguistic and cultural areas. Even perfect mastery of translation transformations does not guarantee successful localization, since these skills are not enough. The process requires a deep understanding of information tools, product features and the specifics of the target region.

Key words: localization, translation, adaptation of texts, language transformations, sociocultural phenomena in translation.