

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
«КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»
ФАКУЛЬТЕТ ПСИХОЛОГІЇ, КОМУНІКАЦІЙ ТА ПЕРЕКЛАДУ
КАФЕДРА АНГЛІЙСЬКОЇ ФІЛОЛОГІЇ І ПЕРЕКЛАДУ**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускової кафедри
_____ Ліана БУДАНОВА
« _____ » _____ 2025 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

ЗДОБУВАЧА ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ МАГІСТР

**ЗА СПЕЦІАЛІЗАЦІЄЮ «ГЕРМАНСЬКІ МОВИ ТА ЛІТЕРАТУРИ
(ПЕРЕКЛАД ВКЛЮЧНО), ПЕРША – АНГЛІЙСЬКА»**

**Тема: *ЛОКАЛІЗАЦІЯ І ПЕРЕКЛАД ЕТНОЛЕКСИКИ ВЕБКОНТЕНТУ
АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ***

Виконавець: студент групи ФЛ-201«М» ШОСТАК ОЛЕКСАНДР АНДРІЙОВИЧ

Керівник: канд. філол. наук, доцент ПОЛЯКОВА ОКСАНА ВІКТОРІВНА

Нормоконтролер: _____ (Кондратенко Юлія Вікторівна)

Київ 2025

**ДЕРЖАВНЕ НЕКОМЕРЦІЙНЕ ПІДПРИЄМСТВО
«ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ «КИЇВСЬКИЙ АВІАЦІЙНИЙ ІНСТИТУТ»**

Факультет психології, комунікацій та перекладу

Кафедра англійської філології і перекладу

Спеціальність 035 Філологія

Спеціалізація Германські мови та літератури (переклад включно), перша – англійська

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Ліана БУДАНОВА

«_____» _____ 2025 р.

ЗАВДАННЯ

на виконання кваліфікаційної роботи

Шостака Олександра Андрійовича

(прізвище, ім'я, по батькові випускника в родовому відмінку)

1. Тема кваліфікаційної роботи _____ ЛОКАЛІЗАЦІЯ І ПЕРЕКЛАД ЕТНОЛЕКСИКИ ВЕБКОНТЕНТУ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ _____

затверджена наказом ректора від «01» квітня 2025 р. № 122/од

2. Термін виконання роботи: з 20.10 по 18.12

3. Вихідні дані роботи: Дипломна робота присвячена дослідженню процесу перекладу та локалізації етнолексикону в рамках веб-дискурсу. Аналіз охоплює етнолексичні одиниці в текстах вебсайтів та методи їх перекладу англійською мовою, що дає змогу виявити ефективні перекладацькі стратегії та локалізаційні підходи для збереження національно-культурної ідентичності.

4. Зміст роботи: Розділ 1. Локалізація веб-сайтів як сучасний різновид перекладацької діяльності. Розділ 2. Методологія дослідження способів перекладу етнолексики вебконтенту англійською мовою. Розділ 3. Практичний аналіз перекладних рішень та локалізаційних стратегій етнолексики у вебконтенті.

5. Перелік обов'язкового ілюстративного матеріалу: Додаток А. Приклади вебсайтів, що поширюють історію, культуру та новини про Україну. Додаток Б. Класифікація етнолексичних одиниць за П. Ньюмарком. Додаток В. Таблиця видів локалізації. Додаток Г. Кількісний розподіл способів перекладу етнолексики. Додаток Ґ. Таблиця розподілу способів перекладу етнолексики.

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Підпис керівника
1	Підготувати та узгодити розширений план-конспект кваліфікаційної роботи.	до 20.10	
2	Підготувати чорновий варіант роботи	до 28.11	
3	Урахувати рекомендації наукового керівника, опрацювати та внести результати додаткових досліджень, що проводилися під час переддипломної практики, підготувати чистовий варіант роботи.	до 08.12	
4	Оформити чистовий варіант роботи та подати його науковому керівникові для підготовки відгуку та організації рецензування.	до 15.12	
5	Подати роботу до комісії з попереднього захисту кваліфікаційних робіт.	до 18.12	
6	Подати остаточний варіант роботи в оправі, а також повний пакет супровідних документів на випускову кафедру.	за тиждень до початку роботи ЕК	

7. Консультація з окремого(мих) розділу(ів):

Назва розділу	Консультант (посада, ПІБ)	Дата, підпис	
		Завдання видав	Завдання прийняв

8. Дата видачі завдання: «_____» _____ 2025 р.

Керівник кваліфікаційної роботи

(підпис керівника)

(П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання

(підпис випускника)

(П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Кваліфікаційна робота «ЛОКАЛІЗАЦІЯ І ПЕРЕКЛАД ЕТНОЛЕКСИКИ ВЕБКОНТЕНТУ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ»: 91 с., 3 рис., 3 табл., 102 літературних джерел.

Об'єкт дослідження: процес перекладу та локалізації етнолексикону в рамках веб-дискурсу.

Мета роботи: здійснення комплексного аналізу специфіки відтворення української етнолексики в англomовному вебконтенті та виявлення ефективних перекладацьких стратегій і локалізаційних підходів, що забезпечують збереження національно-культурної ідентичності та прагматичну адекватність тексту для іноземного реципієнта.

Методи дослідження: для вирішення поставлених завдань застосовано комплекс методів: *описовий метод, порівняльний аналіз, контекстуальний аналіз, структурно-семантичний аналіз* та методи кількісної обробки результатів .

Результати кваліфікаційної роботи рекомендується використовувати у практичній діяльності перекладачів, редакторів вебконтенту, фахівців з локалізації та копірайтерів, які працюють над створенням англomовних версій українських сайтів.

ЛОКАЛІЗАЦІЯ, ВЕБСАЙТ, ЕТНОЛЕКСИКА, МІЖКУЛЬТУРНА КОМУНІКАЦІЯ, ПЕРЕКЛАДАЦЬКІ СТРАТЕГІЇ, СПОСОБИ ПЕРЕКЛАДУ АНГЛОМОВНИЙ КОНТЕНТ.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1. ЛОКАЛІЗАЦІЯ ВЕБ-САЙТІВ ЯК СУЧАСНИЙ РІЗНОВИД ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	11
1.1. Вебсайт як форма сучасного медіадискурсу.....	11
1.1.1. Вебдискурс як різновид медіадискурсу.....	12
1.2. Поняття локалізації як об'єкту лінгвістичного дослідження.....	14
1.2.1. Види локалізації вебсайту.....	16
1.2.2. Лінгвокультурні особливості локалізації вебсайту.....	18
1.3. Поняття етнолексики в контексті міжкультурної комунікації.....	20
1.3.1. Класифікація етнолексичних одиниць	21
1.4. Порівняльна характеристика перекладу та локалізації вебсайту в сучасному перекладознавстві.....	23
1.4.1. Адекватність відтворення української етнолексики вебконтенту англійською.....	24
Висновки з Розділу 1.....	26
РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОСОБІВ ПЕРЕКЛАДУ ЕТНОЛЕКСИКИ ВЕБКОНТЕНТУ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ.....	28
2.1. Стратегія та підходи до перекладу етнолексики у вебтекстах.....	28
2.2. Методика аналізу перекладацьких стратегій для перекладу етнолексики вебконтенту.....	36
Висновки з Розділу 2.....	48
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДНИХ РІШЕНЬ ТА ЛОКАЛІЗАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ЕТНОЛЕКСИКИ У ВЕБКОНТЕНТІ.....	50
3.1. Структурно-семантична та функціональна характеристика етнолексики в англійськомовному вебконтенті.....	50
3.1.1. Частотний розподіл етнолексичних одиниць за тематичними класами.....	51
3.1.2. Функціональна класифікація етнолексем за комунікативною роллю.....	53

3.2. Способи перекладу етнолекики українського вебконтенту англійською.....	55
3.2.1. Фонетичний аспект перекладу.....	55
3.2.2. Граматичний аспект перекладу.....	61
3.2.3. Лексичний аспект перекладу.....	67
3.2.4. Прагматичний аспект перекладу.....	72
Висновки з Розділу 3.....	76
ВИСНОВКИ.....	79
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	82
ДОДАТКИ.....	91

ВСТУП

Переклад та локалізація етнічного лексикону англійською мовою є складним завданням, оскільки ці одиниці часто не мають еквівалентів, тобто не мають прямих відповідників у мові перекладу через відсутність аналогічних понять у культурі реципієнта. Наприклад, такі слова, як «борц», «вяжанка» або «трембіта», мають значне культурне значення, яке необхідно зберегти в перекладі, щоб не втратити автентичність.

Теоретичну та методологічну основу для аналізу перекладу надали наукові праці в галузі теорії перекладу, на основі яких концептуальна основа локалізації як особливого виду перекладу була визначена К. Райс, Дж. Кейрен, А. Пім, М. Туранська, Н. Фрей, а також дослідження, присвячені проблемам перекладу та локалізації веб-сайтів, проведених Ю. Оніщенко та А. Міщенко.

Попри значну кількість досліджень, проведених вітчизняними та зарубіжними вченими в галузі локалізації програмного забезпечення та веб-сайтів, питання, пов'язані з локалізацією багатомовних веб-сайтів, залишаються недостатньо вивченими.

Актуальність теми дослідження зумовлена низкою екстралінгвістичних та власне лінгвістичних факторів. По-перше, з огляду на сучасні геополітичні виклики та повномасштабну війну росії проти України, питання збереження, утвердження та популяризації української національної ідентичності набуло екзистенційного значення. Світ демонструє безпрецедентний інтерес до України, її історії, традицій та культури. Англійськомовні версії українських вебресурсів (таких як «Ukrainet», «Gwara Media», та ін.) виступають потужними інструментами культурної дипломатії та «м'якої сили», формуючи об'єктивний образ держави у свідомості міжнародної спільноти та руйнуючи застарілі стереотипи чи ворожі наративи.

По-друге, ключовим елементом, що кодує національну специфіку та ментальність народу, є етнолексика — слова та вирази, що позначають унікальні явища матеріальної та духовної культури (реалії). Відтворення української етнолексики (наприклад, таких понять як «майдан», «січ», «вишиванка», «дідух»,

«толока») англійською мовою становить значну перекладацьку проблему через відсутність прямих еквівалентів у мові-реципієнті та відмінності у концептуальних картинах світу. Неадекватний переклад цих одиниць може призвести до втрати національного колориту, викривлення змісту або навіть комунікативної невдачі.

По-третє, специфіка веб-середовища вимагає від перекладача виходу за межі традиційного тексту. Локалізація вебсайту — це не просто лінгвістичне перекодування, а комплексний процес адаптації мультимодального продукту (тексту, графіки, інтерфейсу) до когнітивних та культурних очікувань іншомовної аудиторії.

Незважаючи на значний інтерес науковців до проблем перекладознавства, тема локалізації етнолексики у вебдискурсі залишається недостатньо розробленою. Теоретичну базу дослідження склали праці провідних вітчизняних та західних учених. Загальні питання теорії перекладу, міжкультурної комунікації та перекладу культурно маркованої лексики ґрунтовно висвітлені у роботах П. Ньюмарка, М. Бейкер, Л. Венуті, О. Селіванової, І. Корунця, Р. Зорівчак, В. Карабана. Концептуальні засади локалізації як новітнього виду перекладацької діяльності розглядалися у працях Е. Піма, К. Райс, Б. Есселінка, Ю. Онищенко, А. Міщенко.

Однак, варто наголосити на тому, що більшість існуючих досліджень фокусуються або на суто технічних аспектах локалізації (програмне забезпечення, інтерфейси), або на перекладі реалій у художній літературі. Специфіка відтворення української етнолексики саме в англomовному вебконтенті, який характеризується мультимедійністю, гіпертекстуальністю та прагматичною спрямованістю на широку глобальну аудиторію, досі не була об'єктом окремого комплексного лінгвістичного дослідження. Відсутні системні розвідки, які б аналізували стратегії перекладу етнонімів не ізольовано, а як частину цілісної стратегії локалізації вебресурсу, враховуючи взаємодію вербальних та візуальних компонентів. Саме необхідність заповнення цієї лакуни в українському перекладознавстві та потреба у розробці практичних рекомендацій для підвищення якості англomовного контенту про Україну зумовлюють вибір теми дипломної роботи.

Об'єктом дослідження є процес перекладу та локалізації етнолексикону в рамках веб-дискурсу.

Предметом дослідження є етнолексичні одиниці в текстах веб-сайтів та методи їх перекладу англійською мовою.

Метою дослідження є здійснення комплексного аналізу специфіки відтворення української етнолексики в англomовному вебконтенті та виявлення ефективних перекладацьких стратегій і локалізаційних підходів, що забезпечують збереження національно-культурної ідентичності та прагматичну адекватність тексту для іноземного реципієнта.

Завдання дослідження:

- розглянути локалізацію веб-сайтів як сучасний різновид перекладацької діяльності;
- виокремити загальні підходи до локалізації веб-сайту;
- проаналізувати поняття етнолексики та її роль у міжкультурній комунікації;
- визначити методику аналізу перекладацьких стратегій для перекладу етнолексики вебконтенту;
- провести практичний аналіз перекладацьких рішень та локалізаційних стратегій етнолексики у вебконтенті.

Для досягнення поставлених цілей у дослідженні були використані такі **методи**:

- Описовий метод — для систематизації та інтерпретації етнолексичних одиниць, їх класифікації за тематичними групами та аналізу їх ролі в міжкультурній комунікації.
- Порівняльний аналіз — для порівняння оригінальних текстів українською мовою та їхніх англійських перекладів з метою визначення ефективності перекладацьких стратегій.
- Контекстуальний аналіз — для вивчення значення етнолексичних одиниць у конкретному лінгвістичному та мультимодальному середовищі з урахуванням взаємодії тексту з візуальними елементами.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у тому, що в роботі вперше здійснено комплексний аналіз способів відтворення української етнолексики в англomовному вебконтенті з урахуванням мультимодальної природи вебсайту. Удосконалено класифікацію стратегій локалізації етнонімів, виявлено кореляцію між

типом вебресурсу та вибором перекладацької стратегії (форенізація vs доместикація). На матеріалі сучасних медіаресурсів простежено динаміку змін у підходах до перекладу українських реалій в умовах посилення національної самоідентифікації.

Практичне значення отриманих результатів. Матеріали та висновки дослідження можуть бути використані у практичній діяльності перекладачів, редакторів вебконтенту, фахівців з локалізації та копірайтерів, які працюють над створенням англomовних версій українських сайтів. Результати роботи можуть бути інтегровані в навчальний процес при викладанні курсів «Теорія і практика перекладу», «Основи локалізації», «Переклад медіатекстів» для студентів філологічних спеціальностей.

Структура роботи. Робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг роботи становить –

Апробація результатів дослідження. Основні положення, висновки та рекомендації, сформульовані в дипломній роботі, пройшли апробацію шляхом публікації у науковому фаховому виданні. Результати аналізу специфіки перекладу інформаційних оголошень відображено у фаховій статті категорії Б:

- *Полякова О. В., Шостак О. А., Приймакова К. Є.* Переклад інформаційного оголошення як частини вебконтенту // Закарпатські філологічні студії. – 2025. – Випуск 42, Том 2. – С. 152–156.

РОЗДІЛ 1. ЛОКАЛІЗАЦІЯ ВЕБ-САЙТІВ ЯК СУЧАСНИЙ РІЗНОВИД ПЕРЕКЛАДАЦЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Вебсайт як форма сучасного медіадискурсу

В епоху глобальної цифровізації та стрімкого розвитку інформаційно-комунікаційних технологій вебсайт трансформувався зі статичного сховища даних у складну, багаторівневу комунікативну систему, що функціонує як окрема форма сучасного медіадискурсу. Ця трансформація зумовлена зміною парадигми сприйняття інформації, де користувач виступає не пасивним реципієнтом, а активним учасником комунікативного процесу, який взаємодіє з контентом через інтерфейси, гіперпосилання та мультимедійні елементи [50, с.79]. Вебсайт сьогодні — це мультимодальний продукт, що інтегрує вербальні (текстові), візуальні (графічні), аудіальні та технічні компоненти в єдине ціле, створюючи унікальне середовище для міжкультурної взаємодії.

У сучасному світі, де глобалізація та цифровізація поступово стирають фізичні та політичні кордони між культурами, питання збереження національної ідентичності та її ефективної репрезентації набувають особливої, екзистенційної ваги. Веб-ресурси, що презентують культурну спадщину певного народу, перестають бути просто інформаційними довідниками. Вони стають стратегічно важливими інструментами міжкультурної комунікації та культурної дипломатії. Вебсайт, який репрезентує культуру, діє як медіатор, що формує образ країни у свідомості міжнародної спільноти, впливаючи на геополітичні наративи та сприйняття нації на глобальній арені. (дод. А)

Дослідження показують, що ефективність вебсайту як форми медіадискурсу залежить від його здатності долати культурні бар'єри. У цьому контексті ключовим стає поняття «локалізації», яке фундаментально відрізняється від традиційного перекладу [57, с.7]. Локалізація мови — це комплексний процес адаптації продукту (веб-сайту, програмного забезпечення, гри) для конкретної країни або регіону шляхом перекладу та глибокої культурної адаптації його вмісту. Цей процес виходить

за межі простого лінгвістичного перекодування і включає зміни зображень, дат, валют, форматів часу та інших елементів, щоб забезпечити їх повну відповідність місцевим культурним нормам, правовим стандартам та очікуванням користувачів [80, с.3].

Специфіка вебсайту як медіадискурсу полягає також у його технічній детермінованості. В існуючих визначеннях терміну «локалізація» часто відсутнє поняття тексту як єдиної домінанти. На цій підставі можна стверджувати, що результат локалізації вебсайту не є просто «перекладеним текстом», а власне самим продуктом, пристосованим до певного набору лінгвістичних і культурних параметрів, виражених терміном «локаль» (locale) [51, с.152]. Це змінює фокус досліджень: вебсайт розглядається як технологія, де текст є лише одним із компонентів, хоча й критично важливим. Традиційно переклад розглядається як процес і результат діяльності, що фіксується у тексті, проте якщо результатом локалізації є адаптований продукт, то переклад тексту залишається лише проміжним етапом підготовки цього продукту для використання в іншому соціумі.

1.1.1. Вебдискурс як різновид медіадискурсу

Вебдискурс, виступаючи специфічним різновидом медіадискурсу, характеризується гіпертекстуальністю, інтерактивністю, мультимедійністю та глобальною доступністю. Він функціонує на перетині лінгвістики, культурології та інформаційних технологій, що вимагає від дослідників та практиків мультидисциплінарного підходу. Локалізація в цьому контексті є сполучною ланкою, яка об'єднує світ та локальні спільноти, забезпечуючи комунікативну ефективність веб-ресурсу [9, с.5].

На відміну від традиційних друкованих медіа, вебдискурс є нелінійним і динамічним. В останні роки локалізація перетворилася на складний і комплексний процес, який розглядається як технологія. Вона включає в себе не тільки професійний і якісний переклад тексту, наприклад, на сайті, але й адаптацію інтерфейсу, графіки і звуку для забезпечення правильного розуміння цільовою аудиторією [58, с.35]. Це означає, що перекладач у сфері вебдискурсу повинен працювати не лише зі смислами,

а й з формою їх подання, враховуючи обмеження екрану, зручність використання та специфіку сприйняття цифрового контенту.

Попри значне поширення веб-технологій, локалізація залишається явищем, яке часто неправильно розуміють. На думку дослідників, ті, хто працює на передовій індустрії, можуть розглядати локалізацію як «переклад на комп'ютері для іншого комп'ютера» [60, с.35]. Це підкреслює високий ступінь автоматизації процесів у вебдискурсі. Окрім суто перекладацьких навичок, локалізатор повинен мати певну компетенцію в галузі інформаційних технологій. Недостатньо просто перекласти письмовий текст з мови оригіналу на мову перекладу; необхідно вміти користуватися пошуковими системами, конвертерами тексту, засобами оптичного розпізнавання тексту (OCR), а також володіти методами редагування та аналізу в цифровому середовищі.

Вебдискурс також класифікується за різними параметрами, що визначають стратегію локалізації. Види локалізації веб-сайтів можна розділити за методом перекладу (машинний або людський) та за рівнем адаптації вмісту. Рівень адаптації може варіюватися від простого перекладу тексту (текстова локалізація) до повної культурної та технічної адаптації, що включає зміни графіки, аудіо та відео, форматів дат і чисел [91, с.73]. У вебдискурсі мультимедійних сайтів виділяють також локалізацію з озвучуванням та глибоку культурну адаптацію, що передбачає модифікацію сюжету або елементів, які можуть бути негативно сприйняті в певній культурі.

Особливу роль у сучасному вебдискурсі відіграють автоматизовані технології. У зв'язку з розвитком цифрових інструментів все більшою популярністю користується машинний переклад — процес, що здійснюється без участі людини на основі алгоритмів. Проте дослідження підтверджують існування мовної нерівності: системи штучного інтелекту демонструють високу якість перекладу лише для обмеженої кількості домінуючих мов. І навіть при роботі з ними у вас не буде гарантії точного та безпомилкового результату. А для менш поширених мов або складних культурних текстів особливо необхідним є людський контроль. Тому у вебдискурсі поширеним стає метод постредагування (post-editing) — гібридний підхід, що

поєднує швидкість машини та точність людини, а також спільний переклад (collaborative translation), коли декілька фахівців працюють у тандемі в хмарному середовищі.

Таким чином, вебдискурс є високотехнологічним середовищем, де успіх комунікації залежить від синергії лінгвістичних знань та технічних компетенцій. [83, с.12]. Ефективна локалізація веб-сайту допомагає зміцнити довіру серед місцевих користувачів та покращує взаємодію, оскільки пропонує більш особистий досвід, адаптований до мовних, культурних та цифрових очікувань кожного ринку.

