

Дольник І. М.,

*старший викладач кафедри англійської філології і перекладу
факультету лінгвістики та соціальних комунікацій
Державного некомерційного підприємства
«Державний університет «Київський авіаційний інститут»
orcid.org/0000-0002-5537-0338*

Полякова О. В.,

*кандидат філологічних наук, доцент,
доцент кафедри англійської філології і перекладу
факультету лінгвістики та соціальних комунікацій
Державного некомерційного підприємства
«Державний університет «Київський авіаційний інститут»
orcid.org/0000-0002-8757-3412*

Щербина А. В.,

*старший викладач кафедри англійської філології і перекладу
факультету лінгвістики та соціальних комунікацій
Державного некомерційного підприємства
«Державний університет «Київський авіаційний інститут»
orcid.org/0000-0001-7500-2324*

ДО ПРОБЛЕМ ЛОКАЛІЗАЦІЇ ВЕБСАЙТІВ ПРОВІДНИХ УНІВЕРСИТЕТІВ УКРАЇНИ: АНАЛІЗ ЯКОСТІ ПЕРЕКЛАДУ

Анотація. У статті досліджуються проблеми локалізації вебсайтів провідних українських університетів, зокрема якість перекладу їхнього контенту англійською мовою. Локалізація розглядається як комплексний процес, що включає не лише переклад текстів, а й їхню адаптацію відповідно до комунікативних норм, культурних особливостей та очікувань міжнародної аудиторії. Вебсайти університетів виконують не лише інформаційну, а й репутаційну функцію, формуючи імідж навчального закладу у глобальному академічному середовищі. Відповідно якість їхньої локалізації впливає на привабливість закладу для іноземних студентів, викладачів та партнерів.

Було проаналізовано основні етапи локалізації. Виявлено типові помилки в англійських версіях вебресурсів, серед яких дослівний переклад, некоректний вибір термінології, граматичні та стилістичні похибки. Дослідження виявило, що такі помилки можуть створювати бар'єри для міжкультурної комунікації.

Стаття також розглядає роль автоматизованих засобів перекладу, таких як машинний переклад і CAT-інструменти, та їхній вплив на якість локалізації. Використання таких технологій без подальшого редагування часто призводить до помилок, зокрема до порушення термінологічної узгодженості. Наголошується на важливості редакторської перевірки та термінологічної уніфікації для покращення англійського контенту університетських сайтів.

У результаті дослідження розроблено рекомендації для підвищення якості локалізації, включно з професійним редагуванням, стандартизацією термінології, дотриманням стилістичної єдності та впровадженням сучасних технологій перекладу. Перспективи подальших досліджень охоплюють аналіз впливу штучного інтелекту на локалізацію освітніх вебресурсів та роль цифрової

грамотності перекладачів у забезпеченні якості адаптації контенту.

Ключові слова: локалізація, вебсайт університету, якість перекладу, академічний дискурс, термінологічна уніфікація, машинний переклад, міжкультурна комунікація, адаптація контенту.

Постановка проблеми. У сучасному освітньому просторі вебсайти університетів виконують важливу функцію залучення студентів, науковців та партнерів, формуючи імідж закладу на міжнародному рівні. З огляду на глобалізаційні процеси та зростаючу конкуренцію у сфері вищої освіти, якісна локалізація університетських вебресурсів є ключовим фактором ефективної комунікації з іноземною аудиторією.

Проте аналіз англійських версій вебсайтів провідних українських університетів виявляє проблеми, пов'язані з якістю перекладу та адаптацією контенту. Серед основних труднощів – відсутність перекладу взагалі, невідповідність термінології, лексичні та граматичні помилки, дослівний переклад, що не враховує особливості академічного дискурсу. Такі недоліки можуть призводити до труднощів у розумінні матеріалу, втрати ключових акцентів і, як наслідок, зниження довіри з боку іноземних абітурієнтів, науковців та потенційних партнерів. Недостатня увага до локалізації контенту університетських вебсайтів створює бар'єри для ефективної міжкультурної комунікації.

Таким чином, питання якості перекладу та адаптації інформаційного наповнення університетських вебсайтів залишається актуальним і потребує комплексного підходу.

Аналіз останніх досліджень. Проблематика перекладу та локалізації вебсайтів активно досліджується як україн-

ськими, так і зарубіжними науковцями. Дослідники акцентують увагу на впливі якісної локалізації на міжнародний імідж організацій (П. Піріні, В. Майхут). Деякі дослідження розглядають вплив технологічних факторів на якість перекладу, зокрема використання машинного перекладу та CAT-систем (К. Меллінгер, Ш. О'Браєн, О. Конлан).