1.2. Поняття локалізації як об'єкту лінгвістичного дослідження

Локалізація мови — це процес адаптації продукту (наприклад, програмного забезпечення, гри або веб-сайту) для конкретної країни або регіону шляхом перекладу та культурної адаптації його вмісту. Це виходить за межі простого перекладу і включає зміни зображень, дат, валют та інших елементів, щоб забезпечити їх відповідність місцевим культурним нормам і стандартам.

У сучасному перекладознавстві термін «локалізація» вийшов далеко за межі суто технічної або бізнесової термінології та набув статусу окремої наукової категорії. Якщо традиційне перекладознавство фокусується на відтворенні тексту, то теорія локалізації розглядає адаптацію як комплексний лінгвокультурний та технологічний процес, об'єктом якого є не просто текст, а цілісний інформаційний продукт (вебсайт, програмне забезпечення, відеогра).

З лінгвістичної точки зору, локалізація визначається як процес адаптації цифрового контенту до мовних, культурних та технічних вимог конкретного цільового ринку, який у професійному дискурсі називається «локаль» (locale). Поняття «локаль» є ключовим для розуміння специфіки цього процесу, оскільки воно є вузким і конкретнішим за поняття «мова». Локаль — це сукупність параметрів, що визначають мову користувача, регіон його проживання, а також культурні конвенції (формати дат, часу, валют, сортування алфавіту, системи мір). Наприклад, англійська мова для США та англійська мова для Великої Британії є різними локалями, що вимагають відмінних перекладацьких рішень на лексичному та граматичному рівнях.

Однак зводити локалізацію лише до перекладу було б помилкою. Як зазначають дослідники такі як Б. Есселінк та Е. Пім, локалізація модифікує традиційну модель перекладу [57, с.8]. Якщо в класичному перекладі домінантою є текст оригіналу, то в локалізації домінантою стає функціональність продукту для кінцевого користувача. Це означає, що лінгвіст має право і навіть зобов'язаний змінювати структуру тексту, скорочувати або розширювати його (наприклад, для вписання в інтерфейсні кнопки), замінювати культурні реалії на більш зрозумілі аналоги, якщо це сприяє кращій зручності користування сайту.

Специфіка локалізації як об'єкта лінгвістичного дослідження полягає також у мультимодальності матеріалу. Перекладач працює не з лінійним текстом, а з гіпертекстом, що включає меню, діалогові вікна, повідомлення про помилки, довідкові матеріали і т.д. Кожен із цих елементів належить до різних функціональних стилів і вимагає різних стратегій перекладу: від граничної точності та стандартизації в технічних елементах до творчої адаптації (транскреації) у рекламних слоганах та заголовках [58, с.36].

Важливим аспектом є також прагматика локалізації. Вебсайт, локалізований для певної аудиторії, повинен сприйматися не як переклад, а як оригінальний продукт, створений носіями мови для носіїв мови. Перекладач повинен мати глибоку компетенцію в галузі прагматики та дискурс-аналізу, щоб забезпечити відповідність контенту очікуванням цільової аудиторії. Наприклад, стиль звертання до користувача, ступінь формальності, використання імперативів чи пасивних конструкцій — усе це має бути адаптоване відповідно до культурних норм цільового регіону [90, с.402].

Таким чином, у сучасному мовознавстві локалізація трактується як особливий вид міжкультурної комунікації, опосередкований комп'ютерними технологіями. Це процес, у якому лінгвістична складова нерозривно пов'язана з екстралінгвістичними факторами, а метою є створення комунікативно рівноцінного та функціонально адекватного продукту в новому мовному середовищі.

1.2.1. Види локалізації вебсайту

Класифікація видів локалізації вебсайтів є складним і багатогранним питанням, оскільки сам вебсайт як об'єкт перекладу є полікодовою структурою, що поєднує текстові, візуальні та технічні елементи. У сучасному перекладознавстві підходи до типологізації цього процесу базуються на різних критеріях, серед яких ключовими є глибина адаптації контенту, тип оброблюваної інформації та методична стратегія виконання перекладу.

Одним із найбільш поширених підходів є класифікація за рівнем глибини адаптації. Вона розглядає локалізацію як континуум процесів — від простого перенесення тексту до глибокої культурної трансформації ресурсу. На початковому етапі цього спектра знаходиться стандартизація (standardization). Цей підхід передбачає створення єдиного уніфікованого вебсайту для всіх ринків, який зазвичай функціонує однією міжнародною мовою, найчастіше англійською. У цьому випадку локалізація як така фактично відсутня або зведена до мінімуму. Така стратегія часто обирається великими технологічними компаніями або брендами, чия цільова аудиторія володіє англійською мовою на достатньому рівні, а культурні відмінності не є критичними для сприйняття специфіки продукту чи послуги.

Іншим підходом є семілокалізація (semi-localization), яка являє собою проміжний етап адаптації. В ньому перекладу підлягають лише найбільш критичні для навігації та комунікації елементи сайту: контактна інформація, меню, ключові сторінки «Про нас» або умови надання послуг. Основний масив контенту при цьому залишається мовою оригіналу. Семілокалізація дозволяє користувачеві зорієнтуватися в структурі ресурсу та отримати базову інформацію, проте вона не забезпечує повноцінної комунікативної взаємодії та глибинного розуміння контенту, що може знижувати довіру до ресурсу з боку місцевої аудиторії.

Власне локалізація (localization) передбачає повний переклад усього контенту сайту, включно з маркетинговими текстами, описами продуктів, новинами, блогом та елементами інтерфейсу. Важливою характеристикою цього рівня є не лише мовний переклад, а й адаптація так званих «невидимих» параметрів локалі (формат дати та часу, валюти, одиниці вимірювання тощо). Повна локалізація створює у користувача

відчуття, що сайт був створений саме для його країни, усуваючи будь-які бар'єри у сприйнятті інформації.

Найвищим та найскладнішим рівнем адаптації є культурна адаптація (cultural adaptation) [91, с.75]. Цей процес виходить далеко за межі лінгвістичного перекодування і передбачає глибоку модифікацію візуального ряду, структури сайту та стилю комунікації. На цьому етапі адаптуються не лише тексти, а й кольорова гама, яка може мати різну символіку в різних культурах, зображення людей (щоб вони відповідали етнічному типу цільової аудиторії), а також навігаційні шаблони. Яскравим прикладом культурної адаптації є версії сайтів для країн Близького Сходу, де змінюється не лише мова, а й напрямок тексту та розміщення елементів інтерфейсу за принципом «Right to left», або адаптація для азійських ринків, яка часто потребує більшої щільності інформації та специфічного візуального оформлення.

Окрім рівня адаптації, локалізацію вебсайтів класифікують за об'єктом перекладу, розділяючи процес на роботу з текстовим, графічним та технічним контентом. Текстова локалізація охоплює не лише видимий користувачеві текст (основний текст, заголовки, меню), але й прихований контент, який має критичне значення для функціонування сайту. Сюди відносяться метатеги (title, description), ключові слова для пошукової оптимізації (SEO), атрибути alt для зображень та системні повідомлення. Якісна локалізація цих елементів забезпечує видимість сайту в пошукових системах іншої країни.

Графічна та мультимедійна локалізація стосується адаптації нетекстових елементів: зображень, інфографіки, відео- та аудіоматеріалів. Цей вид робіт може включати переклад написів, інтегрованих у картинки, субтитрування або дублювання відеороликів, а також заміну візуальних образів на більш релевантні для цільової культури.

Важливим компонентом є технічна локалізація, або інтернаціоналізація, яка часто передує власне перекладу [80, с.2]. Вона полягає в адаптації програмного коду для підтримки різних мовних версій. Це включає налаштування правильного кодування символів, забезпечення підтримки різних шрифтів та систем письма. Також модифікацію інтерфейсу для коректного відображення тексту, обсяг якого

може змінюватися в процесі перекладу (наприклад, німецький текст зазвичай займає на 30% більше місця, ніж англійський).

Також у перекладознавстві виокремлюють класифікацію за методом виконання, що визначає якість та вартість проєкту. Автоматизована локалізація передбачає використання систем машинного перекладу (МТ) з можливим подальшим постредагуванням (РЕМТ). Цей метод є економічно вигідним для великих масивів контенту з низьким пріоритетом точності, наприклад, для перекладу відгуків користувачів або технічних баз знань. Натомість професійна (людська) локалізація виконується кваліфікованими перекладачами та редакторами, які є носіями мови. Цей підхід є обов'язковим для маркетингового, юридичного та іміджевого контенту, де критично важливими є стиль, точність та емоційний вплив на читача. Окремим явищем є краудсорсингова локалізація, яка залучає до перекладу спільноту користувачів-волонтерів. Такий метод часто використовують соціальні мережі, неприбуткові організації та стартапи, що дозволяє швидко отримати переклад багатьма мовами, хоча і потребує ретельної модерації якості.

Таблицю з видами локалізації можна знайти у додатку В (дод. В).

Таким чином, локалізація вебсайту не є однорідним лінійним процесом, а являє собою складну багаторівневу систему адаптації. Вибір конкретного виду локалізації залежить від комунікативної мети веб-ресурсу, бюджету проєкту, технічних можливостей та специфіки культурного середовища, для якого створюється версія сайту.

1.2.2. Лінгвокультурні особливості локалізації вебсайту

Локалізація веб-сайту — це багатогранний процес, який виходить далеко за межі лінгвістичного перекодування і являє собою складну форму міжкультурної комунікації. Успіх цього процесу безпосередньо залежить від урахування лінгвокультурних особливостей цільової аудиторії. Веб-ресурс функціонує не у вакуумі, а в конкретному культурному просторі, що визначає моделі сприйняття інформації, естетичні смаки та поведінкові норми користувачів.

Ключовою особливістю є адаптація до культурного контексту. Відповідно до теорії Е. Холла, культури поділяються на висококонтекстні (де важливий підтекст, невербальні сигнали, фонові знання) та низькоконтекстні (де інформація подається експліцитно, прямо та чітко). Українська культура тяжіє до висококонтекстного типу, тоді як англосаксонська (зокрема культура США) є яскравим представником низькоконтекстних культур [76,с.79]. При локалізації українського веб-сайту англійською мовою це створює необхідність у лінгвістичній експлікації: те, що для українського читача є зрозумілим "між рядків" або через спільний культурний код, для англомовного користувача потребує додаткових пояснень, уточнень або повної перебудови структури повідомлення на більш пряму та логічну.

Важливим лінгвокультурним параметром є сприйняття влади та дистанції. Для західних культур, особливо американської, характерна менша дистанція влади та більш демократичний, неформальний стиль спілкування. Це впливає на вибір тональності веб-сайту: офіційно-діловий, іноді пафосний стиль, притаманний деяким українським інституціям, при перекладі англійською має бути адаптований до більш особистісного, партнерського стилю звертання до користувача ("you-attitude"), щоб уникнути відчуття відчуженості чи зайвого бюрократизму.

Окрему увагу слід приділяти візуальній семіотиці та колористиці. Кольори та образи в різних культурах мають відмінне символічне навантаження. Те, що в одній культурі сприймається як позитивне, в іншій може мати негативні конотації. Культурологічний аспект локалізації веб-сайту передбачає ретельну роботу з представленням образів, які в багатьох культурах сприймаються по-різному, таких як кольори, образ людини та роль статусу, специфіка ставлення до часу та одиниць вимірювання [90, с.405]. Наприклад, використання певних етнічних візерунків або релігійних символів на веб-сайті має бути адаптованим або поясненим, щоб не викликати культурного шоку чи нерозуміння у іноземній аудиторії.

Адаптація форматів та стандартів також є частиною лінгвокультурної відповідності. Це стосується не лише перекладу слів, а й конвертації валют, одиниць виміру, форматів дат (наприклад, відмінність між DD/MM/YYYY та MM/DD/YYYY), написання адрес та телефонних номерів. Ігнорування цих, здавалося б, технічних

дрібниць порушує звичний для користувача культурний сценарій взаємодії з інтерфейсом і знижує довіру до ресурсу, маркуючи його як "чужий".

Отже, лінгвокультурні особливості локалізації вимагають від перекладача глибокої культурологічної компетенції. Локалізація не обмежується лише перекладом текстів, це творчий процес, форма міжкультурної комунікації, успіх якої можливий за умови врахування соціокультурних особливостей мови користувачів. Мета локалізації — викликати однакові емоції та передати однакові думки у людей з абсолютно різних культур, створюючи ефект "рідного" продукту для кожного користувача.

1.3. Поняття етнолексики в контексті міжкультурної комунікації

У сучасній лінгвістиці термін «етнолексикон» стосується лексичних одиниць, які відображають національні особливості певної етнічної групи, представляючи такі елементи, як культура, спосіб життя, релігія, звичаї, традиції, соціальні інститути, фольклор тощо [5, с.22]. Етнолексикон є важливим інструментом для формування етнокультурного простору та відновлення національного світогляду. У мові він діє як культурний маркер, що дозволяє ідентифікувати мовця як належного до певної етнічної спільноти.

У міжкультурній комунікації етнолінгвістика служить носієм конкретної інформації про національну культуру. Вона не тільки передає назви конкретних об'єктів або явищ, але й формує уявлення про менталітет, історію, світогляд, естетичні та етичні норми народу. Дослідження та переклад етнолінгвістики дозволяють глибше зрозуміти культурний простір іншого народу та допомагають уникнути міжкультурних непорозумінь.

Етнолінгвістика представляє різні категорії: це можуть бути слова, що позначають національні страви (наприклад, «борщ», «вареники»), предмети повсякденного вжитку («рушник», «кана»), елементи традиційного одягу («плахта», «вишиванка», «жупан»), культурні інституції («влада», «старійшина») тощо. Такі слова мають важливе культурне значення, що вимагає уважного і продуманого перекладу [16, с.10].

Особливої уваги заслуговує роль етнолінгвістики у формуванні міжнародного іміджу України. Переклад таких одиниць має репрезентативну функцію, формуючи уявлення про країну, її традиції та цінності у свідомості іноземної аудиторії. У цьому контексті етнолексикон є своєрідним інструментом культурної дипломатії. Слід також мати на увазі, що елементи етнолексики в онлайн-дискурсі часто супроводжуються візуальним контентом, який може частково компенсувати втрати в перекладі, але вимагає спеціальної координації між вербальним і візуальним рівнями [26, с.85].

У контексті міжкультурної комунікації етнолексикон відіграє подвійну роль. З одного боку, вона є важливим інструментом для передачі культурної інформації та сприяє глибшому взаєморозумінню між представниками різних культур. Знання етнолінгвістики допомагає уникнути стереотипів і упереджень та сприяє розвитку емпатії та поваги до інших культур. З іншого боку, етнолінгвістика може стати джерелом непорозумінь і конфліктів, особливо в ситуаціях, коли культурні відмінності у сприйнятті та інтерпретації етнолінгвістичних одиниць є значними.

Таким чином, етнолексика є складним і динамічним явищем, що відіграє важливу роль у міжкультурній комунікації. Вона є важливою складовою міжкультурної комунікації, що потребує комплексного підходу в процесі перекладу. Її вивчення та ефективна локалізація сприяють налагодженню діалогу між культурами та збереженню національної ідентичності в глобалізованому світі.

1.3.1. Класифікація етнолексичних одиниць

Один з найпоширеніших підходів до класифікації етнолексикону базується на тематичному принципі. Згідно з цим принципом етнолексичні одиниці поділяються на групи залежно від сфери культурного життя, яку вони представляють [84, с.95]. (дод. Б) Зокрема, повсякденний етнолексикон включає такі одиниці, як «хатина», «хустка», «сорочка», «ніч» — вони глибоко вкорінені в сільському способі життя та традиціях українського народу.

Соціально-організаційна група включає такі слова, як «козак», «грумада» і «старійшина», які відображають історичні форми самоврядування, військової

організації та соціальних структур. Культурні та релігійні терміни, такі як «*Коляда*», «*Покрова*» і «*оберег*», є носіями священних значень і практик з глибоким символічним змістом. Фольклорний та міфологічний словник – «*відьма*», «*чугайстер*», «*лелека*» – формує уявлення про національні міфи, вірування та казкові образи. Географічний та природний словник: «*степ*», «*лісовий*», «*гуцул*» – представляє зв'язок з природним середовищем та регіональною ідентичністю. Гастрономічна група включає слова, що позначають традиційні страви: «*вареники*», «*борщ*», «*узвар*».

Інша важлива класифікація базується на ступені невідповідності між етнолексемами [35, с.120]. Повністю невідповідні одиниці, такі як «*трембіта*» або «*Маланка*», не мають точних відповідників у жодній з мов світу і вимагають детальних описових перекладів або транскрипцій. Частково еквівалентні слова, такі як «*вертеп*» або «*рада*», можуть мати формальні еквіваленти, але не передають культурну специфіку в повній мірі.

Умовно еквівалентні терміни, такі як «*Івана Купала*», часто перекладаються за допомогою узагальнення або адаптації (наприклад, Свято літнього сонцестояння), в результаті чого вони втрачають свій унікальний контекст.

У рамках функціональної класифікації розрізняють кілька категорій залежно від типу інформації, яку передає етнолексикон. Емоційно-експресивний лексикон викликає певні емоції та асоціації і формує емоційний фон тексту. Інформативний лексикон містить конкретну інформацію про реалії української культури, а ідентифікаційна функція допомагає відтворити та зберегти культурний код нації.

Таким чином, класифікація етнолексики потребує комплексного підходу, який поєднує тематичний, функціональний, семантичний, когнітивний і дискурсивний рівні. Лише в такий спосіб можна адекватно відобразити глибину й різноманіття української культури у перекладі іншими мовами, зберігаючи водночас її національну унікальність і зрозумілість для інших культур.

1.4. Порівняльна характеристика перекладу та локалізації вебсайту в сучасному перекладознавстві

Згідно з традиційною теорією перекладу, термін «локалізація» є тотожним поняттю «переклад», оскільки роботу професійного перекладача не можна охарактеризувати лише як заміну одних мовних сегментів іншими, навпаки, він виходить за межі мови і потрапляє в сферу міжмовної комунікації, ефективність якої досягається завдяки мовним, прагматичним і культурним трансформаціям.

Однак процес локалізації має виняткові особливості, які не тільки відрізняють його від перекладу, але й модифікують модель перекладу в цілому. Однією з таких відмінностей є процес інтернаціоналізації, суть якого полягає в культурній адаптації певного продукту, створюючи певний універсальний, тобто інтернаціоналізований текст [51, с.154].

Такий підхід вимагає багато виправлень і узгоджень, що стосуються правильного формулювання культурних відмінностей мов, що, в свою чергу, може призвести до серйозних помилок у перекладі. Рішенням є культурно нейтральний текст, який містить усі необхідні виправлення та пояснення, що однаково зрозумілі перекладачам усіх мов. Таким чином, до існуючої моделі перекладу, де переклад здійснюється безпосередньо з оригінального тексту, додається проміжний етап (якийсь універсальний текст), що дозволяє перекладачам виконувати свою роботу без використання вихідного тексту.

Локалізація певного продукту вимагає від перекладачів уваги до культури та політичної ситуації в країні призначення. Під час локалізації перекладачі можуть стикатися з прагматичними або технічними труднощами, для подолання яких може знадобитися творчий підхід, наприклад, при перекладі частин, що посилаються на реальне життя, при використанні власних та різних неологізмів.

Головне завдання локалізації — передати емоції, почуття та зміст гри (тобто сюжет), які розробник вклав в оригінальний продукт. Для виконання цього завдання перекладач може використовувати різні стратегії перекладу. Як стратегія перекладу, локалізація є сукупністю різних дій, метою яких є збереження первісного значення тексту для передачі його первісного змісту. Якщо через особливості мови неможливо

безпосередньо перекласти якусь частину тексту, перекладач використовує різні тактики перекладу, основними з яких є доместикація, форенізація, компенсація та прагматична адаптація [86, с.20].

Переклад — це лінгвістичне перетворення тексту з однієї мови на іншу з збереженням його точного значення. Локалізація включає переклад, але йде далі, адаптуючи зміст (текст, зображення, формати дат, валюти тощо) до культурних, соціальних та технічних особливостей цільового ринку, щоб зробити його максимально природним і зрозумілим для місцевої аудиторії. Таким чином, переклад є лише частиною більш складного процесу локалізації.

1.4.1. Адекватність відтворення української етнолексики вебконтенту англійською

Адекватність відтворення етнолексики є центральною проблемою в локалізації веб-контенту, оскільки саме цей пласт лексики несе основне національно-культурне навантаження. Під адекватністю у перекладознавстві розуміється не просто точна передача змісту (еквівалентність), а відтворення комунікативного ефекту та прагматичного впливу оригіналу на отримувача перекладу [64, с.55]. Для веб-сайтів, що репрезентують українську культуру, досягнення адекватності означає, що англомовний користувач має не лише зрозуміти денотативне значення слова (що це за предмет), а й відчувати його конотативне, емоційне та культурне забарвлення.

Складність досягнення адекватності зумовлена тим, що етнолексеми (реалії) часто є безеквівалентними, тобто не мають прямих відповідників у мові перекладу через відсутність аналогічних понять у культурі реципієнта. Як зазначають дослідники, переклад та локалізація етнічного лексикону англійською мовою є складним завданням, оскільки ці одиниці часто не мають еквівалентів.

Для забезпечення адекватності перекладу етнолексики у веб-контенті застосовується спектр перекладацьких стратегій, вибір яких залежить від контексту та комунікативної мети:

1. Транскодування (транслітерація та транскрипція). Цей метод забезпечує фонетичну адекватність, зберігаючи звукову оболонку слова («*varenyky*», «*hetman*»).

Він є найпоширенішим для назв страв, свят та унікальних артефактів. Однак, саме по собі транскодування не розкриває змісту поняття для іноземця, тому для досягнення семантичної адекватності його часто поєднують з іншими методами.

2. Описовий (дескриптивний) переклад. Цей метод розкриває значення реалії через її опис («*rushnyk — embroidered ritual towel*»). Він забезпечує повне розуміння змісту (семантична адекватність), але часто призводить до втрати національного колориту та лаконічності, що є критичним для веб-інтерфейсів. Завдяки описовому перекладу можна досягти повного розкриття змісту, але недоліком є відсутність стислості.