В українській перекладознавчій традиції аналізуються особливості адаптації контенту корпоративних сайтів, критерії якості перекладу, зокрема функціональна еквівалентність, відповідність жанрово-стилістичним нормам, прагматична адаптація (А. Міщенко, О. Туришева, К. Скиба, А. Чубань, І. Дробіт, Л. Галій, М. Літвінова, В. Павленко).

Попри значний обсяг напрацювань, питання комплексного аналізу якості локалізації вебресурсів у сфері академічного дискурсу залишається недостатньо дослідженим. Це обґрунтовує необхідність подальшого наукового розгляду проблеми з урахуванням сучасних викликів цифрового середовища.

Мета дослідження. Метою дослідження є аналіз якості локалізації вебсайтів провідних університетів України, виявлення типових перекладацьких помилок та проблем адаптації контенту англійською мовою. Дослідження спрямоване на визначення впливу локалізації на міжнародний імідж закладів вищої освіти та розробку рекомендацій щодо підвищення ефективності перекладу з урахуванням лінгвокультурних і прагматичних аспектів.

Виклад основного матеріалу. Інтернет-контент сьогодні відіграє надзвичайно важливу роль у різних сферах діяльності людини, адже завдяки йому відбувається міжкультурний діалог, популяризація досягнень науки, культури та економіки, а також взаємодія між державами та корпораціями на глобальному рівні. Його переклад та локалізація для іншомовної аудиторії є однією з ключових проблем сучасного перекладознавства.

Якість перекладу та локалізації вебсайту установи безпосередньо впливає на її імідж у міжнародному середовищі. Сайт виконує не лише інформаційну функцію, а й є важливим засобом залучення потенційних клієнтів, партнерів та інвесторів з-за кордону. Відповідно ефективна локалізація повинна забезпечити не тільки точний переклад змісту, а й його адаптацію до комунікативних норм і культурних очікувань цільової аудиторії.

З точки зору прагматичного наповнення тексту вебсайтів можна розглядати як елемент маркетингової стратегії, оскільки вони виконують функцію самопрезентації компанії або установи. Від вибору перекладацьких рішень безпосередньо залежить успішність адаптації контенту для міжнародної аудиторії [1]. Для фахівця з локалізації важливо чітко визначити, яке смислове наповнення буде найбільш доцільним, враховуючи завдання: необхідно правильно виокремити ключові переваги продукції або послуг, ефективно передати унікальні характеристики бренду, створити позитивний імідж організації та врахувати особливості сприйняття тексту цільовою аудиторією як на внутрішньому, так і на зовнішньому ринку.

Процес локалізації потребує комплексного підходу, який охоплює одразу кілька етапів:

- переклад текстового контенту з урахуванням специфіки ринку та культурних особливостей споживачів;
- переклад програмних модулів сайту, інтерфейсів користувача та допоміжної документації;

- адаптація графічного оформлення, навігації, меню, кнопок та інших елементів сайту, важливих для пошукових систем і користувацького досвіду (UX);

- оптимізація контенту для національних та міжнародних пошукових систем (SEO);

- тестування локалізованої версії сайту, його технічне доопрацювання та виправлення помилок;

- реєстрація сайту в міжнародних каталогах і пошукових системах для розширення його доступності.

Перекладений контент повинен відповідати всім критеріям якісного перекладу: точність, дотримання мовних норм, відповідність культурному контексту, коректна передача прагматичних установок, що сприятиме створенню ефективного образу бренду та залученню цільової аудиторії.

Однак важливо розуміти, що локалізація вебсайтів – це не просте перекодування тексту з однієї мови на іншу. Це багаторівнева адаптація контенту, що передбачає його орієнтацію на потенційних користувачів, відповідність мовним особливостям і національно-культурному середовищу. Одним із ключових завдань локалізації є виділення інформації, релевантної для іноземного клієнта, та усунення зайвих деталей, які можуть бути зрозумілі носіям мови оригіналу, але не мати змістовного значення для нової аудиторії.

Дослідник Берт Ессерлінк, автор одного з перших посібників із локалізації, окреслює основні складові цього процесу. За його концепцією, проєкт локалізації включає:

- управління проєктом локалізації;
- переклад та розробку програмного забезпечення;
- створення та тестування онлайн-підтримки або веб-контенту;
- переклад, верстку та адаптацію мультимедійних елементів;
- перевірку функціональності локалізованого продукту [2, с. 3].

Сучасні дослідження локалізації наголошують, що цей процес передбачає участь багатьох спеціалістів різних галузей: менеджерів проєктів, перекладачів, редакторів, інженерів локалізації, тестувальників і вебдизайнерів. Менеджер проєкту координує всі етапи локалізації, веде переговори з клієнтом та контролює якість виконання. Перекладач забезпечує лінгвістичну точність, тоді як спеціаліст із локалізації адаптує зміст відповідно до культурних і технічних вимог. Редактор гарантує стилістичну узгодженість тексту, інженер відповідає за технічні аспекти, а тестувальник перевіряє функціональність сайту перед запуском [2, с. 16-17; 3, с. 6].

Іншомовна версія сайту не завжди повинна повністю дублювати оригінал, оскільки можливі зміни в акцентах, обсязі інформації та виборі мовних засобів. Перед перекладачем стоїть завдання знайти баланс між збереженням автентичності змісту та його адаптацією до потреб іншомовних користувачів.

Таким чином, локалізація вебсайтів – це не лише процес перекладу, а стратегічний інструмент глобального просування компанії чи установи. Вона вимагає комплексного підходу, який охоплює лінгвістичну, культурну та технічну адаптацію контенту, що в підсумку сприяє підвищенню конкурентоспроможності та ефективності міжнародної комунікації [4, с. 363].

У сучасному глобалізованому академічному середовищі вебсайти університетів виконують ключову роль у залученні студентів, науковців та міжнародних партнерів. Інформаційне

наповнення цих ресурсів повинно не лише коректно передавати зміст, а й відповідати лінгвокультурним очікуванням цільової аудиторії. Якість локалізації впливає на імідж закладу, його репутацію та рівень довіри з боку іноземних абітурієнтів. Недосконалий переклад може спричинити нерозуміння ключових особливостей навчального процесу. Також неточності у поданні інформації можуть ускладнювати процес співпраці з іноземними навчальними закладами, створюючи хибне враження про рівень кваліфікації викладацького складу та академічних програм.

Усього було проаналізовано 13 англomовних версій сайтів провідних українських університетів: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Львівський національний університет імені Івана Франка, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Національний університет «Києво-Могилянська академія» (КМА), Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, Ужгородський національний університет, Західноукраїнський національний університет (ЗУНУ), Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара, Національний технічний університет України «Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського» (КПІ), Державний університет «Київський авіаційний інститут» (КАІ) та Український державний університет імені Михайла Драгоманова. Наше дослідження змогло виявити певні недоліки у локалізації їх сайтів та перекладі, зокрема, це проблеми зі стилістичною відповідністю (відсутність адаптації для іноземного студента), помилки у термінології та невідповідність академічним стандартам.

Однією з найбільших проблем для англomовної версії сайтів українських університетів можна вважати випадки, коли при перекладі залишають половину або навіть більшу частину тексту українською мовою. Це може здивувати або заплутати англomовного відвідувача, особливо коли таке трапляється в межах одного розділу меню, наприклад вкладка *University – Greetings from Rector of KPI, Official Information, Institutes and Faculties, History, International Cooperation, ... Вакансії в КПІ, University news*. Це також трапляється, коли посилання англійською мовою для іноземних студентів ведуть на україномовну версію або ще гірше, якщо це посилання на інформацію для вступу (КАІ).

Іншим недоліком є занадто дослівний переклад, тобто відсутність локалізації у нашому випадку. Наприклад, українські університети часто пишуть про «академічну мобільність студентів», що дослівно перекладається як «*academic mobility*». Однак у міжнародній практиці частіше вживається «*student exchange programs*». На багатьох сайтах можна побачити «*Main addresses and phones*» замість «*Contacts*». Так само для вступників краще було б обрати слово *applicants*, а не *entrants*. Тобто йдеться про неправильний вибір термінів.

Варто згадати й про відсутність уніфікації вокабуляру – сайт КПІ: *Bachelor's level/Master's degree* на сторінці зверху та *Bachelor's degree/Master's level* на тій самій сторінці, але трохи нижче. На сайті Одеського національного університету імені І.І. Мечникова перекладач не зміг визначитись, як відтворити «Інститут було засновано». Ми бачимо: «*Research Institute «Astronomical Observatory» – founded in 1871*» і «*Research Institute of Physics – the first scientific institute of physical*

profile in Ukraine, created in 1926», те саме стосується їх музеїв: «*Zoological Museum, founded in the early XIX century*» і «*Paleontological Museum, created in 1873*». Коректний варіант – *founded*.