3. Гібридні (комбіновані) стратегії. Найвищий рівень прагматичної адекватності у веб-локалізації досягається через поєднання транслітерації з поясненням (в дужках, через кому або у глосарії). Наприклад: «*Didukh (a sheaf of wheat tailored for Christmas)*». Такий підхід дозволяє ввести нове слово в лексикон читача, зберігши його автентичність та забезпечити його розуміння.

4. Мультимедійна експлікація. Специфічною рисою веб-контенту є можливість використання невербальних засобів для досягнення адекватності. Елементи етнолексису в онлайн-дискурсі часто супроводжуються візуальним контентом (фото, відео), який може частково компенсувати втрати в перекладі. Зображення писанки поруч із транслітерованим словом «*pysanka*» робить довгий опис непотрібним, миттєво передаючи візуальну інформацію про об'єкт.

Адекватність перекладу також вимагає врахування функціонального стилю. У текстах туристичного спрямування пріоритетом є збереження екзотичності та привабливості (стратегія форенізації), тому транслітерація є домінуючою. У суспільно-політичних текстах важливіше точне розуміння функції явища, тому частіше використовуються функціональні аналоги.

Отже, адекватність відтворення української етнолексики англійською мовою у веб-середовищі — це динамічна категорія. Вона досягається через баланс між збереженням національної форми та забезпеченням зрозумілості змісту для глобальної аудиторії. Використання сучасних технологічних можливостей веб-сайту значно розширює арсенал перекладача у досягненні цієї мети.

Висновки з Розділу 1

У першому розділі кваліфікаційної роботи здійснено комплексний теоретичний аналіз локалізації вебсайтів як новітнього та динамічного різновиду перекладацької діяльності, що розвивається на перетині лінгвістики, культурології та інформаційних технологій. Встановлено, що вебсайт у сучасному комунікативному просторі є складною мультимодальною системою та особливою формою медіадискурсу, специфіка якого полягає у гіпертекстуальності, інтерактивності та конвергенції вербальних і невербальних компонентів. Це вимагає від перекладача не лише фахових філологічних знань, а й розуміння технічної архітектури веб-ресурсу та психології цифрового споживання інформації користувачем.

З'ясовано, що локалізація є багаторівневим процесом адаптації продукту до мовних, культурних і технічних вимог цільового ринку, який суттєво відрізняється від традиційного перекладу. Якщо переклад фокусується переважно на текстовій складовій, то локалізація охоплює також адаптацію графіки, навігації, форматів дат, валют та кольорової гами. Визначено класифікацію видів локалізації за рівнем глибини адаптації (від стандартизації та семілокалізації до повної культурної адаптації) та за об'єктом перекладу (текстова, графічна, технічна). Для культурно-просвітницьких ресурсів найбільш релевантною є стратегія глибокої культурної адаптації. Саме вона дозволяє подолати бар'єри сприйняття та забезпечити ефективну міжкультурну комунікацію.

Окрему увагу приділено аналізу лінгвокультурних особливостей локалізації, які базуються на відмінностях між висококонтекстними та низькоконтекстними культурами. Доведено, що успішна локалізація вимагає врахування таких параметрів, як дистанція влади, стиль комунікації, сприйняття часу та символіка візуальних образів. Ключову роль у цьому процесі відіграє етнолексика — пласт лексичних одиниць, що відображають унікальні національно-культурні реалії (побут, звичаї, історія, мистецтво). Етнолексеми виконують ідентифікаційну, емоційно-експресивну та інформативну функції, виступаючи маркерами національної ідентичності. Водночас вони становлять значну трудність для перекладу через свою

безеквівалентність та глибоку конотативну навантаженість. Забезпечення адекватності їх відтворення вимагає від перекладача пошуку балансу між збереженням національного колориту (стратегія форенізації) та забезпеченням зрозумілості для іншомовного реципієнта (стратегія доместикації). Саме досягнення цього балансу є критичним для веб-середовища, де візуальні та вербальні компоненти взаємодіють для створення цілісного образу. Ефективна локалізація етнолексики, таким чином, перетворюється на стратегічний інструмент культурної дипломатії, що дозволяє інтегрувати українські наративи у світовий контекст, зберігаючи їхню автентичність та унікальність.

РОЗДІЛ 2. МЕТОДОЛОГІЯ ДОСЛІДЖЕННЯ СПОСОБІВ ПЕРЕКЛАДУ ЕТНОЛЕКСИКИ ВЕБКОНТЕНТУ АНГЛІЙСЬКОЮ МОВОЮ

2.1. Стратегія та підходи до перекладу етнолексикони у вебтекстах

Сьогодні переклад є надзвичайно важливою функцією лінгвістики, оскільки світ швидко глобалізується, що призводить до злиття культур, інтеграції населення в різні глобальні процеси та постійної міграції.

Тому переклад став невід'ємною частиною повсякденного життя суспільства. Переклад — це точне відтворення оригінального тексту за допомогою засобів іншої мови з збереженням єдності змісту і стилю. Але виникає питання: що робити, якщо в перекладі багато слів не мають однозначного тлумачення [2, с. 45].

Існує кілька підходів до тлумачення поняття «стратегії перекладу». Важливо зазначити, що стратегії перекладу є досить поширеним поняттям у перекладі, хоча універсально прийнятого визначення цього терміну не існує. Стратегія перекладу вважається методом виконання перекладацького завдання, що полягає у правильній передачі комунікативного наміру мовця з іноземної мови на мову перекладу з урахуванням культурних та особистісних особливостей мовця.

Деякі вчені вважають, що стратегії в перекладі розуміються як процедури, що використовуються для вирішення перекладацьких завдань і відбору тексту іноземною мовою для подальшого перекладу. На думку Т.П. Андрієнко [3, с.220], переклад розглядається як спільне створення та перетворення значень відповідно до когнітивних та комунікативних потреб представників різних мовних та культурних спільнот.

Дослідниця аналізує роль перекладацької стратегії як регулятора когнітивного перекладацького дискурсу, який реалізується через підпорядковані їй перекладацькі тактики та техніки.

Серед перекладацьких стратегій дослідниця виділяє стратегії відчуження, одомашнення та універсалізації, поділяючи їх на конкретні підтипи, а саме: стратегії відтворення об'єктивної реальності, стратегії відтворення когнітивної реальності, стратегії відтворення понять і сценаріїв, специфічних для кожної країни, стратегії

відтворення алюзій, стратегії відтворення змісту, художньої форми, прагматичної функції тропів, стратегії відтворення засобів фігуративного вираження тощо.

Стратегія також інтерпретується як загальна програма, настанова або набір настанов, обраних перекладачем для виконання перекладу конкретного тексту з чітко визначеною метою в конкретній ситуації. Вважається, що кожна індивідуальна стратегія складається з унікального набору параметрів, серед яких виділяються характер еквівалентності, характер поводження з перекладеним текстом та поведінка перекладача, пов'язана з перекладом тексту [41, с.34].

Природа еквівалентності визначає характер і ступінь відповідності між вихідною та цільовою мовами. У цій групі розрізняють такі параметри: функції, повнота перекладу, фактичний зміст, жанр, стиль, культурно-специфічні елементи, структура і композиція, формальні характеристики тексту, термінологія, невербальні елементи. Природа обробки перекладеного тексту охоплює ряд аспектів, зокрема: забезпечення зрозумілості перекладу з урахуванням вимог замовника, сумісність тексту з культурою мови перекладу,

Протягом останніх десятиліть сучасні перекладацькі дослідження значно розширили свої наукові інтереси в галузі міжнародної комунікації, щоб краще зрозуміти унікальність світових культур, популяризувати їх та збагачувати одна одну. У процесі відтворення текстів з культурною специфікою виникає проблема семантичних відмінностей, що ускладнює процес адекватного відтворення оригіналу.

Дослідження практик перекладу оригінального тексту із збереженням його національної специфіки є важливим вектором у перекладацьких дослідженнях. Найбільш детальна концепція належить П. Ньюмарку, який виділяє п'ять основних методів перекладу (не враховуючи буквального і дослівного методи перекладу, які він вважає підготовчими, передовими [84, с. 45-46], та вільний переклад, який він називає «зовсім не перекладом», оскільки створюється шляхом перефразування:

- імітативний переклад «намагається відтворити точне контекстуальне значення оригіналу в межах обмежень, накладених граматичними структурами ЦМ (далі — цільова мова). Він передає культурні слова оригінальної мови і зберігає

ступінь аномалії (відхилення від норм вихідної мови) в перекладі. Він намагається повністю відповідати намірам автора тексту вихідної мови та їх виконанню»;

- переклад значення «з урахуванням естетичної цінності вихідного тексту (національної мови)», але «допускаються незначні зміни, щоб допомогти читачам легше зрозуміти текст мовою перекладу»;

- адаптація «перетворення культури мови оригіналу в культуру мови перекладу»; цей тип перекладу в основному використовується для перекладу п'єс і поезії;

- ідіоматичний переклад: «відтворення змісту оригінального тексту, але з викривленням нюансів значення, надаючи пріоритет ідіомам і загальним фразам у перекладі, навіть якщо вони відсутні в оригіналі»;

- комунікативний переклад: «передача чіткого змісту оригінального тексту таким чином, щоб і зміст, і мовні вирази були легко зрозумілі та доступні для читача».

Окрім коригування змісту шляхом введення порівняння, якого немає в оригінальному тексті, перекладач також застосовує формальні коригування, які досягаються за допомогою використання в перекладі структурних і функціональних елементів української мови, яких немає в мові оригіналу, насамперед емоційно забарвлених зменшувальних і підсилювальних суфіксів. Ці елементи не змінюють когнітивну модель порівняння і стосуються лише його мовної форми вираження. У аналізованому випадку формальна адаптація досягається за допомогою використання зменшувальних суфіксів для іменників, що вказують на порівняльний стандарт (-еч-) та його визначальний прикметник (-еньк-) [4 с.156].

Крім того, в аналізованому перекладі можна спостерігати стилістичні корекції, подібні до формальних корекцій, які не змінюють порівняльний когнітивний модель, але вимагають стилістичних змін: вирази, що використовуються для позначення порівняльних стандартів в оригінальному та перекладеному тексті, належать до різних стилів.

Вибір стратегії перекладу залежить також від багатьох об'єктивних факторів, серед яких:

- 1) цільова аудиторія перекладу та стан цільової полісистеми;

2) кількість існуючих перекладів даного твору в цільовій літературі. Необхідність форенізуючого перекладу виникає особливо гостро, коли створюється критично велика кількість перекладів-адаптацій, які збільшують відстань між читачем і оригіналом.

Основна функція перекладу-адаптації полягає в розвитку вже існуючої в цільовій культурі літературної традиції, тоді як функція перекладу-відчуження полягає у введенні в цільову літературу нових стилів, виразів, засобів і прийомів.

Результати процесу перекладу (якість перекладу) визначаються ступенем смислової близькості перекладу до оригіналу, жанрово-стилістичною приналежністю текстів оригіналу та перекладу, прагматичними факторами, що впливають на вибір варіанту перекладу.

Метод комунікації є нейтральним щодо стратегій відчуження та доместикації. Він використовується у випадках, коли художні порівняння в оригінальному та перекладеному тексті базуються на загальних когнітивних моделях, і застосовується переважно через використання прямих еквівалентів.

Метод імітації корелює з перекладацькою стратегією відчуження і має на меті зберегти когнітивний модель художнього порівняння шляхом перекладу мовних засобів, що позначають стандарти, які є невідомими для українських читачів, що призводить до створення перекладацького коментаря або застосування прямої інтерпретативної трансформації в перекладному тексті (імітація форми), або через використання еквівалентних термінів у словнику (імітація змісту) [4, с.34].

Адаптивний метод впливає з перекладацької стратегії, в ході якої перекладач вдається до заміни, видалення або, навпаки, введення порівняння когнітивної моделі в перекладному тексті, контекстуальної заміни або повної трансформації (адаптації змісту), збереженням когнітивної моделі, але з використанням структурних і функціональних елементів, які не мають аналогів в оригінальній мові (формальна адаптація), або заміною нейтральних мовних засобів стилістично забарвленими засобами (стилістична адаптація).

Згідно з І.В. Корунцем, до основних підходів до перекладу національно забарвленої лексики належать: транскрипція, калькування, описовий та

пояснювальний переклад [35, с.137]. Також застосовуються різні загальні типи перекладу, такі як дослівний, повний, частковий і вільний переклад, а для спеціальних типів текстів (наприклад, художніх текстів) враховуються додаткові критерії, такі як художня цілісність і естетичний ефект.

Методи перекладу національно забарвленої лексики (згідно з І.В. Корунцем) :

- Транскрипція (транскрипція): відтворення звуку слова іноземною мовою за допомогою звуків мови перекладу.
- Калькування: відтворення слова або частини слова шляхом окремого перекладу кожного з його компонентів.
- Описовий переклад: Переклад незрозумілого слова або поняття шляхом опису та пояснення його значення.
- Пояснювальний переклад: Переклад, що надає додаткові пояснення або коментарі до перекладеного тексту.

Загальні типи перекладу:

- Дослівний переклад: повністю зберігає структуру мови оригіналу, але може призвести до незрозумілих або штучних фраз.
- Повний переклад: зберігає весь оригінальний зміст.
- Частковий переклад: відтворює лише частини оригінального тексту.
- Вільний переклад: передає основну ідею твору, але не зобов'язаний зберігати художні особливості мови оригіналу [35, с.11-33].

Інші підходи:

- Функціонально-семантичний, когнітивний, соціолінгвістичний та інші: це більш специфічні та академічні підходи до аналізу та перекладу лексики, які враховують різні аспекти мови та культури.
- Вимоги до перекладу художньої літератури: перекладач повинен забезпечити точність, художню цілісність та врахувати традиції та особливості культури оригіналу.

Багатозначність слів і фраз часто ставить перекладача в складну ситуацію. Тому завжди, коли перекладач має хоч найменші сумніви щодо перекладу, необхідно їх ідентифікувати, тобто визначити фразеологію, використовуючи різні мовні засоби –

від використання словників і довідників до контекстного семантичного та стилістичного аналізу.

Іноземний текст є місцем багатьох різних семантичних можливостей, які фіксуються лише тимчасово, в будь-якому перекладі, на основі різних культурних передумов та варіантів інтерпретації в конкретних соціальних умовах та протягом різних історичних періодів. Особливу увагу слід приділити тому, що переклад здійснюється не тільки з однієї мови на іншу, але й з однієї культури в іншу.

Культурно-специфічна лексика є важливою складовою кожного окремого народу. Національно позначена лексика відображає національно-мовний образ світу певного народу, а також особливості економіки, географії, суспільного устрою, фольклору, літератури, всіх видів мистецтва, науки, життя, звичаїв носіїв відповідної мови.

Необхідно розрізняти поняття «перекладацькі стратегії» та «перекладацькі дії». Перекладацькі дії — це сукупність усіх можливих дій, необхідних для виконання перекладу, тоді як перекладацькі стратегії — це свідомо обраний алгоритм дій під час перекладу одного конкретного тексту. Більшість дослідників, які займаються темою перекладацьких дій та алгоритмом їх використання (тобто стратегією), мають на увазі саме письмовий переклад.

Український перекладач О. В. Ребрій зазначає, що стратегія доместикації має на меті передати зміст якомога точніше, тобто це стратегія змісту, тоді як стратегія відчуження має на меті передати особливості форми, тобто це стратегія форми. Вибираючи стратегію змісту, перекладач свідомо усуває всі перешкоди для розуміння тексту, тим самим жертвуючи тими специфічними особливостями форми, які можуть ускладнити сприйняття твору іноземними реципієнтами [64, с.94].

З іншого боку, вибираючи стратегію форми, перекладач часто змушений пожертвувати зрозумілістю змісту, щоб якомога точніше відтворити нетривіальні особливості структури оригінального тексту, які можуть слугувати ознаками індивідуального стилю автора, а також характерними мовними та стилістичними особливостями певної епохи або стилю [64, с.84].

Дослідник зазначає, що ці стратегії в чистому вигляді є ідеальними науковими конструкціями, які існують лише в теорії перекладу.

У практиці перекладу вони ніколи не реалізуються в чистому вигляді – перекладач, навіть якщо віддає перевагу одній з них, як правило, інтуїтивно прагне до «золотої середини», вдаючись у різні моменти перекладу то до однієї, то до іншої.

Отже, професіоналізм перекладача має багато складових, і на першому місці – це розробка власної стратегії перекладу. У найзагальнішому і короткому вигляді перекладацьку стратегію можна визначити як порядок і суть дій при перекладі конкретного тексту. Вона включає три етапи: передовий аналіз оригінального тексту, сам процес перекладу і подальше редагування перекладеного тексту.

Однією з необхідних умов професійного підходу до перекладу є попередня підготовка до нього. Тому, прочитавши оригінальний текст, вивчіть джерела додаткової інформації про предмет вихідного тексту – паралельні тексти мовою перекладу (так звані *help-texts*), довідники, енциклопедії, дані з електронних словників тощо. Ці допоміжні тексти полегшують пошук еквівалентів відповідних термінів (які найчастіше відсутні навіть у словниках) і дають розгадку неясній інформації, яка зустрічається в оригінальному тексті.

Стратегії перекладу української лексики включають транскрипцію, калькування, описовий та пояснювальний переклад. Дослівний, повний, неповний та вільний переклад є основними типами перекладу, які визначають загальний підхід, тоді як стратегія є конкретним набором кроків перекладача для досягнення адекватності та передачі змісту.

Вибір стратегії залежить від конкретного тексту, його типу та мети перекладу. Основна мета полягає в досягненні адекватності – еквівалентного відображення оригіналу в іншій мові.

Стратегія перекладу, безсумнівно, залежить від особистих якостей перекладача, який на практиці сам створює елементи своєї стратегії. Однак часто помилки перекладача можна пояснити саме неправильним підходом до його діяльності або повним ігноруванням перекладацької стратегії.

Можна зробити висновок, що слова перекладаються або за допомогою відповідної лексичної одиниці в мові перекладу, або, за відсутності відповідної форми в мові перекладу, іншими засобами. Особливістю перекладу є те, що, незважаючи на необхідні зміни в оригінальному тексті, він сприймається як повна заміна оригіналу. У цьому випадку перекладений текст буде вважатися повністю ідентичним оригінальному тексту. Однак така ідентичність є лише теоретично досяжним ідеалом перекладу, неможливим у практиці перекладу.

Значна частина лексики Інтернету складається з скорочених лексичних одиниць — акронімів та аббревіатур. Вони зустрічаються як у загальній лексиці, так і в термінологічній лексиці. Ці лексичні одиниці виявилися найцікавішими для дослідження, оскільки їх можна перекладати за допомогою різних методів перекладу, і можна порівняти ефективність цих методів.

Транскодування, без якого засвоєння нового лексичного матеріалу було б майже неможливим, часто супроводжується описовим перекладом, необхідність якого зникає, коли перекладена лексична одиниця повністю засвоюється реципієнтом. Цей комбінований метод є найпопулярнішим.

Еквівалентний переклад використовується рідше, оскільки в українській мові немає багато повних еквівалентів англійських лексем серед лексики Інтернету.

Якісний переклад передбачає еквівалентність текстів. У сучасній перекладацькій науці існують три основні підходи до визначення поняття «еквівалент». Так, деякі визначення перекладу фактично замінюють еквівалентність ідентичністю, стверджуючи, що переклад повинен повністю зберегти зміст оригіналу. Другий підхід до вирішення проблеми перекладацької еквівалентності полягає в спробі знайти в змісті оригіналу якусь інваріантну частину, збереження якої є необхідним і достатнім для досягнення еквівалентності перекладу. Іншими словами, якщо переклад може виконувати ту саму функцію або описує ту саму реальність, то він є еквівалентним.

Суть третього підходу до визначення перекладацької еквівалентності полягає в тому, щоб не намагатися вирішити, у чому має полягати спільне між перекладом і

оригіналом, а порівняти велику кількість реально виконаних перекладів з їхніми оригіналами і побачити, на чому ґрунтується їхня еквівалентність.

Однак у деяких випадках, визначаючи лексико-семантичну варіацію значення слова, можна знайти його еквівалент в українській мові або, якщо такого немає, застосувати інші методи перекладу. Завдяки описовому перекладу можна досягти повного розкриття змісту, уникнути проблеми з відмінностями у формі створення слова або виразу в порівнянні з українською мовою, але недоліком є відсутність стислості, що не є бажаним, особливо для розмовного словника.

В цілому, для перекладу розмовного лексикону краще використовувати кальку та транскодування, а для термінологічного лексикону – кальку та комбінацію транскодування та описового перекладу.

Таким чином, переклад є складним процесом передачі мови оригіналу за допомогою іншої мови і вимагає вибору відповідної стратегії. На сьогодні існує кілька класифікацій стратегій перекладу, а саме: відчуження та доместикація; конкретизація та узагальнення; стратегія типу інформації; еквівалентність тексту тощо. Вибір конкретної стратегії перекладу для англійського тексту вимагає попереднього аналізу оригіналу з урахуванням усіх складнощів.

Слід також зазначити, що для адекватного перекладу слід враховувати функціональну та стилістичну приналежність текстів. В цілому, є перспектива подальших досліджень у вивченні тактики перекладу з акцентом на лексичних і семантичних, граматичних і синтаксичних особливостях перекладу англійських текстів.

2.2. Методика аналізу перекладацьких стратегій для перекладу етнолексики вебконтенту

Акт комунікації в комп'ютерному дискурсі можна інтерпретувати не тільки як той, що відбувається через мовний канал, але й як поєднання вербальних, паравербальних та екстравербальних сигналів, кожен з яких може бути специфічним лише для певного соціально-мовного-культурного простору і, отже, перенесений на

іншу мову та в іншу культуру, може не мати жодного значення або мати спотворене значення.