Іноді зустрічаються друкарські помилки, як, наприклад, *entebred* замість *entered*; *professionals* замість *professionals* (ЗУНУ), але частіше це неправильний переклад: *technologies-equipped rooms* замість *technology-equipped rooms*, *cantinas* (бари в Іспанії та Латинській Америці) замість *canteens* (їдальні), *16.000 students* і *1.000.000 books* англійською – це 16 студентів і 1 книга, бо крапкою відділяються цілі числа. А у Львівській політехніці серед англійської мови з'явилась польська: *dyrektoriat* замість *university administration* або хоча б *directorate*.

Граматичні помилки у використанні часів «*The university ... had undergone numerous transformations throughout the flow of Ukraine's turbulent history, changing names...*» замість «*has undergone*» або «*Non-degree status give you a possibility choose different courses from different programs taught in different languages.*» замість «*Non-degree status gives you a possibility to choose different courses from different programs taught in different languages.*» (КМА); артиклів/пасивного стану: «*Hostel organized in corridor type.*» замість «*The hostel is organized in a corridor-style layout.*» (КПІ); «*I invite you to become part of our community*» замість «*I invite you to become a part of our community*» (ЧНУ); прийменників: «*To the entrant*» (information) замість «*For an applicant*»/«*For a prospective student*» (КАІ) зустрічаються набагато рідше.

Не можна не згадати про відсутність затверджених правил транскрипції/перекладу адрес, що призводить до варіацій в англійській мові: *str.* або *vul.*, використання називного або родового відмінків у перекладених прізвищах, частковий переклад або повна транслітерація. Приклади: *Kyiv-56, Academician Yangel str.*, 5; 37, *Prospect Beresteyskiy (former Peremohy)* (КПІ); 03058, *Ukraine, Kyiv, ave. Lubomir Husar*, 1 (КАІ); 2 *Skovorody vul.*, *Kyiv 04070, Ukraine* (КМА).

Ми не помітили широкого використання систем машинного перекладу, таких як Google Translate та DeepL. Такі системи забезпечують швидке створення англomовної версії сайту, але без подальшого редагування часто містять серйозні помилки, бо не враховують контекст. Наприклад, слово «*faculty*» може означати як «факультет», так і «викладацький склад», що ускладнює точне розуміння. Так, на вебсайтах університетів зустрічались лише *academic staff* або *employees*.

Проте видно, що перекладачі дуже дотримуються дослівного перекладу і допускають помилки типові для тих, хто не є носіями мови: *This year, 5,800 people have been enrolled to study at the institutes...* (ЗУНУ). Правильний варіант: *This year, 5,800 people have been enrolled in studying at the institutes...* Або ще природніше: *This year, 5,800 people have been enrolled in the institutes...* Зазвичай «*enrolled in*» використовується без «*to study*», оскільки сам процес зарахування вже передбачає навчання. Або *This year, 5,800 people have enrolled in the institutes...* – активний стан, якщо немає потреби у пасивній формі.

Дослівний переклад українських конструкцій часто призводить і до незрозумілих на перший погляд речень. Наприклад: «*The university prepares students in all forms of training.*» Коректний варіант: «*The university provides education to students through various training formats.*»

Трапляються помилки в порядку слів англійською мовою, адже він є досить сталим: «*Taras Shevchenko National University of Kyiv is today a classic university...*» замість «*Today Taras Shevchenko National University of Kyiv is a classic university...*» Це було зроблено швидше за все навмисно, щоб назва університету залишилась на першому місці (темою), бо поставити today у кінець неможливо через незакінченість речення.

Отже, проаналізувавши 13 сайтів провідних університетів України, ми прийшли до висновку, що більшість університетів просто перекладають наявні вкладки свого сайту, не переймаючись якісною локалізацією. Найкращий сайт з точки зору наповнення на нашу думку – це сайт Дніпровського національного університету імені Олеся Гончара. Усі вкладки працюють та є вся необхідна інформація. Харківський національний університет ім. В.Н. Каразіна та Ужгородський національний університет також доклали багато зусиль до англomовного наповнення своїх сайтів. Ними зручно користуватись. Інформація подана чітко та правильно.