Для забезпечення продуктивної міжкультурної комунікації (в тому числі в комп'ютерному дискурсі) мовна особистість повинна володіти міжкультурними комунікативними компетенціями, що базуються одночасно на трьох рівнях: мовному, культурному та комунікативному. Тільки тоді можна досягти мети комунікативного акту.

Однак у разі простого перенесення та поверхневої адаптації (перекладу) медійних текстів комп'ютерного дискурсу на іншу мову та в етнічно специфічний простір відбувається «комунікативна поразка» [6, с. 186], часто на прагматичному рівні.

Це не випадково, оскільки в комунікації, що має міжкультурний аспект або міжкультурний вплив, інформація не просто передається одержувачу і сприймається ним як щось дане, а проходить ряд глибоких трансформацій, в результаті яких адресат відтворює інформацію заново, беручи до уваги власні когнітивні механізми. У цьому випадку локалізація як сукупність процесів адаптації текстів відповідає за вирівнювання «комунікаційної суспензії» та прагматичної невідповідності оригінального та відтвореного тексту.

Таким чином, локалізація полягає не лише у взаємодії двох мов, але й двох образів світу [30, с. 82], що відображають особливу кластеризацію реальності, а її кінцевим результатом є матеріал, текст, сукупність текстів, які:

- відповідають економічному та культурному середовищу;
- виконані з урахуванням мовних особливостей цільового середовища;
- не спотворюють первісного значення.

Процес перекладу ускладнюють значні мовні, граматичні та культурні відмінності між мовами, особливо такими, як українська та англійська. Ці відмінності зумовлюють необхідність застосування перекладацьких трансформацій з метою збереження точності, стилістичної узгодженості та емоційного впливу тексту, що є основною темою даного дослідження.

Українська та англійська мови належать до різних мовних сімей, що зумовлює їх значну віддаленість та істотні структурні відмінності. Ця віддаленість проявляється у фонетичних, граматичних, лексичних та синтаксичних особливостях. Українська мова є синтетичною мовою з багатим системою відмінків, розвиненою морфологією та гнучкою порядком слів. Натомість англійська мова є аналітичною мовою, в якій граматичні відносини між словами здебільшого виражаються за допомогою допоміжних слів та фіксованого порядку слів.

Проблема еквівалентності є ключовою в теорії перекладу, оскільки перекладач повинен зберегти основний зміст, стиль, емоційний відтінок і культурну специфіку оригінального тексту, адаптуючи його до норм мови перекладу. Повна еквівалентність між мовами часто є недосяжною через лексичні, граматичні, стилістичні та культурні відмінності, що вимагає застосування перекладацьких трансформацій. Щоб вирішити цю проблему, дослідники запропонували численні класифікації перекладацьких стратегій, технік та трансформацій.

Поняття перекладацької стратегії відіграє головну роль у теорії та практиці перекладу з таких причин:

1) переклад цього терміна є необхідним на початковому етапі створення певної бази знань про теорію перекладу, оскільки ці знання дозволять пов'язати її з корисними знаннями, отриманими в процесі перекладу;

2) обрана стратегія впливатиме на якість перекладу на етапі вибору перекладачем аналізу майбутнього вихідного тексту і впливатиме на подальше планування перекладацької діяльності [33, с.9-10].

Етап планування перекладацької діяльності та ймовірного прогнозування результатів перекладу. На цьому етапі роль перекладача змінюється з одержувача повідомлення на відправника повідомлення мовою перекладу. Перекладач повинен визначити, наскільки повним і точним може бути передача змісту і значення тексту за допомогою засобів мови перекладу, її комунікативних налаштувань і прагматики; встановити, чи будуть цілі перекладу відповідати цілям оригіналу.

На цьому етапі відбувається прогнозування ступеня повноти та точності незмінності перекладу, тобто ступеня еквівалентності тексту перекладу тексту

оригіналу. Прогнозована картина результату перекладу слугуватиме перекладачеві орієнтиром, який визначить траєкторію перекладацьких дій, ступінь обґрунтованого відхилення від формального наближення до оригіналу.

На етапі планування перекладацької діяльності необхідно визначити:

1. Завдання перекладу: замовник та/або отримувач перекладу (його потреби, рівень знань, вік тощо); цілі перекладу; комунікативні завдання тексту; ідентифікацію перекладацьких труднощів та визначення способів їх подолання: змістовні труднощі (додаткові джерела інформації, необхідність консультацій із фахівцями, заповнення прогалин у базі знань, прагнення вирівняти тезаурус автора та перекладача); лексико-семантичні труднощі (лексичні прогалини в тексті перекладу, невідповідність семантичних значень, стилістична несумісність, суперечності з мовними нормами мови перекладу);

2. граматичні та синтаксичні труднощі (відсутність або невідповідність граматичних відповідників у мові перекладу, різна лексико-граматична валентність, відмінності у словотворенні, складність передачі граматичних відносин між словами речення; відмінності у тематично-рематичному поділі; відмінності у граматичній традиції; функціонально-стилістичні труднощі: відмінності в стилістичній традиції.

3. Імовірнісне прогнозування ступеня еквівалентності тексту перекладу щодо оригіналу.

Операційний етап – безпосередній процес перекладу, який включає: роботу зі словниками та іншими джерелами з метою підбору відповідників, лексичні та граматичні перетворення, структурно-синтаксичні перетворення [33, с. 9-10]. Етап контролю та оцінки. На цьому етапі проводиться перевірка тексту на наявність/відсутність пропущених слів або фрагментів; редагування, оцінка відповідності жанровим і стилістичним нормам української мови, а також приведення у відповідність до жанрових і стилістичних норм мови перекладу: перекладач повинен повністю і точно передати думку автора, надавши їй форму, характерну для українського стилю [2, с. 9-10].

Ключові аспекти аналізу:

- Послідовність: Аналіз повинен бути послідовним і охоплювати весь текст.

- Систематичність: Виявлення трансформацій і стратегій повинно бути систематичним, а не випадковим.

- Об'єктивність: Оцінка перекладу повинна ґрунтуватися на об'єктивному аналізі, а не на суб'єктивних уподобаннях.

Те, як ми сприймаємо і описуємо світ, формується нашою мовою і культурою, що має істотний вплив на те, як ми перекладаємо тексти з однієї мови на іншу.

П. Ньюмарк запропонував термін «культурні слова» (cultural words), який є тотожним поняттю «культурні реалії». Культурні слова — це слова, які позначають конкретний матеріальний культурний об'єкт.

Вчений поділяє слова, характерні для певної культури, на п'ять категорій:

1. Екологія (назви тварин, рослин, гір, природних явищ тощо);
2. Матеріальна культура/артефакти (назви страв, напоїв, одягу, житла, міст, засобів транспорту тощо);
3. Соціальна культура/робота та відпочинок (назви професій, розваг, хобі, видів спорту тощо);
4. Організації, звичаї, ідеї (назви політичних організацій, видів діяльності, процедур, концепцій, ідей, релігій тощо);
5. Жести та звички (назви типових видів поведінки та рухів) [2]. Ці категорії допомагають визначити, як культурні елементи можуть бути передані в перекладі, забезпечуючи збереження автентичності.

План попереднього аналізу тексту:

1. Збір зовнішньої інформації про текст. Така інформація, як: автор тексту, час його створення та публікації, джерело походження тексту (чи буде це уривок з роману, стаття з енциклопедії чи журналу, прес-реліз, рекламна брошура тощо).

2. Визначення джерела та адресата. Легко припуститися помилки. Наведемо приклад: діловий лист, здається, має конкретного автора, підпис якого знаходиться в кінці листа, але він був написаний від імені компанії та в її інтересах, а отже, справжнім джерелом є компанія.

3. Визначити склад інформації та її щільність. Почнемо зі складу. Інформація, що міститься в даному тексті, поділяється на три типи: пізнавальна, емоційна та

естетична. Розглянемо їх детальніше. Когнітивна інформація — це об'єктивні дані про зовнішній світ. Тексти такого типу можна умовно назвати інформаційно-термінологічними і віднести до них наукові, юридичні та технічні тексти, підручники, інструкції, ділові листи. Емоційна інформація — це нові дані для наших органів чуття. Естетична інформація переважає в текстах, відомих як літературні. До цієї категорії ми відносимо літературну прозу, поезію, а також літературну публіцистику.

4. Комунікативне завдання тексту. Воно може бути різним: передача нової інформації; переконання в своїй правоті; встановлення контакту тощо.

5. Визначення мовного жанру тексту. У процесі свого розвитку людина виробила постійні, типові форми текстів, які мають свою історію і традиції. Ці форми однакові для всіх мов і мають універсальні риси [45, с.134].

Лексичні трансформації включають заміну окремих лексичних одиниць вихідної мови лексичними одиницями мови перекладу. Лексичні трансформації полягають у «заміні окремих лексичних одиниць (слів і фіксованих виразів) вихідної мови лексичними одиницями мови перекладу, які не є їхніми словниковими еквівалентами і, отже, мають інше значення, ніж одиниці вихідної мови, передані в перекладі» [9, с. 176].

Класифікацію перекладацьких трансформацій запропонувала дослідниця О.Селіванова, яка бере за основу свого аналізу зміни в семіотичному шарі тексту, тобто зміни в змісті та значенні тексту в процесі перекладу на іншу мову, тим самим проводячи аналіз не стільки відповідно до використовуваних технік, скільки відповідно до результатів їх застосування. За її класифікацією, перекладацькі трансформації можна умовно розділити на такі категорії: формальні, формально-змістовні та прагматичні. Ці категорії функціонують таким чином:

1. Формальні трансформації стосуються лише форми слів (як звук, правопис, графічна та фонетична форма) в одній мові і забезпечують їх механічне передавання.

2. Трансформації форми та змісту охоплюють взаємопов'язані зміни форми та значення слів і використовуються не тільки для передачі змісту, але й для його адаптації до лінгвістичних та культурних особливостей мови перекладу.

3. Прагматичні трансформації пов'язані з функціональним і комунікативним впливом тексту на аудиторію з метою досягнення зрозумілості та прийнятності в іншій культурі. [28, с. 203–206].

Підхід О. Селіванової чітко визначає різні аспекти лінгвістичного аналізу в перекладі, а саме аспекти форми, змісту та прагматичного значення. Таким чином можна чітко визначити ступінь втручання перекладача та його вплив на оригінальний текст з метою забезпечення адекватності перекладу. Цей підхід також звертає увагу на переклад як вид міжмовної та міжкультурної комунікації, підкреслюючи важливість відтворення не тільки форми та загального змісту, але й більш тонких значень оригінального тексту. Отже, можна побачити, що, незважаючи на велику різноманітність класифікацій, які відрізняються залежно від пріоритетів досліджень того чи іншого вченого, більшість цих систем працюють за подібними концепціями і підтримують подібні ідеї, інтерпретуючи їх відповідно до власного підходу до структури мови та методів її аналізу.

Прагматичне значення в локалізації визначається ключовим ядром, яким є адресат, і не може бути реалізоване без його участі. Текст в локалізації слід розглядати в дискурсивній перспективі, тобто як мовну одиницю, пов'язану з усіма іншими текстами, відповідальними за передачу запланованого змісту конкретній цільовій групі.

Адресат, у свою чергу, повинен володіти всіма необхідними контекстами для подальшої реалізації посткомунікаційних дій (вражень, емоцій, певних почуттів, дій).

З нашої точки зору, локалізація діє насамперед через прагматичну адаптацію тексту («тобто внесення певних поправок, що враховують соціально-культурні, психологічні та інші відмінності між реципієнтами оригінального та перекладеного тексту» [6]) та відтворення відповідної комунікативної ситуації з урахуванням усіх її елементів: учасників мовної взаємодії, їхніх комунікативних стратегій (мотивів, потреб тощо), просторових та часових особливостей ситуації лише в новому соціально-культурному просторі.

Така адаптація часто виходить за межі семантичних і синтаксичних стратегій і пов'язана з позамовними факторами (врахування максимально можливих особистих особливостей спілкуючихся осіб, умов передачі інформації тощо).

Все це дозволяє запропонувати таке визначення локалізації: це процес лінгвістичної трансформації структури та змісту динамічного тексту, завданням якого є адекватне передавання прагматичних інтенцій, що містяться в структурі тексту, стосовно конкретної екстралінгвістичної комунікативної ситуації.

Таким чином, передовий аналіз і перекладацька стратегія не тільки не є вичерпними складовими опису процесу перекладу, але й утворюють складну систему процесу реалізації перекладу.

Важливим елементом методики є орієнтація на отримання емпіричних результатів аналізу перекладацьких рішень. Серед них можна виділити:

- Рішення щодо перекладу (Translation Solutions/Choices): Це конкретні дії перекладача, спрямовані на подолання проблеми в тексті.

- Аналіз рішень щодо перекладу (Analysis of Translation Solutions): Це систематичне дослідження того, які рішення були прийняті, чому вони були прийняті і який ефект вони мають.

- Емпіричні результати (Empirical Results): Це дані, отримані шляхом спостереження або експерименту, а не теоретичних міркувань.

Разом емпіричні результати аналізу перекладацьких рішень — це конкретні, вимірювані дані, отримані в результаті системного дослідження того, які конкретні способи подолання перекладацьких проблем вибирають перекладачі в реальній практиці і які фактори впливають на цей вибір.

Емпіричні результати аналізу перекладацьких рішень — це висновки, отримані шляхом безпосереднього спостереження, вимірювання та експериментування з процесом і результатами перекладу. Такі результати включають, наприклад, оцінку якості перекладу, порівняння різних перекладацьких підходів, дослідження факторів, що впливають на успішність перекладу, або аналіз помилок у перекладених текстах.

Методи отримання емпіричних результатів

- Спостереження: Систематичне спостереження за перекладачами в процесі роботи або за певними перекладацькими матеріалами.

- Експеримент: Проведення контрольованих експериментів для порівняння різних перекладацьких стратегій або інструментів (наприклад, порівняння якості машинного перекладу та перекладу, виконаного людиною).

- Аналіз документів: Дослідження існуючих перекладних текстів, їх структури, помилок та інших характеристик.

- Тестування: Використання тестів для оцінки рівня володіння мовами перекладачами або для вимірювання якості кінцевого перекладу.

- Анкети та інтерв'ю: Збір даних від перекладачів, клієнтів або читачів про їхній досвід, уподобання та проблеми, пов'язані з перекладом.

Приклади емпіричних результатів:

- Кількісна оцінка: Визначення середнього відсотка помилок у перекладі певного типу, наприклад порівняння результатів перекладу на основі різних алгоритмів машинного перекладу.

- Якісна оцінка: Опис труднощів, з якими стикаються перекладачі при перекладі специфічної термінології, або аналіз того, як переклад впливає на сприйняття культурних особливостей.

- Порівняльний аналіз: Встановлення того, що один метод перекладу виявився більш ефективним для певного типу текстів або що використання певної системи автоматичного перекладу призвело до зниження кількості помилок.

Емпіричні дослідження зосереджуються на таких основних напрямках:

- Частота та розподіл стратегій: «які типи перекладацьких рішень використовуються найчастіше?» Наприклад, дослідження може показати, що під час перекладу специфічних для даної культури понять перекладачі в 60% випадків використовують запозичення, в 30% — описовий переклад, і лише в 10% — культурну заміну [65, с.34].

Фактори, що впливають на вибір: це суть емпіричного аналізу. Дослідники шукають кореляцію між рішеннями та такими факторами:

- Індивідуальні: досвід перекладача, його когнітивний стиль, освіта, емоційний стан.

- Соціокультурні: цільова група, ідеологія замовника, культурні норми цільового суспільства.
- Текстові: жанр тексту, його складність, стиль.
- Технологічні: використання CAT-інструментів, систем машинного перекладу.

Ефективність рішень: як обрані рішення впливають на сприйняття тексту цільовою групою одержувачів? Це можна виміряти за допомогою:

- Зрозумілості: наскільки текст є легким для розуміння?
- Прийнятності: чи відповідає текст мовним і культурним нормам?
- Комунікативний ефект: чи переклад досягає тієї ж мети, що й оригінал (наприклад, викликає сміх, переконує, інформує)?

Когнітивні процеси: «що відбувається в голові перекладача?» У дослідженнях використовуються методи типу TAPs («Think-Aloud Protocols»), коли перекладач коментує вголос свої дії під час роботи, або відстеження руху очних яблук.

Такі результати не є абстрактною теорією. Вони мають безпосереднє практичне застосування:

- Для перекладачів: дозволяють краще зрозуміти власні процеси, побачити альтернативні стратегії та підвищити ефективність своєї роботи.
- Для педагогів: допомагають розробити кращі навчальні програми, засновані на реальних, а не гіпотетичних проблемах і рішеннях.
- Для теорії перекладу: надають фактичну основу для розвитку та перевірки теорії перекладу.
- Для розробників технологій: дозволяють зрозуміти, як люди вирішують складні завдання, що має ключове значення для вдосконалення систем машинного перекладу та CAT-інструментів.

Емпіричні результати аналізу перекладацьких рішень — це перехід від питання «Як слід перекладати?» до питань «Як перекладають насправді?», «Чому саме так перекладають?» і «Який це має ефект?». Ця галузь перетворює мистецтво перекладу на предмет наукових досліджень, що дозволяє глибше зрозуміти одну з найскладніших людських діяльностей — міжмовну та міжкультурну комунікацію.

Для реалізації мети дипломної роботи та вирішення поставлених завдань було розроблено алгоритм практичного дослідження, який передбачає поетапний аналіз специфіки відтворення української етнолексики в англomовному веб-просторі. Дослідження базується на комплексному підході, що поєднує методи лінгвістичного спостереження, порівняльного аналізу та статистичної обробки даних.

Джерельною базою для практичного аналізу слугували тексти оригіналів та їхні англomовні переклади (локалізації), розміщені провідних українських веб-ресурсах, що освітлюють культуру, історію та суспільне життя українців. Два таких вебсайти варто виділити окремо:

1. «Ukraïner» (культурно-антропологічний вимір) — мультимедійний проєкт, матеріали якого репрезентують етнографічні та побутові реалії.
2. «Gwara Media» (суспільно-політичний вимір) — платформа, що висвітлює сучасні події та нові сенси української ідентичності.

Методом суцільної вибірки з контенту зазначених ресурсів було відібрано понад 100 унікальних одиниць етнолексики (етноніми, реалії, безеквівалентна лексика), які функціонують у різних контекстах. 43 окремі одиниці етнолексики було взято за приклади для аналізу перекладацьких трансформацій. Загальний обсяг проаналізованого текстового масиву охоплює статті, опубліковані або доступні станом на 2024–2025 роки.

Практична частина роботи (викладена у Розділі 3) реалізовувалася у чотири послідовні етапи:

Етап I. Ідентифікація та первинна систематизація (Підготовчий етап)

На цьому етапі здійснювався пошук та відбір етнолексем у текстах мови оригіналу (українська). Критерієм відбору була наявність у слові національно-культурного компонента значення, який відсутній у мові перекладу (англійська). Далі методом зіставлення виявлялися відповідники цих одиниць у текстах локалізації.

Етап II. Структурно-семантичний та функціональний аналіз

Метою цього етапу було впорядкування відібраного матеріалу.

- Здійснено розподіл етнолексем за тематичними класами (гастрономічна лексика, побут, суспільне життя, духовна культура, мистецтво) для виявлення найбільш репрезентативних сфер експорту української культури.

- Визначено комунікативно-прагматичні функції цих одиниць у тексті, що дозволило зрозуміти мету їх вживання автором.

Етап III. Аналіз перекладацьких трансформацій (Основний етап)

На цьому етапі проводився детальний лінгвістичний аналіз способів відтворення етнолексики. Відповідно до класифікації І. М. Литвин, аналіз здійснювався у чотирьох аспектах:

1. Фонетичний аспект: вивчення випадків транскодування (транслітерації та транскрипції) та їхньої ролі у збереженні звукової оболонки слова.

2. Граматичний аспект: виявлення морфологічних (зміна числа, частини мови) та синтаксичних (членування речень, зміна структури) трансформацій, зумовлених системними розбіжностями мов.

3. Лексичний аспект: аналіз семантичних перетворень (генералізація, конкретизація, описовий переклад, пошук аналогів), спрямованих на розкриття значення реалії.

4. Прагматичний аспект: дослідження адаптації тексту до фонових знань реципієнта (експлікація, культурна адаптація, коментарі).

Особлива увага приділялася мультимодальності вебтексту — аналізу того, як візуальний ряд впливає на вибір перекладацької стратегії (наприклад, можливість уникнути детального опису завдяки наявності фото).

Етап IV. Кількісна обробка результатів та узагальнення

На завершальному етапі було підраховано частотність використання різних перекладацьких стратегій (у відсотковому співвідношенні). Це дозволило виявити домінуючі тенденції в сучасній практиці локалізації та сформулювати висновки щодо ефективності тих чи інших рішень для передачі сенсу поняття при перекладі.

Запропонована методика дозволяє всебічно розглянути об'єкт дослідження — від його місця в лексичній системі до специфіки його відтворення в іншомовному комунікативному середовищі.

Висновки з Розділу 2

У другому розділі дипломної роботи розроблено методологічні засади дослідження способів перекладу етнолексики у вебконтенті, визначено ключові стратегії, підходи та алгоритм практичного аналізу.

Встановлено, що переклад етнолексики вимагає від перекладача вибору чіткої стратегії, яка базується на розумінні комунікативного завдання та типу тексту. Проаналізовано класичні дихотомії стратегій та методи перекладу за П. Ньюмарком (семантичний та комунікативний). Визначено, що для вебконтенту найбільш релевантним є підхід «золотої середини». Також, допустимим є гнучке поєднання стратегій, спрямоване на досягнення прагматичної адекватності.

Розроблена методика базується на комплексному підході, що включає попередній аналіз тексту та аналіз перекладацьких трансформацій. В якості інструментарію обрано класифікацію трансформацій за І.М. Литвин що дозволяє об'єктивно оцінити способи перекладу етнолексем.