Вважаємо, що для покращення якості локалізації вебсайтів університетів необхідно дотримуватися кількох важливих принципів:

1. Редакторська перевірка: професійне редагування та коректура англomовних текстів, що допоможе усунути лексичні, синтаксичні та стилістичні недоліки.

2. Використання спеціалізованих термінологічних баз: створення узгоджених глосаріїв із перекладом академічних термінів відповідно до міжнародних стандартів.

3. Врахування культурних аспектів: переклад має передавати не лише зміст, а й функціонально-комунікативні характеристики тексту, що сприятиме коректному сприйняттю інформації іноземними користувачами.

Перспективи подальших досліджень. Оскільки цифрові технології відіграють дедалі важливішу роль у процесі локалізації, перспективним напрямком досліджень є вплив штучного інтелекту та технологій CAT (Computer-Assisted Translation) на якість перекладу університетських вебсайтів. Аналіз останніх досліджень показує, що поєднання машинного перекладу з професійним редагуванням може значно підвищити ефективність локалізації [5].

Крім того, важливим аспектом є роль цифрової грамотності перекладачів у процесі адаптації контенту. Впровадження курсів із веблокалізації у навчальні програми фахівців із перекладу дозволить підвищити якість перекладацьких рішень у сфері академічної локалізації.

Висновки. Аналіз вебсайтів українських університетів свідчить про те, що останні не приділяють велику увагу повноцінній локалізації своїх сайтів. Виявлені неточності хоч і не є значними, але можуть створювати хибне уявлення про рівень компетентності викладацького складу та якість академічних програм. Основні труднощі пов'язані з відсутністю перекладу взагалі, невідповідністю термінології, лексичними, граматичними та стилістичними помилками.

Для покращення локалізації необхідно впроваджувати адаптивні стратегії перекладу, залучати професійних редакторів, використовувати термінологічні бази та автоматизовані системи перекладу. Подальші дослідження можуть зосередитися

на ролі штучного інтелекту в перекладацькому процесі та розвитку цифрової компетентності фахівців у галузі локалізації.

Література:

1. Літвінова М.М. Локалізація корпоративних вебсайтів: перекладацькі рішення. Режим доступу: <http://www.vestnik-philology.mgu.od.ua/archive/v58/65.pdf> (дата звернення: 22.02.2025).
2. Esselink B. A Practical Guide to Localization. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 2000. 488 p.
3. Esselink B. A Practical Guide to Software Localization. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1998. 309 p.
4. Дробіт І. Роль перекладу в процесі локалізації веб-сторінок: міждисциплінарний аналіз. *Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки*. 2017. Вип. 3. С. 362-365.
5. Christopher D. Mellinger Re-thinking translation quality. Revision in the digital age. Режим доступу: https://www.researchgate.net/publication/323762346_Re-thinking_translation_quality_Revision_in_the_digital_age (дата звернення: 22.02.2025).

Dolnyk I., Poliakova O., Shcherbyna A. To the Problems of Localizing the Websites of Leading Ukrainian Universities: Analysis of Translation Quality

Summary. The article is devoted to the localization issues of the leading Ukrainian universities' websites, particularly the quality of their content translation into English. Localization is considered a complex process that involves not only text translation but also its adaptation to communicative norms, cultural specifics, and the expectations of an international audience. University websites serve not only as informational resources but also as reputation-building tools, shaping the institution's image in the global academic environment. Accordingly, the quality of their localization affects the institution's attractiveness to international students, faculty, and partners.

The main stages of localization have been analyzed. Typical errors in the English versions of university websites have been identified, including literal translation, incorrect terminology choices, grammatical and stylistic inaccuracies. The study revealed that such errors can create barriers to intercultural communication.

The article also examines the role of automated translation tools, such as machine translation and CAT tools, and their impact on localization quality. Using such technologies without subsequent editing often leads to errors, particularly terminological inconsistencies. The importance of editorial review and terminology standardization in improving the English-language content of university websites is emphasized.

Based on the research findings, recommendations have been developed to enhance localization quality, including professional editing, terminology standardization, stylistic consistency, and the implementation of modern translation technologies. Future research prospects include analyzing the influence of artificial intelligence on the localization of educational web resources and the role of translators' digital literacy in ensuring content adaptation quality.

Key words: localization, university website, translation quality, academic discourse, terminology standardization, machine translation, intercultural communication, content adaptation.