Обґрунтовано важливість емпіричного підходу до аналізу перекладацьких рішень. Визначено, що емпіричні результати — це конкретні, вимірювані дані, отримані шляхом спостереження за реальною перекладацькою практикою, а не лише теоретичного моделювання. Такий підхід дозволяє перейти від прескриптивного до дескриптивного аналізу, виявляючи реальні тенденції, частотність використання певних прийомів та фактори, що впливають на вибір перекладача.

Сформовано чіткий алгоритм практичного дослідження, який реалізується у чотири етапи: 1) ідентифікація етнолексем у текстах оригіналу; 2) структурно-семантичний та функціональний аналіз вибірки; 3) лінгвістичний аналіз перекладацьких трансформацій (фонетичних, граматичних, лексичних, прагматичних); 4) кількісна обробка результатів для виявлення домінуючих стратегій.

Визначено та охарактеризовано матеріал дослідження, який склали понад 100 унікальних одиниць етнолексики, відібраних методом суцільної вибірки з вебсайтів «Ukraïner», «Gwara Media» та інших вебсайтів. Цей корпус текстів забезпечує

репрезентативність дослідження, охоплюючи культурно-антропологічний, суспільно-політичний та історичний виміри репрезентації України у світі.

Отже, розроблена методологія забезпечує всебічний аналіз об'єкта дослідження, поєднуючи якісні лінгвістичні методи з кількісними показниками, що дозволяє отримати об'єктивну картину відтворення української етнолексики в англomовному вебпросторі.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНИЙ АНАЛІЗ ПЕРЕКЛАДАЦЬКИХ РІШЕНЬ ТА ЛОКАЛІЗАЦІЙНИХ СТРАТЕГІЙ ЕТНОЛЕКСИКИ У ВЕБКОНТЕНТІ

3.1. Структурно-семантична та функціональна характеристика етнолексики в англomовному вебконтенті

Першим етапом практичного дослідження перекладацьких рішень є комплексний аналіз етнолексичних одиниць, що функціонують в англomовному вебпросторі. Для того, щоб зрозуміти, як саме перекладачі адаптують українські реалії для іноземного читача, спочатку необхідно з'ясувати, яке місце ці одиниці займають у системі мови а також, до яких семантичних полів вони належать та які комунікативні завдання вирішують у тексті.

Дослідження структурно-семантичних характеристик етнолексики дозволяє виявити, які саме фрагменти української мовної картини світу експортуються в іншомовний простір. Етнолексика у вебдискурсі не існує ізольовано; вона групується у тематичні класи (семантичні поля), які відображають пріоритетні сфери репрезентації нації. Кількісний аналіз цих груп дає змогу визначити, на чому фокусується увага перекладачів та редакторів: на гастрономічній культурі, історичній спадщині чи, можливо, на сучасних суспільно-політичних реаліях. Такий розподіл не є випадковим — він свідчить про свідому стратегію формування іміджу держави.

Окрім семантики, критично важливим для перекладу є функціональний аспект. У медіатексті етнолексема ніколи не виконує лише номінативну функцію. Залежно від контексту, вона може виступати засобом ідентифікації «свій-чужий», інструментом емоційного впливу, носієм історичної пам'яті або ж елементом екзотизації тексту. Розуміння комунікативної ролі слова визначає вибір перекладацької стратегії. Якщо слово вживається для колориту, перекладач обере транслітерацію але якщо важливим є розуміння функції предмета — буде використано описовий переклад або пошук аналога.

Також варто враховувати специфіку вебсередовища. На відміну від друкованого тексту, вебконтент є мультимодальним. Це означає, що вербальна складова (саме слово) взаємодіє з невербальною (зображенням, відео,

гіперпосиланням). Цей фактор суттєво впливає на структурну організацію етнолексики: наявність візуального ряду часто знімає потребу в детальних текстових поясненнях, дозволяючи використовувати більш лаконічні форми перекладу.

У наступних підпунктах буде детально розглянуто частотний розподіл відібраних одиниць за тематичними класами, щоб виявити домінантні сфери культурного експорту, а також проаналізовано їхню функціональну класифікацію, що стане підґрунтям для подальшого вивчення власне перекладацьких трансформацій.

3.1.1. Частотний розподіл етнолексичних одиниць за тематичними класами

Аналіз емпіричного матеріалу, відібраного з веб-ресурсів «Ukrainer», «Gwara Media» та інших українських вебсайтів, дозволив здійснити тематичну стратифікацію української етнолексики в англomовному дискурсі. Розподіл частотності вживання цих одиниць є нерівномірним, що свідчить про пріоритетність певних сфер культури у процесі формування іміджу України за кордоном.

На основі семантичного аналізу було виокремлено п'ять ключових тематичних класів:

1. Гастрономічна лексика – Назви страв та напоїв. Ця група є однією з найбільш частотних та комунікативно активних. Кулінарний код нації є найбільш відкритим для міжкультурного експорту, оскільки їжа є універсальним зрозумілим концептом. До цієї категорії увійшли назви традиційних страв, обрядової їжі та напоїв.

- Приклади: «борщ» [100], «вареники» [100], «кутя» [100], «паляниця» [98], «голубці» [100], «сало» [100], «узвар» [100], «шпондер» [100], «банаш» [100], «паска» [100], «медівник» [100], «смалець» [100], «деруни» [100], «пампушки» [100], «куліш» [100], «коровай» [100], «медовуха» [100], «галушки» [100], «холодець» [100].

2. Побут та матеріальна культура (Одяг, житло, предмети вжитку). Ця група об'єднує назви реалій, що описують традиційний уклад життя українців, їхній побут та зовнішній вигляд. Висока частотність цієї групи у текстах «Ukrainer» пояснюється етнографічною спрямованістю ресурсу.

- Приклади: «вишиванка» [100], «плахта» [100], «рушник» [100], «світлиця» [100], «ніч» [100], «хата» [100], «хутір» [100], «мотанка» [100], «гличик» [100],

«скриня» [100], «оселедець» [100], «хустка» [100], «жупан» [100], «кожух» [100], «вінок» [98], «намисто» [100], «запаска» [100], «гердан» [100], «коліска» [100], «макітра» [100], «постоли» [100].

3. Суспільно-політична та історична лексика Ця категорія охоплює назви, пов'язані з історією державотворення, військовою справою, соціальною ієрархією та політичними процесами. Активізація цієї лексики зумовлена необхідністю пояснення історичного контексту боротьби за незалежність.

- Приклади: «Січ» [98], «козак» [100], «сотник» [99], «чумак» [100], «курінь» [98], «Майдан» [98], «гривня» [96], «карбованець» [96], «бандерівці» [100], «грумада» [100].

4. Духовна культура, звичаї, обряди та міфологія До цього класу належать назви свят, ритуальних дійств, міфологічних персонажів та сакральних предметів. Це найбільш складна для перекладу група через високу абстрактність понять та глибокий символізм.

- Приклади: «вертеп» [100], «Коляда» [100], «щедрівка» [100], «дідух» [100], «Маланка» [100], «мольфар» [100], «вечорниці» [100], «Івана Купала» [100], «Великдень» [100], «чугайстер» [100], «мавка» [100], «відьма» [100], «водяник» [100], «русалка» [100], «обжинки» [100], «поливаний понеділок» [100].

5. Мистецтво, музика та фольклор Група включає назви музичних інструментів, жанрів народної творчості та виконавців.

- Приклади: «писанка» [100], «трембіта» [100], «бандура» [100], «кобза» [100], «кобзар» [98], «Щедрик» [100], «сопілка» [100], «ліра» [100], «коломийка» [100], «гопак» [100], «петриківський розпис» [100], «цимбали» [100], «бубон» [100], «косівська кераміка» [100], «аркан» [100].

Кількісний аналіз показує, що найбільш наповненими є групи «Побут та матеріальна культура» та «Духовна культура», що корелює з просвітницькою метою досліджуваних веб-ресурсів — познайомити світ з автентичною, "глибинною" Україною, яка виходить за межі стереотипних уявлень.

3.1.2. Функціональна класифікація етнолексем за комунікативною роллю

Функціональна класифікація етнолексичних одиниць за комунікативною функцією – це метод, який групує культурно специфічні слова не за темою (їжа, одяг), а за тим, яку функцію вони виконують у комунікативному акті та який вплив справляють на одержувача повідомлення [23, с.98].

Іншими словами, аналізується не «що це таке», а «що це робить» в тексті і як це сприймає читач. Ця класифікація є динамічною, оскільки одна і та ж етнолексема може виконувати різні функції в різних контекстах.

Основні функціональні класи етнолексем (за комунікативною функцією):

1. Ідентифікаційна (атрибутивна) функція. Етнолексема служить прямим маркером, «візитною картою» конкретної культури. Її основна мета — створити або підкреслити культурний контекст. Приклади: *гетьман* [100], *бандура* [100], *кобза* [100], *вишиванка* [100], *тризуб* [100], *козак* [100], *Січ* [100]. Ці слова чітко ідентифікують текст як пов'язаний з українською культурою. Частими є їх використання в заголовках, анотаціях, туристичних брошурах, щоб відразу створити «ефект присутності».

2. Пояснювальна функція

Етнолексема є ядром для подальшого розвитку інформації про культуру. Вона не тільки називає явище, але й «запрошує» до його пояснення. Приклади: *рушник* (з подальшим поясненням ритуального значення) [100], *різдвяні пісні/колядки* (пояснення традиції) [100], *борщ* (може супроводжуватися описом рецепту)[100], *писанка* (техніка розпису) [100], *трембіта* (спосіб комунікації в горах) [100]. Ці одиниці вимагають від перекладача використання описового перекладу, виносок або коментарів. Вони активують енциклопедичні знання про культуру.

3. Емоційна та оціночна функція

Етнолексема використовується для викликання певних емоцій або формування оцінки (позитивної, негативної, іронічної). Приклади: *сало* (може викликати ностальгію, збудження або іронію) [100], *Майдан* (може мати позитивне значення боротьби за свободу або негативне значення заворушень, залежно від контексту)[100]. Найбільш «небезпечний» і неоднозначний клас. Переклад повинен

враховувати не тільки денотативне значення, але й конотації, які автор намагається передати.

4. Симптоматична роль (роль «культурного симптому»)

Етнолексема діє як симптом, ознака глибинних культурних установок, ментальних моделей та історичного досвіду народу. Приклади: *паляниця* (симптом значення хліба в культурі та маркер ідентифікації "свій-чужий")[98], *громада* (симптом колективістської традиції та самоврядування)[100], *доля* (як філософсько-культурний концепт фатуму та життєвого шляху)[100], *толока* (симптом традиції спільної безоплатної праці)[100], *кум/кума* (симптом розширених родинних зв'язків)[100]. Ці слова найважче перекласти, оскільки вони не обмежуються назвами об'єктів, а вказують на цілісний комплекс понять. Їх передача часто вимагає глибокого контекстуального аналізу та інтерпретації.

5. Кодуюча функція (функція «культурного коду»)

Етнолексема є елементом культурного коду, який однозначно сприймається та розшифровується носіями цієї культури, але може бути «незрозумілим знаком» для інших. Приклади: Фрази з етнолексемою: *де ти ходиш, як єврей на Великдень?* (де Великдень є культурним і релігійним кодом), *Спас прийшов до козака* (Спас як релігійне поняття і календар) [44, с.174].

Для перекладу таких одиниць часто доводиться вдаватися до радикальної модуляції або навіть опущення, зберігаючи лише загальний сенс, оскільки прямий переклад нічого не скаже іноземному читачеві.

Функціональна класифікація дозволяє нам зрозуміти, що етнолексеми — це не просто «словники реальностей», а активні інструменти комунікації, які:

- формують культурний ландшафт тексту;
- передають не тільки інформацію, а й емоції, оцінки та світогляди;
- вимагають від перекладача гнучкості та розуміння глибинних механізмів міжкультурної комунікації.

3.2. Способи перекладу етнолексики українського вебконтенту англійською

Процес локалізації українського вебконтенту для англомовної аудиторії вимагає від перекладача не лише високого рівня володіння іноземною мовою, але й глибокого розуміння механізмів міжкультурної адаптації. Етнолексика, як найбільш чутливий до культурного контексту шар лексики, потребує особливих стратегій відтворення, адже механічний переклад часто призводить до втрати національного колориту або викривлення змісту.

Це дослідження спирається на класифікацію перекладацьких трансформацій, розроблену українською дослідницею І. М. Литвин. Згідно з її підходом, перекладацькі трансформації доцільно аналізувати з точки зору чотирьох основних аспектів: фонетичного, граматичного, лексичного та прагматичного. Такий розподіл дозволяє структурувати аналіз перекладних рішень та виявити певні закономірності у відтворенні українських реалій на таких ресурсах, як *Ukrainer*, *Gwara Media* та інших вебсайтах, що активно використовують етнолексику. У цьому підрозділі буде послідовно розглянуто кожен із цих аспектів, ілюструючи теоретичні положення конкретними прикладами з англомовних версій зазначених вебсайтів.

3.2.1. Фонетичний аспект перекладу

Фонетичний аспект перекладу є базовим рівнем адаптації безеквівалентної лексики, оскільки він стосується безпосередньої передачі звукової та графічної форми слова мови оригіналу засобами мови перекладу. Збереження звукового образу слова є критично важливим для етнічності. Саме форма слова часто слугує маркером національної ідентичності та "екзотичності" для іноземного реципієнта.

Згідно з І. М. Литвин, до формальних перекладацьких трансформацій на фонетичному та графічному рівнях належать: транслітерація, транскрипція, їхня комбінація та фонографічна заміна за традицією. У контексті перекладу українського вебконтенту, орієнтованого на глобальну аудиторію, ці прийоми набувають особливої ваги та дозволяють ввести в англомовний дискурс унікальні українські поняття, не розчиняючи їх у наближених перекладах.

Аналіз фактичного матеріалу показав, що найпоширенішими способами відтворення української етнолексики на фонетичному рівні є транслітерація та практична транскрипція. Розглянемо детально специфіку застосування цих прийомів на прикладі 10 репрезентативних етнолексем:

1. «*Trembita/Трембіта*» [100]

У матеріалах медіапроєкту *Ukrainer*, присвячених культурі Карпат та гуцульським традиціям, назва музичного інструменту послідовно передається за допомогою транслітерації:

- Оригінал: «*Трембіта в нього металева й така коротенька, що її можна покласти в машину та їхати куди заманеться.*»

- Переклад: «*His trembita is made of metal, it's a shorter version that fits into a car boot, so you can take it anywhere.*»[100].

У даному випадку вибір транслітерації є стратегічно виправданим. Спроба перекласти цей термін через гіперонім *horn* (ріг) або через наближений аналог *alphorn* (альпійський ріг) призвела б до нівелювання унікальності українського інструмента. Хоча *alphorn* є технічно схожим інструментом, він викликає стійкі асоціації зі швейцарською культурою. Використання фонетичної оболонки *trembita* дозволяє зафіксувати цей термін у ментальному лексиконі іноземного читача як унікальний український артефакт, що не має точних відповідників.

2. «*Bandura/Бандура*» [100]

На опрацьованих вебсайтах український струнний інструмент передається як *bandura*.

- Приклад: «*For example, in the construction of my bandura, there is a lot from the lute.*»[100].

Англійська графічна система дозволяє майже точно відтворити українське звучання цього слова, тому межа між транскрипцією і транслітерацією тут стирається. Варто зазначити, що описовий переклад (*Ukrainian plucked string folk instrument*) у вебконтенті використовується лише як додаткове пояснення (апозиція) при першій згадці терміна, але не як основний номінатив. Закріплення фонетичної форми *bandura* в англійській мові свідчить про високий ступінь асиміляції терміна в

культурологічному дискурсі та відмову від використання застарілих адаптацій на кшталт *Ukrainian lute*.

3. «*Borshch/Борщ*» [100]

Цікавий випадок еволюції фонетичної передачі спостерігається при перекладі назви головної української страви. Тривалий час у західному світі домінувала форма *Borscht*, яка потрапила в англійську мову через їдиш або німецьку. Проте в сучасних матеріалах *Ukrainian* зафіксовано свідоме використання форми *Borshch*.

- Приклад: «***Borshch** is a part of Ukraine's intangible cultural heritage.*» [100].

Це явище можна охарактеризувати як «фонетичну ре-транслітерацію». Перекладачі відмовляються від традиційної форми на користь точнішої передачі українського звучання: українська літера «щ» передається чотирма літерами *shch*, а не німецьким сполученням *scht*. Такий вибір є політично та культурно вмотивованим, оскільки повертає страві її питомо українське звучання.

4. «*Норак/Гонак*» [100]

Назва українського народного танцю передається транскрипцією *Norak* з додатковим поясненням.

- Приклад: «*the **hopak** (a traditional folk dance).*» [100].

Важливим фонетичним нюансом тут є передача початкового українського фриктивного звуку [г] через англійську фонему [h], а не через вибуховий [g] (*Gopak*), як це часто траплялося в перекладах радянської доби під впливом російської мови. Як зазначає І. М. Литвин, практична транскрипція передбачає заміну фонем вихідної мови найбільш близькими за артикуляцією фонемами мови перекладу. У даному випадку [h] є артикуляційно ближчим до українського [г], ніж [g]. Також важливим елементом перекладу слугує пояснення того, що це традиційний народний танець.

5. «*Нрувня/Гривня*» [96]

Назва національної валюти України на аналізованих ресурсах передається як *hryvnia*.

- Приклад: «*The **hryvnia** is Ukraine's official national currency. The name is derived from the word "hryvnia," which in Kyiv Rus times meant a decoration worn at the nape of the neck.*» [96].

Тут застосовується офіційна система транслітерації. У минулому можна було зустріти варіанти *hryvna* або *grivna*, що відображало або вплив російської мови, або спрощення вокалізму. Сучасний вебконтент дотримується точної транслітерації йотованого [йа] в кінці слова через сполучення *ia*. Це підтверджує тезу про те, що транслітерація часто регулюється не лише мовними нормами, а й державними стандартами та традицією.

6. «Vyshyvanka/Вишиванка» [98]

Етнолексема, що позначає традиційну вишиту сорочку, пройшла шлях від описового перекладу (*embroidered shirt*) до прямого запозичення через транслітерацію. У статтях проаналізованих вебсайтів цей термін вживається без перекладу:

- Приклад: «*The streets of Kharkiv were adorned with a vibrant array of colours as locals donned their **vyshyvankas** with pride.*» [98].

Використання транслітерованої форми **vyshyvanka** дозволяє виокремити цей предмет одягу з категорії звичайних сорочок з вишивкою, які існують у багатьох культурах. Фонетична форма слова стає брендом. Транскрипція та транслітерація дозволяють зберегти звукову форму іншомовного слова, коли важливо підкреслити його культурну специфіку. Однак, у статті також наведено пояснення того чим є вишиванка для тих, хто не знайомий з цим словом.

7. «Kutia/Кутя» [100]

У матеріалах *Ukrainer*, присвячених зимовим святкам, назва ритуальної страви передається як *Kutia*.

- Приклад: «*The main dish served on Christmas Eve is **Kutia**. It is porridge made from boiled wheat, poppy seeds, nuts, and honey.*» [100].

Спроби перекладу цього слова як *wheat pudding* або *sweet grain porridge* є неадекватними в контексті вебсайтів про культуру, оскільки такі відповідники передають лише інгредієнтний склад, але повністю втрачають сакральне значення. Фонетична оболонка *Kutia* є невіддільною від ритуалу. Транслітерація в даному випадку компенсує відсутність поняття в західній культурі та змушує читача сприймати слово як термін, що потребує засвоєння.

8. «*Vertep (Nativity scene)/Вертеп*» [100]

Етнонім, що позначає специфічний український різновид різдвяного театру, передається транслітерацією *Vertep*.

- Приклад: «*Ukrainian Christmas tradition: **Vertep** (Nativity Scenes).*» [100].

Не дивлячись на власну назву *Vertep*, перекладачі вебсайту *Ukrainer* використовують поняття з англійської мови - *Nativity scene*. Хоч у англійській мові це поняття асоціюється передусім зі статичною шопкою (фігурками у яслах), а не з динамічним вуличним театром, воно дозволяє краще зрозуміти суть дійства. Але, збереження української фонетичної форми *Vertep* дозволяє підкреслити унікальність української театральної традиції, тому теж є допустимим варіантом при перекладі.

9. «*Kobzar/Кобзар*» [100]

Слово, що позначає як народного співця, так і назву головної збірки Т. Г. Шевченка, передається транслітерацією *Kobzar*.

- Приклад: «*The **Kobzar** tradition has its own family tree, the roots of which is traditional kobzardom.*» [100].

Використання функціональних аналогів на кшталт *bard* (бард) або *minstrel* (менестрель) призвело б до небажаних конотацій із західноєвропейською середньовічною культурою. *Bard* асоціюється з кельтською культурою або Шекспіром, *minstrel* — із середньовічною Францією чи Англією. Український *Kobzar* — це унікальне явище, пов'язане з кобзою/бандурою та визвольною боротьбою українського народу. Тому фонетична фіксація терміна є єдиним способом збереження його семантичного обсягу.

10. «*Chumak/Чумак*» [102]

В англомовних джерелах, зокрема в *Internet Encyclopedia of Ukraine* [102], термін, що позначає історичну категорію торговців та перевізників, передається транслітерацією — *Chumak*.

- Приклад: «***Chumaks**. Wagoners and traders who were common in Ukraine from the 17th to the mid-19th century.*» [102].

Фонетична адаптація у даному випадку є необхідною для збереження зв'язку з похідними культурними концептами, наприклад, *Chumatskyi Shliakh* (Чумацький

Шлях). Варіант перекладу *salt trader* (торговець сіллю) є семантично звуженим і стилістично нейтральним, тоді як у слові «*Chumak*» розкривається значно ширший історичний контекст.

11. «*Holodomor/Голодомор*» [100]

У суспільно-політичних текстах транслітерація часто виконує функцію термінологічної фіксації історичних подій, відокремлюючи їх від загальних понять.

- Приклад: «*The **Holodomor** genocide is a lesson that Ukraine and the rest of the world are yet to fully fathom and integrate into the local consciousness.*» [100]. Перекладачі свідомо уникають описових варіантів на кшталт *Great Famine* (Великий голод) або *Terror-Famine*, які використовувалися раніше. Збереження української фонетичної форми *Holodomor* в англійській мові є стратегічно важливим, бо воно виокремлює цю подію з ряду інших випадків голоду. Також, цей варіант перекладу закріплює її в міжнародному правовому та історичному дискурсі як унікальний злочин геноциду, подібно до того, як закріпився термін *Голокост*.

12. «*Surzhyk/Суржик*» [100]

Для позначення специфічних мовних явищ перекладачі також вдаються до транскодування, оскільки прями словникові відповідники часто спотворюють соціокультурну суть поняття.

- Приклад: «*These peasants did not speak Russian well because it was different, so Ukrainian and Russian were mixed. This is how the mixed language — **surzhyk** — was born.*» Варіанти *creole*, *pidgin* або *mixed language* є лінгвістично неточними або занадто академічними для опису українського контексту. Використання транслітерованої форми *surzhyk* дозволяє передати не лише мовний факт змішування кодів, а й унікальний соціокультурний феномен пострадянської дійсності, що не має точного аналога в англійській культурі.

13. «*Uzvar/Узвар*» [100]

- У гастрономічному дискурсі транслітерація слугує засобом диференціації національних страв від загальновідомих міжнародних аналогів.

- Приклад: «*A traditional beverage served during Christmas in Ukraine is **uzvar**, a drink made from dried fruits.*» [100]. Хоча англійське слово *compote* або

dried fruit beverage могло б передати склад напою, воно не передає його ритуального значення. Фонетична фіксація назви **Uzvar** маркує цей напій як невід'ємну частину українського різдвяного столу, що відрізняється технологією приготування (настоювання, а не варіння) від звичайного компоту, і вводить слово в англійський лексикон як власну назву.

14. «*Kumanets/Куманець*» [100]

Назви предметів народного побуту та мистецтва, що є лакунами в мові реципієнта, передаються транслітерацією для збереження етнографічної точності.

- Приклад: «...*a jug, a kumanets (a ceramic vessel for water and wine that is common in Ukraine)*...» [100] Специфічна форма куманця (торомподібна керамічна посудина з отвором посередині) унеможливує використання загальних назв типу *jug* (глечик) або *flask* (фляга) без втрати специфіки. Транслітерація дозволяє зберегти автентичну назву артефакту, а описовий переклад у дужках розкриває його функціональне призначення для іноземного читача.

15. «*Tsymbaly/Цимбали*» [100]

Музична лексика, пов'язана з народними інструментами, також тяжіє до збереження національної звукової форми, навіть за наявності близьких аналогів.

- Приклад: «...*he learned to play the tsymbaly (a Ukrainian musical instrument similar to hammered dulcimer)*...» [100]. Незважаючи на існування в англійській мові терміна *hammered dulcimer*, який позначає схожий інструмент, перекладач обирає форму *tsymbaly*. Однак, також використовується і опис-порівняння, для того щоб англомовний читач міг краще зрозуміти суть цієї речі. Це підкреслює належність інструмента саме до української (зокрема карпатської) музичної традиції ансамблів троїстих музик використовуючи певні асоціації із західним фольклором чи класичною музикою.

3.2.2. Граматичний аспект перекладу

Граматичний аспект перекладу української етнолексики англійською мовою є одним із найбільш складних етапів локалізації вебконтенту, що зумовлено фундаментальними розбіжностями між граматичними системами двох мов.

Українська мова, як мова синтетичного типу, виражає граматичні значення переважно за допомогою флексій (закінчень), що забезпечує вільний порядок слів і розвинену систему узгодження. Англійська мова, будучи аналітичною, спирається на фіксований порядок слів, службові частини мови та обмежену морфологічну змінюваність. Ці системні розбіжності вимагають від перекладача застосування широкого спектра граматичних трансформацій для адекватної інтеграції українських реалій в англомовний текст.

Спираючись на класифікацію І. М. Литвин, граматичні трансформації розглядаються на двох основних рівнях: морфологічному та синтаксичному. До морфологічних трансформацій належать заміни граматичних категорій (роду, числа, відмінка) та частиномовні заміни. Синтаксичні трансформації охоплюють членування та об'єднання речень, заміни синтаксичних зв'язків, а також додавання, опущення та перестановки елементів у реченні.

Аналіз англомовного контенту обраних джерел дозволив виявити, що при перекладі етнолексyki найчастіше застосовуються такі види граматичних трансформацій, як категорійна заміна числа, частиномовна заміна, синтаксичне додавання (експлікація) та структурна перебудова словосполучень. Для кращого розуміння ситуації було розглянуто специфіку їх застосування на конкретних прикладах.

1. «*Varenyky*/Вареники» [100]

Етнонім «вареники» в українській мові має форму однини (вареник), але у гастрономічному контексті функціонує переважно як множина. При перекладі англійською мовою виникає проблема граматичного узгодження, оскільки назви страв в англійській мові часто є незлічуваними або збірними поняттями.

На прикладі статті з вебсайту «Ukrainer» спостерігається варіативність граматичної адаптації:

- Переклад: «*And, of course, varenyky — a half-moon-shaped dough meal with filling.*» [100]. (узгодження в однині).

- Варіант 2: «*Varenyky are usually served with sour cream...*» [100]. (узгодження в множині).

У першому випадку застосовано трансформацію, що називається категорійна заміна. Формально множинний іменник *varenyky* (що зберігає українське закінчення множини -и) у реченні постає в однині, оскільки сприймається як цілісне поняття (назва страви), подібно до *pasta* чи *spaghetti*. Такий варіант перекладу дозволяє уникнути морфологічної надмірності (додавання англійського закінчення множини -s, наприклад, *varenyk-s*), зберігаючи автентичну фонетичну форму слова, але адаптуючи його граматичну поведінку до норм англійського синтаксису.

2. «*Karbovanets*/Карбованець» [96]

Історична назва української валюти «карбованець» при перекладі англійською мовою зазнає фонетичного транскодування. Якщо в українській мові це іменник другої відміни з розгалуженою системою відмінкових закінчень, то в англійській мові він має вписатися в аналітичну систему та категорію числа.

- Приклад: «*After coming to power in April 1918, Hetman Pavlo Skoropadsky reinstated the karbovanets, which consisted of 200 shahs, as the main unit of money of the Ukrainian State.*» [96].

У цьому реченні застосовано стратегію морфологічної адаптації. Українська лексема не просто переноситься графічно, а пристосовується до граматичних норм мови-реципієнта. Це особливо помітно на прикладі супровідного терміна *shahs/shagi*, де до транслітерованої української основи *shah-* додається питомо англійський флективний показник множини -s.

Сам термін *karbovanets* у наведеному контексті функціонує як злічуваний іменник, що вживається з означеним артиклем (*the karbovanets*), демонструючи повну синтаксичну інтеграцію. Граматична трансформація тут полягає в асиміляції запозичення: слово набуває здатності змінюватися за правилами англійської граматики (утворювати множину *karbovanetses* або, в інших контекстах, зберігати форму *karbovantsi* як маркера екзотизації), що дозволяє йому органічно функціонувати в англійській структурі речень.

3. «Koliada/Коляда» [100]

Етнонім «Коляда» є багатозначним іменником, що позначає свято або цикл обрядових пісень. При перекладі текстів про зимові традиції часто виникає потреба передати атрибутивні конструкції типу «колядницький гурт» або «дух Коляди».

- Приклад: «*Back then, Koliada was a celebration of the birth of the sun. Later, the archaic and the Christian culture intertwined, and Koliada turned from pagan to Christian, which means the birth of the sun and the birth of baby Jesus merged.*» [100],

У цьому прикладі український етнонім піддається граматичній асиміляції та синтаксичному розгортанню. Слово «Коляда» вводиться в англійське речення як повноправний іменник-підмет, що вживається без артикля, подібно до власних назв свят в англійській мові.

4. «The Sich/Cіч» [100]

При перекладі власних назв унікальних історичних об'єктів, таких як «Запорозька Січ», виникає потреба у застосуванні категорії означеності, яка в українській мові виражається контекстуально, а в англійській — за допомогою артиклів.

- Оригінал: «*Побутує думка, що на Хортиці колись була Січ, однак історики цю тезу не підтверджують.*» [100].

- Переклад: «*There is a common misbelief that the Sich was on Khortytsia, but historians do not confirm this.*» [100].

Додавання означеного артикля *The* перед транслітерованою назвою *Sich* є обов'язковою граматичною трансформацією додавання. Це сигналізує англomовному читачеві про унікальність об'єкта та його статус власної назви, що позначає конкретну історичну інституцію, а не просто загальне поняття (як *a sich* — засіка/укріплення). Відсутність артикля у таких випадках була б граматичною помилкою, що порушує норми МП.

5. «Motanka/Мотанка» [100]

Етнолексема «мотанка» позначає специфічний вид вузлової ляльки-оберега. Сама транслітерація «*motanka*» не несе семантичного навантаження для іноземного

реципієнта. Тому при перекладі застосовується синтаксична трансформація розгортання.

- Приклад: «...*traditional Ukrainian dolls called “motanka” (a doll made of cloth).*» [100].

З погляду синтаксису, перекладач вводить у речення відокремлену прикладку, якої не було в оригіналі. Це трансформація додавання, яка інтегрує дефініцію безпосередньо в структуру речення. Такий прийом дозволяє уникнути перевантаження тексту виносками і забезпечує безперервність читання, одразу розкриваючи значення етноніма.

6. «*Petrykivka painting (Petrykivka)/Петриківський розпис*» [100]

Назва унікального стилю українського декоративного малярства має структуру «прикметник + іменник». У перекладах матеріалів Україner ця конструкція трансформується.

- Оригінал : «*Село Петриківка відоме завдяки однойменному виду народного малярства — петриківському розпису або петриківці.*» [100].

- Переклад : «*The village of Petrykivka is known for the eponymous traditional painting style — **Petrykivka painting** (or simply “Petrykivka”).*» [100].

Тут відбувається заміна словосполучення, де український відносний прикметник *петриківський* (утворений від топоніма) замінюється на англійський власний іменник *Petrykivka* у функції препозитивного означення. Це є заміною морфологічного способу вираження зв'язку на синтаксичний. Перекладач відмовляється від суфіксального творення прикметника, використовуючи топонім як незмінний атрибут, що є стандартом для англомовних назв народних промислів.

7. «*Stove/Піч*» [100]

Переклад речень, що описують побутові процеси, пов'язані з українською піччю, часто вимагає повної перебудови синтаксичної структури через відмінності у керуванні дієслів.

- Приклад: «*Where the Russians have “les” and “pech”, Ukrainians have “lis” (“forest”) and “pich” (“stove”).*» [100]

Дослівний переклад *stove* загалом є допустимим варіантом. Українська піч не сильно відрізняється від печей інших народів. Однак, якщо метою є показати відмінність у мовних структурах від інших мов (особливо від російської), то варіант *rich* є однозначно правильним. У даному випадку перед перекладачами стояла саме така мета, тому вони використали слово *rich* але дописали і перекладене слово *stove*.

8. «Maidan/Майдан» [100]

Слово «Майдан» після подій Революції Гідності міцно увійшло в міжнародний лексикон. В англомовних текстах воно демонструє високу граматичну гнучкість, піддаючись процесу конверсії (переходу в іншу частину мови без зміни форми).

- Приклад: «*They decided to end the negotiation process with the current government and continue the peaceful protest on the **Maidan**.*» [100].

- Приклад: «*controlled and guarded by **Maidan** participants*». [100].

У другому прикладі іменник *Maidan* функціонує як прикметник. Такі явища можна розглядати як трансформації на словотвірному рівні. Також, допустиме використання етноніма як основи для творення нових складних слів (*post-Maidan*) свідчить про його глибоку інтеграцію в лексико-граматичну систему мови перекладу та набуття ним статусу загальновідомого політологічного терміна.

9. «Cossack//Козацький» [100]

Українські присвійні та відносні прикметники, утворені від етнонімів (козацький), становлять трудність для перекладу через відсутність прямого морфологічного відповідника (суфікса -ськ-) в англійській мові.

- Приклад: «*Men dressed as **Cossacks** show how **Cossack** weapons and equipment were used in practice.*»

Перекладачі варіюють між двома стратегіями: використанням іменника в загальному відмінку та іменника у присвійному відмінку. Це є прикладом заміни морфологічних засобів (суфіксів) синтаксичними засобами. Вибір конкретної форми залежить від семантики: для позначення інституцій та сталих понять (*rada, state*) частіше використовується attributive, для позначення приналежності (*weapons, horses*) — possessive.

10. «*Shchedrivka*/Щедрівка» [100]

Тексти про українські обрядові пісні часто містять розлогі, синтаксично ускладнені речення з багатьма підрядними частинами, що є характерним для українського наукового та публіцистичного стилю. Для адаптації такого контенту під формат вебстатті англійською мовою застосовується трансформація членування речень.

- Оригінал: «*Щедрівка, яку традиційно виконують напередодні Нового року за старим стилем, бажає господарям достатку і врожаю, що сягає корінням у дохристиянські вірування.*» [100].

- Переклад: «***Shchedrivka** is traditionally performed on the eve of the Old New Year. It wishes prosperity and good harvest to the hosts. This tradition has pre-Christian roots.*» [100].

Розбиття одного складного речення на три простих робить текст більш динамічним, зрозумілим та легшим для сприйняття англomовним читачем, який звик до більш лаконічних синтаксичних конструкцій. Це прагматично вмотивована граматична трансформація, спрямована на підвищення комунікативної ефективності тексту.

Підсумовуючи, аналіз граматичного аспекту перекладу етнолексики засвідчує, що перекладачі активно використовують морфологічні та синтаксичні трансформації для подолання системних розбіжностей між мовами. Найпоширенішими прийомами є зміна граматичних категорій, перехід слів з однієї частини мови в іншу, а також структурна перебудова речень. Ці зміни дозволяють органічно інтегрувати українські етноніми в тканину англійського тексту, зберігаючи при цьому логічність викладу та граматичну правильність мови перекладу.

3.2.3. Лексичний аспект перекладу

Лексичний аспект перекладу етнолексики є ключовим етапом відтворення змісту, оскільки саме на цьому рівні відбувається пошук семантичних відповідників між поняттєвими системами двох мов. Якщо фонетичний аспект відповідає за форму, а граматичний — за структуру, то лексичний аспект фокусується на значенні слова.

Головна складність полягає у безеквівалентності етнолексем. Тобто вони не мають прямих словарних відповідників у мові перекладу, які б повністю покривали їхній семантичний обсяг.

І. М. Литвин поділяє лексичні трансформації на формальні та формально-змістові. До формальних належить калькування, а до формально-змістових — генералізація (гіперонімічна заміна), конкретизація (гіпонімічна заміна), модуляція (смысловий розвиток), еквонімічна заміна (уподібнення) та описовий (дескриптивний) переклад.

Аналіз матеріалів засвідчив, що перекладачі активно використовують увесь спектр лексичних трансформацій для заповнення лакун та адаптації українських реалій. Розглянемо специфіку їх застосування на конкретних прикладах.

1. «*Hamlet/Хутір*» [100]

Етнонім «хутір» позначає специфічний тип сільського поселення (окреме господарство). У перекладах статей «Ukrainian» було зафіксовано використання варіантів *farmstead* або *hamlet*.

- Приклад: «*According to Tetiana's recollections, no one died of starvation in their hamlet.*» [100].

Використання слова *hamlet* (маленьке поселення без власної церкви) є прикладом пошуку функціонального аналога. Хоча це поняття походить з англійської культури і не передає всієї історичної специфіки українського хутора (зокрема, козацького типу господарювання), воно є семантично найближчим еквівалентом, що дозволяє уникнути громіздких описів. В окремих випадках, коли важливо підкреслити аграрний аспект, вживається *farmstead* (фермерське господарство).

2. «*Living quarters/Світлиця*» [97]

Слово «світлиця» (чиста, парадна кімната в українській хаті) є архітектурним етнонімом. У текстах присвячених традиційному побуту, часто застосовується прийом генералізації — заміни видового поняття родовим.

- Приклад: «*...entered from the outside and leading into the living quarters (svitlytsia) on one side...*» [97].

Living quarters дуже загально описує суть кімнати. Подібно до того, як слово *room* є гіперонімом, що має ширше значення, ніж «світлиця». Така трансформація виправдана в контекстах, де архітектурні нюанси не є комунікативним фокусом повідомлення.

3. «*Molfar(folk magician)/Мольфар*» [100]

Карпатські знахарі та віщуни, відомі як «мольфари», є унікальним явищем гуцульської культури. В англійських текстах для позначення цього поняття іноді використовуються слова *folk magician*, *shaman*, *wizard*.

- Приклад: «...*Yurii travelled around the Carpathians a lot in search of a folk magician, aka molfar. That's how he got his nickname Molfar.*» [100].

Це приклад уподібнення або еквонімічної заміни, коли реалія вихідної культури замінюється близькою реалією іншої культури. Хоча такі слова як *shaman* етимологічно пов'язані із сибірськими та індіанськими традиціями, в масовій свідомості англійського читача вони стали узагальненими позначеннями для носіїв магічних практик, пов'язаних із природою. Такий переклад забезпечує миттєве впізнавання образу, хоча й дещо зміщує етнографічні акценти.

4. «*Pysanka/Писанка*» [100]

Слово «писанка» позначає яйце, декороване за специфічною технологією (восковий розпис). Прямий переклад *Easter egg* є недостатнім, оскільки в західній культурі це поняття часто асоціюється із шоколадними яйцями. Тому у якісному вебконтенті застосовується описовий переклад.

- Приклад: «*Pysanka, a Ukrainian Easter egg decorated with traditional folk designs using a wax-resist method...*» [100].

Описовий переклад дозволяє експлікувати (розкрити) внутрішню форму слова та технологію виготовлення, яка є невіддільною частиною значення лексеми. Це найбільш повний спосіб передачі денотативного змісту реалії за відсутності точного еквівалента.

5. «*Scalp lock/Оселедець*» [100]

Назва козацької зачіски «оселедець» базується на зоровій метафорі (схожість форми чуба з рибою). Дослівний переклад *herring* (риба) був би грубою помилкою,

що спотворює зміст. Перекладачі Історичної правди вдаються до зміни метафоричної основи або опису.

- Приклад: «*Andrii has a well-recognized appearance: he has a scalp lock on his head and a dense moustache, so you unwittingly associate him with a Cossack.*» [100].

У цьому випадку відбувається лексична трансформація, яку можна визначити як демотивацію (втрату внутрішньої форми слова) та перехід до описової номінації. Замість метафоричного образу риби перекладач фокусується на денотативному значенні об'єкта (частина волосся на голові).

6. «*Wrap-around skirt/Плахта*» [100]

Елемент жіночого поясного одягу «плахта» часто перекладається комбінованим методом.

- Приклад: «*...a skirt ('paniova-plakhta') with an 'apron' element, and a wimple.*» [100].

Слово *skirt* (спідниця) є генералізацією (гіперонімом), оскільки плахта є лише одним із різновидів спідниць. Гарною ідеєю стало б додавання означення *wrap-around* (з запахом/обгортальна), що є конкретизацією та вказує на конструктивну особливість одягу (незшитий шматок тканини). Така комбінація лексичних трансформацій дозволяє створити в уяві читача доволі точний візуальний образ, не вдаючись до складних етнографічних термінів.

7. «*Captain/Сотник*» [101]

Історичне військове звання «сотник» є культурно маркованим терміном, прямий переклад якого (як *Captain*) може призвести до втрати історичного контексту, однак є прийнятним варіантом. У матеріалах сайту «Історична правда», де важлива наукова точність, перекладачі часто вдаються до розгорнутого коментування.

- Приклад: «*Sotnyk [author's edit: captain, commander of a hundred men] of the 7th hundred of the second block of the Bohdanivskiy regiment Ivan Ostrovershenko...*» [101].

У цьому випадку застосовано комбіновану стратегію. Основний термін (*Sotnyk*) збережено за допомогою транслітерації для передачі національного колориту. Водночас, у квадратних дужках надається редакційне пояснення, яке поєднує

культурну адаптацію (та описовий переклад, що розкриває етимологію та точне значення слова. Цей підхід забезпечує максимальну адекватність у передачі історичних реалій.

8. «*Toloka (communal work gathering)/Толока*» [100]

Для поняття «толока» (форма колективної взаємодопомоги) в англійській мові немає однослівного відповідника. Перекладачі часто використовують описовий переклад, що межує з калькуванням смислу.

- Приклад: «*Toloka (communal work gathering)*». [100].

Це приклад розгорнутої лексичної трансформації, де одне слово перекладається словосполученням, що розкриває його семантичні компоненти: *communal* (спільний), *work* (праця), *gathering* (зібрання). Така експлікація є необхідною для передачі соціальної суті явища.

- Приклад: «*There's a word called 'toloka', which is used when building a village house. That's how we organised a toloka day in the village of Kruty and restored the bridge on our own.*» [100].

В даному прикладі, взято пряму цитату, у якій явище описується як «*when building a village house*». Такий опис не зовсім передає суть етнолексеми, але може бути використане залежно від ситуації.

9. «*Vechornitsya (a party)/Вечорниці*» [100]

Етнолексема «вечорниці» позначає традиційні молодіжні зібрання, що поєднували роботу та дозвілля. Це явище є специфічним для української культури минулого, тож перекладач вдається до лексичної генералізації.

- Приклад: «*Paraska and Vasyl no longer have the typical Hutsul vechornytsya (a party) and know about them only from stories of their grandmothers.*» [100].

У цьому прикладі транслітерований термін супроводжується поясненням у дужках, де використано прийом генералізації. Складне етнографічне поняття пояснюється через універсальний концепт *party* (вечірка). Українське слово «вечорниці» акцентує увагу на часі доби, тоді як англійський відповідник *a party* описує функціональну мету зібрання — розвагу та соціалізацію. Хоча таке спрощення

частково нівелює трудовий аспект традиції, воно робить ситуацію зрозумілою для сучасного іноземного читача.

10. «*Kurin(barracks or administrative unit)/Курінь*» [99]

Слово «курінь» є полісемічним в українській мові: воно може означати примітивне житло, частину козацького війська або організаційну одиницю в Пласті/УПА.

- Приклад: «**Kurin** [Kurin’]. A type of barracks at the Zaporozhian Sich as well as a military and administrative unit consisting of several companies.» [99]

Це приклад контекстуальної диференціації значень. Перекладач обирає лексичний відповідник не на основі словникового значення слова «курінь» загалом, а виходячи з конкретного денотата в тексті. Це свідчить про те, що лексичний переклад етнізмів не може бути автоматичним і завжди вимагає аналізу контексту.

3.2.4. Прагматичний аспект перекладу

Прагматичний аспект перекладу є вищим рівнем перекладацької діяльності, який виходить за межі суто мовних відповідностей і стосується відтворення комунікативного ефекту тексту та його адаптації до фонових знань, культури та світосприйняття іншомовного реципієнта. Згідно з І. М. Литвин, прагматичні трансформації спрямовані на те, щоб викликати у читача перекладу реакцію, адекватну реакції носія мови оригіналу, незважаючи на відмінності в їхньому культурному досвіді.

У контексті локалізації українського вебконтенту (сайти *Ukrainer*, *Gwara Media*, та ін.) прагматичний аспект набуває особливого значення. Етнолексика часто несе в собі приховані конотації, історичні алюзії та ціннісні орієнтири, які є очевидними для українця, але абсолютно незрозумілими або навіть оманливими для іноземця. Для подолання цього бар'єру перекладачі застосовують такі види прагматичних трансформацій: прагматична експлікація (додавання пояснень), культурна адаптація (пошук функціональних аналогів), аксіологічні трансформації (зміна оцінності) та мегатекстові трансформації (коментарі, глосарії).

Аналіз фактичного матеріалу дозволив виділити 8 показових прикладів застосування прагматичних стратегій при перекладі української етнолексики.

1. «*Didukh/Дідух*» [100]

Етнонім «дідух» є прикладом лакуни, яка потребує обов'язкового прагматичного розгортання. Для носія української культури це слово асоціюється з предками, Різдом та урожаєм. Для англomовного читача проста транслітерація *Didukh* є порожнім звуком, а буквальный переклад *Grandfather* — семантичною помилкою.

У текстах «Ukrainer» застосовується прагматична експлікація:

- Приклад: «*Didukh, a sheaf of wheat symbolising the spirits of ancestors, is brought into the house...*» [100].

Така трансформація заповнює культурну прогалину, пояснюючи не лише що це (сніп пшениці), але й навіщо це (символ духів предків). Це відповідає визначенню І. М. Литвин щодо необхідності адаптації змісту оригіналу для правильного сприйняття читачем перекладу.

2. «*Rushnyk (embroidered towel)/Рушник*» [100]

Слово «рушник» в українській культурі має високий аксіологічний (ціннісний) статус: це оберіг, символ долі, весільний атрибут. Прямий словниковий відповідник в англійській мові — *towel* (рушник для витирання). Використання слова *towel* у контексті весілля (*standing on a towel*) викликало б у англomовного читача незрозуміння, знижуючи реєстр тексту.

- Приклад: «*Nataliia embroidered her wedding towel — a rushnyk — herself.*» [100].

Тому у вебконтенті *Ukrainer* застосовується аксіологічна трансформація: замість нейтрального *towel* використовується словосполучення з вищим стилістичним статусом — «*embroidered wedding towel*» або «*rushnyk*». Це дозволяє зберегти особливість поняття і уникнути звичайних побутових асоціацій.

3. «*Cyborgs/Кіборги*» [98]

Сучасна українська історія наповнила новим прагматичним змістом слово «кіборги». Якщо в загальносвітовому контексті «*cyborg*» — це науково-фантастичний

термін (кібернетичний організм), то в українському медіадискурсі це слово стало символом незламності захисників Донецького аеропорту.

У матеріалі «*Ukraine Commemorates Remembrance Day of Donetsk Airport Cyborgs*» на сайті «Gwara Media» цей термін використовується як усталена історична назва.

- Приклад: «*The Ukrainian defenders were called “cyborgs” for their resilience and steadfastness. They symbolized courage and commitment to the ideals of a free and independent Ukraine.*» [98].

Використання прямого відповідника «*cyborgs*» є прикладом прагматичної реапропріації. У перекладі зберігається метафора, що змушує іноземного читача розширити семантику відомого йому слова новим, специфічно українським героїчним контекстом, у якому мова йде не про «машини», а про людей, що виявилися міцнішими за сталь.

4. «*Old New Year/Старий Новий Рік*» [100]

Для носія західної культури поняття «*Old New Year*» звучить як оксюморон (поєднання непеєднуваного) і потребує логічного пояснення. Без прагматичного коментаря цей етнонім може бути сприйнятий як помилка або нісенітниця. Тому, наприклад, у перекладі статті «*Ukrainian*» застосовується мегатекстова трансформація (коментар у тексті).

- Приклад: «*On the 13th and 14th of January, thousands of people in creative costumes come to the streets of their village with performances, songs, and dances, celebrating the **Old New Year** (New Year’s Eve according to the Julian calendar, still in use by the Orthodox Church after the calendar change in 1918).*» [100].

Посилання на календарну реформу є необхідним елементом прагматичної адаптації, що дозволяє реципієнту зрозуміти логіку української традиції.

5. «*Shchedryk (Carol of the Bells)/Щедрик*» [100]

«Щедрик» М. Леонтовича є унікальним прикладом, коли український твір став частиною світової масової культури під іншою назвою (*Carol of the Bells*). Прагматичне завдання перекладача статей про цей твір — відновити справедливість і пов'язати відому мелодію з українським походженням.

Для цього використовується прийом культурної прив'язки.

- Приклад: «*Shchedryk, known to the world as Carol of the Bells...*». [100]

Згадка англійської назви миттєво активує у свідомості читача знайомий аудіальний образ, що робить текст особистісно значущим для нього. Це ефективна прагматична стратегія популяризації української культури.

6. «*Malanka/Маланка*» [100]

Свято Маланки з його перевдяганнями та процесіями є складним етнографічним явищем. Для пояснення його суті іноземцям перекладачі Українер часто використовують аналогію з карнавалом.

- Приклад: «*Local people call their original Malanka “pereberiya” (pereberiya comes from the Ukrainian word “pereberatys” meaning to change dress, to dress like somebody else), and these carnivals take place in the town of Vashkivtsi and in the villages Krasnoilsk, Horbove, Velykyi Kuchuriv, Boyan, Prypruttia, and Babyn.*» [100].

Слово *carnival* у західній культурі має чіткі асоціації, які допомагають наблизити українську реалію до досвіду реципієнта. Це приклад прагматичної адаптації, де складне етнографічне явище пояснюється через зрозумілий міжнародний концепт.

7. «*Chornobyl/Чорнобиль*» [100]

Написання назви міста як *Chornobyl*, замість звичного для англійської мови *Chernobyl*, що походить від російської назви, є прикладом прагматичної трансформації, мотивованої позамовними чинниками.

- Приклад: «*The residents of the cities Prypiat, Chornobyl, towns, and neighbouring villages were leaving their places for a short time, for three days maximum, as they were told.*» [100]

Згідно з І. М. Литвин, прагматика перекладу враховує інтенцію автора та ідеологічний контекст. У даному випадку використання української транслітерації є політичним актом утвердження української суб'єктності та відмови від колоніальної спадщини.

8. «*Banderites/Бандерівці*» [100]

У статті «*Propaganda leaflets in modern-day Russia and Nazi-era Germany: Suspiciously Similar*» з вебсайту «Ukrainer» аналізуються наративи ворожої пропаганди. Термін «бандерівці» (та його синонім «націоналісти») у російських листівках вживається з різко негативною конотацією для створення образу ворога.

- Приклад: “*For decades, Russian propagandists have been developing an ‘us vs. them’ narrative, dividing the world into ‘peaceful Russians’ and ‘aggressive nationalists’...*” [100].

Перекладач застосовує стратегію прагматичної нейтралізації або генералізації (використання терміна *nationalists*), щоб передати зміст пропагандистського меседжу зрозумілою західному читачеві мовою. Оскільки слово *Banderites* без розлогого історичного коментаря може бути незрозумілим або сприйматися як етнонім, переклад *nationalists* (у лапках або в контексті протиставлення) одразу вказує на ідеологічне забарвлення. Це дозволяє зберегти прагматичну інтенцію автора статті — викрити маніпулятивність російської риторики, не заплутуючи читача складними історичними екскурсами в тексті про листівки.

Висновки з Розділу 3

У третьому розділі дипломної роботи проведено комплексний практичний аналіз перекладацьких рішень та локалізаційних стратегій відтворення української етнолексyki в англomовному вебконтенті. Емпіричною базою дослідження слугували матеріали вебсайтів, таких як «Ukrainer», «Gwara Media», та інших сайтів, які виконують важливу місію поширення української культури як на внутрішніх читачів, так і на зовнішніх. Аналіз частотного розподілу етнолексичних одиниць засвідчив, що найбільш репрезентативними тематичними групами є назви страв та напоїв, лексика на позначення побуту, традицій і обрядів, а також історичні та суспільно-політичні реалії. Це підтверджує тезу про те, що гастрономічний та обрядовий коди є найбільш відкритими для міжкультурного експорту, тоді як історична лексика вимагає більших зусиль для адаптації. Встановлено, що у текстах вебресурсів етнолексеми виконують низку комунікативних функцій: ідентифікаційну, виступаючи маркерами національної приналежності; пояснювальну, стаючи ядром

для розгортання культурологічної інформації; та емоційно-оцінну, формуючи ставлення реципієнта до описуваних явищ.

Дослідження способів перекладу за класифікацією І. М. Литвин дозволило виявити специфіку відтворення етнолексики на чотирьох рівнях. У фонетичному аспекті домінуючою стратегією визначено транскодування (транслітерацію та практичну транскрипцію). Закріплення в англійській мові форм *Vyshyvanka*, *Borshch*, *Hryvnia* без перекладу свідчить про реалізацію стратегії форенізації, спрямованої на збереження національної ідентичності та утвердження української суб'єктності в глобальному інформаційному просторі. Підсумки дослідження у формі таблиці знаходяться у додатку Г (дод. Г).

Граматичний аспект перекладу характеризується застосуванням широкого спектра трансформацій, зумовлених розбіжностями між синтетичною українською та аналітичною англійською мовами. Найчастіше перекладачі вдаються до категорійної заміни числа, частинимовної заміни (перехід іменників у функцію прикметників), синтаксичного додавання артиклів та членування складних речень. Ці перетворення є необхідною умовою для інтеграції безеквівалентної лексики в структуру англійського тексту без порушення його граматичної нормативності та зв'язності.

На лексичному рівні виявлено тенденцію до поєднання різних прийомів для розкриття семантики реалій. Перекладачі активно використовують описовий переклад для пояснення унікальних явищ (*Pysanka*), генералізацію для спрощення побутових понять (*Світлиця* як *room*), а також пошук функціональних аналогів та культурне уподібнення (*Мольфар* як *shaman*). Такий підхід дозволяє заповнити лексичні лакуни та зробити зміст зрозумілим для широкої аудиторії, хоча іноді це відбувається за рахунок часткової втрати етнографічної точності.

Визначальним для успішної локалізації вебконтенту є прагматичний аспект перекладу. Встановлено, що для забезпечення адекватності сприйняття тексту іноземним читачем перекладачі застосовують прагматичну експлікацію, культурну адаптацію та аксіологічні трансформації. Важливу роль відіграють мегатекстові елементи, такі як коментарі та пояснення безпосередньо в тілі статті. Особливо помітним це є при перекладі суспільно-політичної лексики та реалій воєнного часу,

де відбувається зміна прагматичної функції слів або корекція їхнього конотативного значення (деміфологізація історичних термінів, символізація побутових назв).

Узагальнюючи результати практичного аналізу, можна стверджувати, що переклад української етнолексики у вебконтенті здійснюється переважно за допомогою гібридних стратегій. Поєднання транскодування (для збереження форми) з описовим перекладом та прагматичною адаптацією (для розкриття змісту) дозволяє досягти балансу між екзотизацією та доместикацією. Це забезпечує високий рівень адекватності перекладу, сприяє популяризації української культури та формуванню позитивного іміджу держави, що відповідає меті локалізації вебресурсів.

ВИСНОВКИ

1. У результаті розгляду локалізації веб-сайтів як сучасного різновиду перекладацької діяльності встановлено, що цей процес вийшов за межі традиційного розуміння перекладу як суто лінгвістичної операції. Він трансформувався у складну технологічну та культурологічну процедуру адаптації цілісного інформаційного продукту. З'ясовано, що веб-сайт як форма медіадискурсу характеризується мультимодальністю, гіпертекстуальністю та нелінійністю, що вимагає від перекладача врахування не лише вербального компонента, а й візуальних, аудіальних та технічних елементів. У дипломній роботі доведено, що локалізація є частиною глобальної індустріальної парадигми GILT (Globalization, Internationalization, Localization, Translation), де переклад виступає лише одним із етапів. Якщо традиційний переклад фокусується на тексті, то метою локалізації є створення функціонального продукту, який сприймається користувачем цільової локалі як «рідний», створений носіями його мови та культури. Це передбачає не лише мовну, а й технічну адаптацію та культурологічну корекцію контенту, що робить локалізацію найбільш комплексним видом міжмовної комунікації в цифрову епоху.

2. Виокремлення загальних підходів до локалізації веб-сайту дозволило систематизувати стратегії адаптації за рівнем глибини втручання в оригінал: від поверхневої стандартизації та семілокалізації до повної локалізації та глибокої культурної адаптації. Аналіз лінгвокультурних особливостей засвідчив, що успіх локалізації залежить від урахування таких параметрів, як стиль комунікації та належність культур до висококонтекстного (українська) чи низькоконтекстного (англійська) типу. Визначено, що для веб-ресурсів культурно-просвітницького спрямування найбільш релевантною є стратегія глибокої культурної адаптації, яка передбачає експлікацію прихованих смислів та модифікацію візуального ряду. Також було класифіковано види локалізації за об'єктом перекладу та методом виконання, що дозволило стверджувати, що вибір підходу не є довільним, а диктується комунікативною метою ресурсу.

3. Аналіз поняття етнолексики та її ролі у міжкультурній комунікації показав, що цей пласт лексики є ключовим носієм національно-культурного коду та виконує

подвійну функцію: з одного боку, він слугує маркером ідентичності, а з іншого — становить значну перекладацьку проблему через свою безеквівалентність. У роботі здійснено класифікацію етнолексем за тематичним принципом (гастрономічна лексика, побут, суспільно-політичні реалії, духовна культура, мистецтво) та визначено їхній прагматичний потенціал. Встановлено, що у вебдискурсі етноніми виконують не лише номінативну, а й ідентифікаційну, пояснювальну та емоційно-оцінну функції. Вони виступають «культурними симптомами», через які іноземний реципієнт пізнає українську ментальність та історію. Доведено, що в умовах війни роль етнолексики трансформується: вона стає інструментом мовного спротиву та деколонізації, а окремі лексеми набувають нових символічних значень, що вимагає від перекладача особливої уваги до зміни прагматичного контексту.

4. Визначення методики аналізу перекладацьких стратегій для перекладу етнолексики вебконтенту дозволило сформувати комплексний алгоритм дослідження, що поєднує теоретичні напрацювання П. Ньюмарка (семантичний і комунікативний переклад), Л. Венуті (доместикація і форенізація) та класифікацію трансформацій І. М. Литвин. Розроблена методологія передбачає чотириетапний аналіз: ідентифікацію одиниць, їх структурно-семантичну характеристику, аналіз трансформацій на чотирьох рівнях (фонетичному, граматичному, лексичному, прагматичному) та кількісну обробку даних. Обґрунтовано, що специфіка веб-середовища вимагає врахування мультимодальності тексту. Наявність візуального контексту часто дозволяє уникнути громіздких описових перекладів, змінюючи традиційний підхід до вибору стратегії. Такий методологічний підхід забезпечив об'єктивність отриманих емпіричних результатів та дозволив оцінити адекватність перекладу не як статичну еквівалентність, а як динамічну категорію, що залежить від досягнення прагматичного ефекту.

5. За результатами проведеного практичного аналізу перекладацьких рішень та локалізаційних стратегій на матеріалі понад 100 одиниць етнолексики з сайтів «Ukraïner», «Gwara Media» та інших джерел виявлено, що домінуючим підходом є використання гібридних стратегій, які поєднують збереження форми з розкриттям змісту. На фонетичному рівні зафіксовано стійку тенденцію до транскодування, що

свідчить про утвердження української суб'єктності. На граматичному рівні виявлено активне використання морфологічних та синтаксичних трансформацій для адаптації до аналітичного ладу англійської мови. Лексичний та прагматичний аналіз засвідчив ефективність використання описового перекладу, функціональних аналогів та культурної адаптації, а також важливу роль мегатекстових елементів для пояснення національних реалій. У підсумку доведено, що сучасна українська школа веб-локалізації успішно балансує між екзотизацією та зрозумілістю, ефективно використовуючи етнолексику для інтеграції українських наративів у світовий інформаційний простір .

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Антошкіна Л. І., Красовська Г. М., Сигеда П. І., Сухомлинов П. М. Соціолінгвістика: навчальний посібник. Донецьк: ТОВ Юго-Восток ЛТД, 2007. 360 с.
2. Актуальні проблеми теорії і практики сучасного перекладу : монографія / Є. Бабенко, С. Амеліна, Н. Білоус ; за заг. Ред. С.М. Амеліної. Київ : Центр навчальної літератури, 2020. 470 с.
3. Андрієнко Т. П. Стратегії і тактики перекладу: когнітивнодискурсивний аспект (на матеріалі художнього перекладу з англійської мови на українську) : монографія. За ред. В. І. Карабан. Київ : Видавничий дім Дмитра Бураго, 2016. 339 с.
4. Ахмедова Е. Д. Стратегії і методи англо-українського перекладу засобів мовного втілення еталонів художніх порівнянь. Вісник ХНУ імені В. Н. Каразіна. Серія: Іноземна філологія. Методика викладання іноземних мов, (91). 2
5. Бардіна С.В. Етнолексеми в системі лексики української мови. // Мовні і концептуальні картини світу. – К.: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2017. – Вип. 1(51). – С. 21-26.
6. Бацевич Ф. С. Основи комунікативної лінгвістики. Київ : Акад., 2004. 344 с.
7. Бондаренко К. Л. Назви грошей в українській та англійській сленгових картинах світу. Вісник Сумського державного університету. Серія «Філологічні науки». Суми: СумДУ, 2007. С. 68–72.
8. Бойко Ю.П. Парадигма англійського гіпотаксису у синхронії та діахронії. Хмельницький : Поліграфіст 2, 2012. 452 с.
9. Білоус А. О. Аргументативний аспект трансформації тексту в Інтернет-дискурсі / А. О. Білоус. // Гуманітарні студії. - 2017. - №29. - С. 3-12.
10. Бехта І. Аспекти дискурсного аналізу художнього твору. Слов'янський вісник. Зб. наук. праць. Серія “Філол. науки”. Рівне, 2006. Вип. 6. С.7 –13.
11. Бугайчук О. В.Лексикологія англійської та української мов: Методичні рекомендації для студентів III курсу факультету лінгвістики, спеціальності “Переклад”. – Київ: Вид-во НАУ, 2004. – 56 с.

12. Бугера О. А. Соціальні діалектизми: історія розвитку та теоретичного опрацювання. Філологічні студії. Науковий вісник Криворізького державного педагогічного університету. Кривий Ріг, 2011. Вип. 6 (2). С. 30–38.
13. Висоцька Г. В. Причини, що зумовлюють використання граматичних трансформацій в англо-українському перекладі. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету, Серія "Філологія". Одеса. 2017. Т. 3.
14. Верба Л. Г. Порівняльна лексикологія англійської та української мов. К.: Нова книга, 2003. 203 с.
15. Воробйова О.П. Українська етнолінгвістика: теорія і методи дослідження. – К., 2006.
16. Войченко Н.В. Етнографічна лексика в сучасній українській мові: семантика, функціонування, переклад. – Запоріжжя, 2011.
17. Вісник: Проблеми української термінології. Львів: Національний університет «Львівська політехніка». 2004. № 503. 196 с.
18. 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.
19. Гудманян А. Г., Сітко А. В., Єнчева Г. Г., Вступ до перекладознавства : навч. посіб. Вінниця : Нова Кн., 2017. 295 с.
20. Гордієнко Н. Українська тлумачна лексикографія: сучасний стан і перспективи розвитку. Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія «Лінгвістика». 2010. Вип. 11. С. 15–21.
21. Грабовий П. М. Український молодіжний сленг як лінгвокультурний феномен. Компаративні дослідження слов'янських мов і літератур. Пам'яті академіка Леоніда Булаховського. 2010. Вип. 11. С. 34–38.
22. Д'яков А., Кияк Т., Куделько З. Основи термінотворення: Семантичні та соціолінгвістичні аспекти. Київ: Academia, 2000. 218 с
23. Демецька В. В. Теорія адаптації: крос-культурні та перекладознавчі проблеми : монографія. Херсон : ТИТАН, 2007. 346 с.

24. Демецька В. В. Теорія адаптації в перекладі : дис. ... д-ра. Київ, 2008. 508 с.
25. Жулавська О. О., Назаренко О. В. Переклад: теоретичні та практичні аспекти : навч. посібник. Суми : Сумський державний університет, 2017. 133 с.
26. Зірка В. В., Зінукова Н. В. Функції соціолектів у сучасному медійному дискурсі: питання перекладу. Лінгвістика ХХІ століття: нові дослідження і перспективи. 2014. С. 54–61.
27. Заремська І. М. Мовна картина світу як об'єкт лінгвістичних досліджень. Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Сер.: Проблеми граматики і лексикології української мови. 2011. Вип. 7. С. 396-402.
28. Карамішева І. Д. Контрастивна грамика англійської та української мов. 3-тє вид. підручник для ВНЗ. Вінниця: Нова Книга, 2017. 336 с.
29. Карабан В. І. Переклад з української мови на англійську мову : навчальний посібник-довідник для студентів вищих закладів освіти / Карабан В. І., Мейс Дж. Вінниця : Нова книга, 2003. 608 с.
30. Карабан В. І. Translation from Ukrainian into English. Вінниця, 2003.
31. Карпчук Н. П. Лексичні аспекти перекладу : методичні рекомендації з теорії і практики перекладу для студентів ІV курсу ф-ту міжнародних відносин / Н. П. Карпчук, Н. М. Петровська, О. І. Сахащук, Л. Й. Семенюк. Луцьк : РВВ —Вежа, 2006. 116 с.
32. Кушина Н. І. Відтворення етномовного компонента українських народних казок в англійськомовних перекладах : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня кандидата філол. наук : 10.02.16. Київ, 1998. 17 с.
33. Кияк Т. Р. Теорія і практика перекладу : підручник / Т. Р. Кияк, А. М. Науменко, О. Д. Огуй. Вінниця : Нова книга, 2006. 592 с.
34. Киричук Л. М. Когнітивні аспекти перекладу. Вісник Сумського державного університету. Серія «Філологічні науки». 2004. № 3. С. 184–188
35. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу. Вінниця : Нова книга, 2000. 448 с.

36. Козачук А.М. Англомовний переклад української діалектної лексики як чинник стильової трансформації тексту. Міжнародна наукова конференція, Київ, 2013. С. 173-178.
37. Коломієць Л. В. Еволюція напрямів в англо-українському поетичному перекладі кінця ХІХ початку ХХ століття.: автореф. дис. док.філолог.наук: 10.02.16. –Київ, 2006. – 41 с
38. Коптілов В. Теорія і практика перекладу: Навчальний посібник. – К.: Юніверс, 2002. – 280 с
39. Козачук А.М. Стиль тексту з позиції перекладача // Наукові записки. Серія "Філологічна". Острог, 2012. Вип. 25. С. 58–61.
40. Кузенко Г. М. Культурологічний аспект перекладу у міжмовній комунікації. Міжнародний науковий журнал «Інтернаука». 2017. № 2(24), 2 т. С. 22-26.
41. Кузенко Г. М. Перекладацькі функції та їхня роль у діяльності перекладача. Науковий вісник ДДПУ імені Івана Франка. Серія «Філологічні науки». 2016. № 6. С. 84-86
42. Кривий А. Дискурсивний аналіз і сучасне мовознавство. Дискурс іноземномовної комунікації. Львів, 2001. С. 158–162
43. Лощенова І. Ф., Нікішина В. В. Перекладацькі трансформації як ефективний засіб досягнення адекватності перекладу. Наукові записки НДУ ВМ. М. Гоголя. Серія Філологічні науки. 2014. Кн. 3. С. 102–105.
44. Литвин І. М. Перекладознавство: науковий посібник. Черкаси, 2013. 288 с.
45. Масенко Л. Т. Нариси з соціолінгвістики: посібник. Київ: КиєвоМогилянська академія, 2010. 242 с.
46. Максимов С. Є. Практичний курс перекладу (англійська та українська мови). Теорія та практика перекладацького аналізу тексту для студентів факультету перекладачів та факультету заочного та вечірнього навчання : навч. посіб. Київ : Ленвіт, 2006. 157 с
47. Мамрак А. В. Вступ до теорії перекладу. Київ : Центр учб. літ., 2009. 304 с

48. Мацюк Г. Соціолінгвістика як інтеграційний напрям досліджень в умовах сучасної парадигми: міжнародний досвід й українська перспектива. Наукові записки НаУКМА. Філологічні науки (мовознавство). 2012. Том. 137. С. 28–34.
49. Мацюк Г. Сучасна соціолінгвістика: тенденції в розвитку теорії і завдання. Мова і суспільство. 2010. Вип.1. С. 5–20.
50. Міщенко А. Л. Лінгвальні особливості Інтернет-комунікації / А. Л. Міщенко // Вісник Київського національного лінгвістичного ун-ту. - Том 1 - Серія: Міжмовна та міжкультурна комунікація. - Київ: Київський національний лінгвістичний ун-т, 2015. - С.78 - 89.
51. Міщенко А. Л. Локалізація та інтернаціоналізація перекладу в контексті технічної документації / А. Л. Міщенко // Наук. зап. - Вип. 104 (1). Серія : Філол. науки (мовознавство) : У 2 ч. - Кіровоград : РВВ КДПУ ім. В. Винниченка, 2012. - С. 151 - 158.
52. Міщенко А. Л. Лінгвістика фахових мов та сучасна модель науковотехнічного перекладу / Алла Леонідівна Міщенко. - Вінниця: Нова Книга, 2013. - 448 с.
53. Мусієнко Д.В. Етнокультурна специфіка української мови: корпусний аналіз. // Наукові записки НаУКМА. Серія "Філологічні науки". – 2020. – Т. 3.
54. Михайленко О. А. Поняття “перекладацькі стратегії” як складова стратегічної компетенції. Педагогічні науки. 2014
55. Некряч Т. Є. Переклад стилізацій : виклики і рішення / Т. Є. Некряч // Актуальні проблеми перекладознавства та методики навчання перекладу. Матеріали П’ятої Всеукраїнської наукової конференції. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2009. – С. 12–14.
56. Ніколаєва Т. М. Перекладацькі стратегії в англо-українському просторі. Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Соціальні комунікації. 2018. № 1. С.110-115
57. Онищенко Ю. К. Глобалізація, локалізація та переклад: синоніми, антоніми чи взаємодоповнюючі поняття? / Ю. К. Онищенко // Мовні і концептуальні картини світу. Зб. наук. праць. - Київ: Видавничий дім Дмитра Бураго, 2005. - Вип. 16, кн. 2. - С. 6-9.

58. Онищенко Ю. К. Особливості перекладу веб-сайтів та HTMLсторінок / Ю. К. Онищенко // Мовні і концептуальні картини світу. Зб. 62 наук. праць. - Київ: Вид. ВПЦ «Київський університет», 2007. - Вип. 24, част. 3. - С. 34-39.
59. Онищенко Ю. К. Локалізація програмних продуктів у англоукраїнському перекладі: автореф. дис. ... канд. філол. наук / Юлія Костянтинівна Онищенко. - Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. - К., 2009. - 29 с.
60. Олікова М. О. Словник соціолінгвістичних та етнолінгвістичних термінів. Луцьк: РВВ. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2010. 364 с.
61. Пальчикова О.О. Мовна картина світу в англійській та українській фразеології. Вісник Маріупольського державного університету. Сер.: Філологія. 2017. Вип. 16. С. 110–115.
62. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики / А. М. Приходько. – Запоріжжя : Прем'єр, 2008. – 332 с.
63. Проценко Н. В. Лексико-семантичні підстановки в перекладі англomовних текстів. Філологічні студії. 2015. № 12. С. 64–72.
64. Ребрій О. В. Сучасні концепції творчості у перекладі : монографія. Харків: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2012. 376 с.
65. Римашевський Ю. Соціолінгвістика і лінгвокультурологія: спільне й відмінне у підходах до вивчення взаємодії мови і культури. Мова і суспільство. 2010. Вип. 1. С. 31–37.
66. Селіванова О.О. Проблема диференціації перекладацьких трансформацій / О. О. Селіванова // Нова філологія. – 2012. – № 50. – С. 201- 208.
67. Селіванова О.О. Лінгвістична енциклопедія / Олена Олександрівна Селіванова. – П.:Довкілля-К, 2011. – 844 с.
68. Сердега Р. Л. Українська діалектологія : навчальний посібник / Р. Л. Сердега, А. А. Сагаровський. Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. 156 с.
69. Таран О. С. Лексикографічна розробка соціолектів української мови: стан, проблеми, перспективи. Slovo v kultuře a kultura ve slově: kolektivní monografie. Olomouc, 2016. S. 335–374.
70. Чередниченко О. І. Про мову і переклад. Київ : Либідь, 2007. 248 с.

71. Черноватий Л. М. Методика викладання перекладу як спеціальності : підручник для студентів вищих закладів освіти за спеціальністю «переклад». Вінниця : Нова Книга, 2013. 376 с.
72. Чрділелі Т. В. Роль аналізу концепту у перекладацькому процесі. Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Сер.: Філологія. Соціальні комунікації. 2019. Т. 30 (69). № 1. Ч. 1. С. 162–167.
73. Шевченко І. С. Когнітивно-комунікативна парадигма і аналіз дискурсу. Дискурс як когнітивно-комунікативний феномен. Харків: Константа, 2005. С. 9–20.
74. Baker M. In Other Words: A Coursebook on Translation. 3rd ed. London: Routledge, 2018. 328 p.
75. Bassnett S. Translation Studies. 3rd ed. London: Routledge, 2002. 176 p.
76. Hofstede, G. Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions, and organizations / G. Hofstede. — Thousand Oaks : Sage publications, 2001. — 596 p. — Text : unmediated.
77. Hentschel, G. "Charting language shift through Ukraine's social media" (2024). tandfonline.com. Аналіз твітів 2022–2023.
78. Chesterman A. Memes of Translation. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 1997. 222 p.
79. Content Analysis Center. "Ukrainian language dominance" (2023). kyivindependent.com.
80. Esselink B. A Practical Guide to Localization. Amsterdam: John Benjamins Publishing, 2000. 488 p.
81. Ihnatenko, I., & Lemeshko, Zh. (2019). Concept of communicative roles in modern linguistics: challenges and research perspectives . *International Journal of Philology*, 23(3), 99-105.
82. House J. Translation: A Multidisciplinary Approach. London: Palgrave Macmillan, 2015. 190 p.
83. Jiménez-Crespo M. A. Translation and Web Localization. London: Routledge, 2013. 210 p.
84. Newmark P. Approaches to Translation. Prentice Hall, 1988. 200 p.

85. Venuti L. *The scandals of translation: toward an ethics of difference*. London : Routledge, 1998. 224 s. 10. Venuti L. *The Translator's Invisibility: A History of Translation*. Routledge, 1995. 336 p.
86. Katan D. *Translating Cultures: An Introduction for Translators, Interpreters and Mediators*. 2nd ed. London: Routledge, 2014. 384 p.
87. Kramersch C. *Language and Culture*. Oxford: Oxford University Press, 1998. 312 p.
88. Kulyk, V. "Discourses on Languages and Identities" (2018). ewjus.com.
89. Luna, D. Cross-cultural and cognitive aspects of web site navigation / D. Luna, L. Peracchio, M. Juan. — Text : unmediated // *Journal of the Academy of Marketing Science*. — 2002. — Vol. 30. — No. 4. — Pp. 397-410.
90. Singh, N. Adaptation of cultural content: A webmarketing focus / N. Singh, V. Kumar, D. Baack. — Text : unmediated // *European Journal of Marketing*. — 2005. — Vol. 39. — No. 1/2. — Pp. 71-86.
91. Schleiermacher F. *On the Different Methods of Translating*. *Theories of Translation: An Anthology of Essays from Dryden to Derrida* / ed. by Rainer Schulte and John Biguenet. London-Chicago: The University of Chicago Press, 2001
92. Sharifian F. & Jamarani M. (eds.). *Language and Intercultural Communication in the New Era*. – Routledge, 2013.
93. Catford J. C. *A Linguistic Theory of Translation*. Ldn., 1965. 35 p
94. Melnyk, N. "Ethnolinguistics in Ukraine" (2020). eric.ed.gov
95. Mova.info. Корпус української мови. mova.info. Для частотного аналізу.


Джерела ілюстративного характеру

96. Національний банк України: офіційний вебсайт. URL: <https://bank.gov.ua> (Дата звернення 11.11.2025).
97. Folk architecture. *Internet Encyclopedia of Ukraine*. URL: <https://www.encyclopediaofukraine.com/display.asp?linkpath=pages%5CF%5CO%5CFolk%5Farchitecture.htm> (дата звернення: 23.11.2025).
98. Gwara Media : офіційний вебсайт медіаплатформи. URL: <https://gwaramedia.com/en/> (дата звернення: 11.11.2025).

ДОДАТКИ


Додаток А. Приклади вебсайтів, що поширюють історію, культуру та новини про Україну

Гвардія медіа[®] [Новини](#) [Тексти](#) [Фактчек](#) [Мультимедіа](#) [Розслідування](#) [Про нас](#) [Укр](#) [Спільнота](#) [🔍](#)




«Ми не ждуни. Ми тут родилися». Репортаж про мешканців прифронтової Козачої Лопані

23 Листопада 2025 | 12:00 [Дивитись](#) →




У Коротичі діти навчаються в укритті з протирадіаційними властивостями. Розповідаємо про навчання та безпеку

20 Листопада 2025 | 19:00 [Читати](#) →




«Людина живе, поки її пам'ятають». Історія родини Серга-Морозових, загиблої під час атаки російських дронів по Харкову

05 Листопада 2025 | 19:00 [Читати](#) →




Лагенарії — тропічні гарбузи, які куп'янський митець перетворює на світильники

31 Жовтня 2025 | 19:00 [Читати](#) →



У Харкові відбувся «Фестиваль перших п'єс». Тут ветерани перетворили бойовий досвід на драматургію

30 Жовтня 2025 | 12:00 [Читати](#) →



«Ми не здамося». Жителі Балаклії відновлюють дім після російського ракетного удару

24 Жовтня 2025 | 13:00 [Читати](#) →

Ukrainēer [ВІЙНА](#) [РЕГІОНИ](#) [ТЕМИ](#) [ПРО UKRAIŇER](#) [КРАМНИЦЯ](#) [ФІЛЬМИ](#) [ПІДТРИМАТИ](#) [📅](#) [UA](#) [🔍](#)

Ukrainēer > Темы > Пам'ятки

[ОБРАТИ ТЕМУ](#) ↕

Пам'ятки

ТОП ІСТОРІЯ



Об'єкт «Дуга»: як працював і занепав ядерний щит СРСР

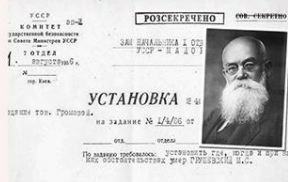


ПАМ'ЯТКИ

Оствиця. Відновити давньоруське городище у Рівному

Парк історичної реконструкції «Оствиця» розташований в Рівному, на

Таємниця смерті Михайла Грушевського. Невідомі одкровення лікарки



В архівних фондах Служби зовнішньої розвідки України знайдено низку документів, які стосуються Михайла Грушевського. Відображена в них інформація свідчить про те, що до поста...
ОЛЕКСАНДР СКРИПНИК

"Прощавай, Східна Європо". Уривок із книги Якуба Мікановського



Путч, зупинений бананом, та інші курйози з історії Сейшельських островів



Майже загублені в Індійському Океані Сейшельські острови не часто потрапляли на шпальти світових медіа – а до туристичного буму кінця ХХ сторіччя й поготів. Утім, траплялися і винятки. Як 25 листопада 1981 року. Ще б пак – в цей день у далекій державі відбулася спроба державного перевороту, ще й за участю одного з найвідоміших на планеті етажерів іноземних наймачів. По того ж в історію злетіло

МАТИ АМБІЦІЇ ЦЕ
БАЗА
БУТИ ЛІДЕРОМ ЦЕ
ХАРТІЯ
ДОЛУЧАЙСЯ

Перший в Україні хрест пам'яті жертв Голодомору встановили у Харкові



Осінь 1989 року. Харківський осередок Народного руху оголошує збір у Молодіжному парку на тодішній Пушкінській: людей просять прийти й копати ямки – нібито для посадки...
ТЕТЯНА ХОРОНЖУК

Додаток Б. Класифікація етнолексичних одиниць за П. Ньюмарком [84]

№ з/п	Тематична група етнолексики	Приклади
1.	Гастрономічна лексика	Борщ, Вареники, Кутя, Паляниця, Узвар, Сало, Голубці
2.	Побут та матеріальна культура	Вишиванка, Плахта, Рушник, Світлиця, Піч, Хутір, Мотанка
3.	Суспільно-політична та історична лексика	Січ, Козак, Сотник, Чумак, Майдан, Гроші, Бандерівці
4.	Духовна культура, звичаї та обряди	Вертеп, Коляда, Щедрівка, Дідух, Маланка, Мольфар, Вечорниці
5.	Мистецтво, музика та фольклор	Писанка, Трембіта, Бандура, Кобзар, Щедрик, Сопілка

Додаток В. Таблиця видів локалізації з пункту 1.2.1

Критерій класифікації	Вид локалізації	Характеристика та особливості
1. За рівнем глибини адаптації (за Н. Сінгхом [90])	Стандартизація (Standardization)	Створення єдиного уніфікованого вебсайту для всіх ринків (зазвичай англійською мовою). Локалізація як така відсутня. Використовується глобальними брендами, для яких культурні відмінності не є критичними.
	Семілокалізація (Semi-localization)	Переклад лише критично важливих для навігації елементів (контакти, меню, сторінка «Про нас»). Основний контент залишається мовою оригіналу. Дозволяє користувачеві зорієнтуватися, але не забезпечує повноцінної комунікації.
	Локалізація (Localization)	Повний переклад усього контенту та адаптація «невидимих» параметрів локалі (формати дат, часу, валют, одиниць виміру, адрес, телефонних номерів). Створює ефект «рідного» сайту для користувача.
	Культурна адаптація (Cultural Adaptation)	Найвищий рівень, що передбачає модифікацію візуального ряду, колірної гами, структури сайту та стилю комунікації відповідно до культурних, релігійних та соціальних норм цільової аудиторії.
2. За об'єктом перекладу (за Б.Есселінком [80])	Текстова локалізація	Переклад видимого тексту (основний контент, заголовки, меню), а також прихованого тексту (метатеги, ключові слова для SEO, атрибути зображень), що є критично важливим для пошукової оптимізації.
	Графічна та мультимедійна локалізація	Адаптація нетекстових елементів: зображень, інфографіки, відео- та аудіоматеріалів (переклад написів на картинках, субтитрування, дублювання, заміна візуальних образів на культурно релевантні).
	Технічна локалізація (Інтернаціоналізація)	Адаптація програмного коду та архітектури сайту для підтримки різних мовних версій (налаштування кодування Unicode, підтримка специфічних шрифтів, зміна інтерфейсу під різну довжину тексту).
3. За методом виконання	Автоматизована локалізація	Використання систем машинного перекладу (МТ) з можливим подальшим постредагуванням (РЕМТ). Економічний варіант для обробки великих масивів динамічного або некритичного контенту (відгуки, бази знань).
	Професійна локалізація	Виконується кваліфікованими перекладачами та редакторами, які є носіями мови. Є обов'язковим стандартом для маркетингового, юридичного та іміджевого контенту, де важливі стиль і точність.
	Краудсорсингова локалізація	Залучення спільноти користувачів (волонтерів) до перекладу інтерфейсу. Цей метод часто використовують соціальні мережі, неприбуткові організації та стартапи для швидкого масштабування.

Додаток Г. Кількісний розподіл способів перекладу етнолексики (за результатами аналізу у пункті 3.2)



Додаток Г. Таблиця розподілу способів перекладу етнолексики (за результатами аналізу у пункті 3.2)

Аспект перекладу	Українською	Англійською	Спосіб перекладу
Фонетичний	Трембіта	Trembita	Транскодування
	Бандура	Bandura	Транскодування
	Борщ	Borshch	Транскодування
	Гопак	Horak	Транскодування
	Гривня	Hryvnia	Транскодування
	Вишиванка	Vyshyvanka	Транскодування
	Кутя	Kutia	Транскодування
	Вертеп	Vertep	Транскодування
	Кобзар	Kobzar	Транскодування
	Чумак	Chumak	Транскодування
	Голодомор	Holodomor	Транскодування
	Суржик	Surzhyk	Транскодування
	Узвар	Uzvar	Транскодування
	Куманець	Kumanets	Транскодування
Цимбали	Tsybaly	Транскодування	
Граматичний	Вареники	Varenyky	Транскодування
	Карбованець	Karbovanets	Транскодування
	Коляда	Koliada	Транскодування
	Січ	The Sich	Транскодування
	Мотанка	Motanka (a knotted doll)	Описовий переклад
	Петриківський розпис	Petrykivka painting	Транскодування
	Піч	Pich	Транскодування
	Майдан	Maidan	Транскодування
	Козацький	Cossack	Транскодування
	Щедрівка	Shchedrivka	Транскодування
Лексичний	Хутір	Hamlet	Пошук аналога
	Світлиця	Living quarters	Пошук аналога
	Мольфар	Folk magician	Пошук аналога
	Писанка	Pysanka (Ukrainian Easter egg)	Описовий переклад

	Оселедець	Scalp lock	Пошук аналога
	Плахта	A skirt	Пошук аналога
	Сотник	Sotnyk (captain)	Пошук аналога
	Толока	Toloka (communal work gathering)	Описовий переклад
	Вечорниці	Vechornytsi (evening gatherings)	Калькування
	Курінь	Kurin	Транскодування
Прагматичний	Дідух	Didukh	Описовий переклад
	Рушник	Rushnyk (embroidered ceremonial cloth)	Описовий переклад
	Кіборги	Cyborgs	Калькування
	Старий Новий Рік	Old New Year	Калькування
	Щедрик	Shchedryk (Carol of the Bells)	Пошук аналога
	Маланка	Malanka (carnival)	Транскодування/Пошук аналога
	Чорнобиль	Chornobyl	Транскодування
	Бандерівці	Banderites (Nationalists)	Пошук аналога