

ЛІНГВОКУЛЬТУРНІ І ФУНКЦІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ ЦИФРОВИХ ТЕКСТІВ У ПЕРЕКЛАДАЦЬКОМУ АСПЕКТІ

LINGUOCULTURAL AND FUNCTIONAL PECULIARITIES OF DIGITAL TEXTS IN THE TRANSLATION ASPECT

Шилінська І.Ф.,

orcid.org/0000-0002-0700-793X

кандидат педагогічних наук, доцент,

*доцент кафедри іноземних мов та інформаційно-комунікаційних технологій
Західноукраїнського національного університету*

У статті проаналізовано специфіку цифрових текстів як мультимодальних, інтерактивних і гіпертекстуальних форм цифрової комунікації, що функціонують у глобалізованому інформаційному середовищі. Розглянуто вплив національно-культурних чинників на формування змісту, структури і стилістики цифрових текстів. Обґрунтовано, що переклад цифрових текстів виходить за межі традиційного міжмовного перенесення значень й передбачає комплексну локалізацію, яка охоплює мовні, стилістичні, прагматичні та технологічно-операційні параметри. На мовному рівні відтворення лінгвокультурної специфіки цифрових текстів передбачає адаптацію фразеологізмів, реалій, соціальних інститутів, термінології інтерфейсу. На стилістичному рівні відбувається адаптація тональності, комунікативного регістру, ступеня формальності та експресивності повідомлень. Прагматичний рівень локалізації передбачає зміну комунікативних стратегій відповідно до норм культури і очікувань конкретної аудиторії. Зазначено, що особливої уваги у процесі перекладу і локалізації потребують соціально чутливі теми, зокрема питання гендерної ідентичності, сім'ї, релігійної приналежності, а також політична та соціально-політична лексика.

У статті також окреслено технологічно-операційні аспекти локалізації цифрового контенту, зокрема, способи реалізації мультимодальності, інтерактивності, гіпертекстуальності. Зазначено, що технологічно-операційні особливості цифрового контенту зумовлюють використання лаконічних конструкцій, імперативних форм і скорочених синтаксичних моделей, можуть змінювати порядок елементів інтерфейсу та впливати на синтаксичну організацію перекладу.

Підкреслено що у цифровому контенті особливого значення набуває проблема балансу між комунікативною доцільністю та функціональністю. Ефективна локалізація цифрового продукту забезпечує його функціональну еквівалентність, культурну релевантність і комунікативну адекватність у цільовому соціокультурному середовищі.

Ключові слова: цифрові тексти, переклад, локалізація, лінгвокультурні особливості, мультимодальність, гіпертекстуальність, інтерактивність.

The paper analyzes the peculiarities of digital texts as multimodal, interactive and hypertextual forms of digital communication that function in a globalized information environment. The influence of national and cultural factors on building the content, structure and style of digital texts is considered. It is substantiated that the translation of digital texts goes beyond the traditional interlingual transfer of meanings and involves complex localization, which includes linguistic, stylistic, pragmatic and technological and operational parameters. At the linguistic level, the linguocultural transfer of digital texts involves the adaptation of phraseological units, realia, names of holidays, social institutions, and interface terminology. At the stylistic level, there is an adaptation of tonality, communicative register, degree of formality and expressiveness of messages. The pragmatic level of localization involves changing communication strategies in accordance with cultural norms and expectations of the target audience. It is noted that socially sensitive topics, in particular issues of gender identity, family, religious affiliation, as well as political and socio-political vocabulary, require special attention.

The paper also outlines the technological and operational aspects of digital content localization, in particular, ways of implementing multimodality, interactivity, and hypertextuality. It is noted that the technological and operational features of digital content lead to the use of concise constructions, imperative forms, and compressed syntactic models, can change the order of interface elements, and affect the syntactic organization of the translated text.

It is emphasized that in digital content, the problem of balance between communicative expediency and functionality is of particular importance. Effective localization of a digital product ensures its functional equivalence, cultural relevance, and communicative adequacy in the target socio-cultural environment.

Key words: digital texts, translation, localization, linguocultural peculiarities, multimodality, hypertextuality, interactivity.

Постановка проблеми. Сучасна епоха цифрових технологій характеризується глобалізацією інформаційного простору, високою швидкістю обміну інформацією та трансформацією моделей комунікації, що призводить до виникнення нових жанрів, способів вираження змісту й комунікативних стратегій. Використання

цифрових технологій зумовлює перехід від лінійної, односторонньої передачі інформації до інтерактивних, мережевих форм взаємодії, у межах яких кожен користувач може одночасно створювати і використовувати цифровий контент. Формування цифрового контенту відбувається на перетині мовних, культурних і техноло-

гічних чинників, що зумовлює його специфічні характеристики.

В умовах глобальної міжкультурної комунікації цифрові тексти стають домінуючим засобом обміну інформацією, носіями смислів, які формуються в межах конкретних лінгвокультурних спільнот, відображають їхні цінності, соціальні й комунікативні норми поведінки.

Водночас саме ця інтенсивна комунікація висуває на перший план проблематику якісного перекладу, результатом якого має бути не лише передача значень лексичних одиниць та граматичних конструкцій, а й відображення культурно специфічних смислів з урахуванням як мовних, так і культурних та технологічних чинників.

Аналіз останніх досліджень та публікацій.

У сучасних лінгвістичних дослідженнях цифрові тексти та цифрова комунікація стають об'єктом дедалі глибшого аналізу, оскільки вони репрезентують нові форми мовленнєвої та культурної взаємодії. Базову теоретичну основу цього напряму закладають дослідження комп'ютерно-опосередкованої комунікації – Computer-Mediated Communication, СМС (Дж. Б. Уолтер, С. Херрінг, Д. Крістал).

Особливості мови Інтернет спілкування, аналіз соціальних медіа, чатів та форумів, питання мовленнєвих норм онлайн спілкування, а також підходи до вивчення комп'ютерно-опосередкованого дискурсу стали предметом наукових розвідок американської лінгвістики С. Херрінг [1].

З позиції лінгвокультурного підходу М. О'Хаган, К. Мангірон у своїй праці [2] досліджують цифровий контент на матеріалі відеоігор, що представляють мультимодальний цифровий текст, у якому вербальні елементи функціонують у тісному зв'язку з візуальними, аудіальними та інтерактивними компонентами. Такий підхід істотно трансформує традиційні уявлення про текст, переклад і адаптацію культурно маркованих елементів.

У вітчизняній науковій літературі проблему перекладу англomовних повідомлень у соціальних мережах досліджують М. Колісник, Н. Самар, зосереджуючись на сленгу, неологізмах, емодзі та прагматичних аспектах як ключових елементах цифрової комунікації, що представляють основні труднощі перекладу та вимагають врахування культурних і комунікативних чинників [3].

І. Фролова, О. Кобзева зазначають, що переклад сьогодні виконує роль «форми культурного посередництва в сучасних цифрових глобальних просторах» [4, с. 49]. Авторки демонструють, що переклад цифрових текстів виходить за межі

класичного міжмовного перенесення і включає мультимодальні елементи, технологічні інновації та динамічну культурну адаптацію. За таких умов перекладач сьогодні виконує роль культурного медіатора у цифровому середовищі.

Незважаючи на зростаючу кількість наукових праць, присвячених проблемам перекладу та локалізації цифрового контенту, низка аспектів лінгвокультурної і функціональної специфіки цифрових текстів залишається недостатньо опрацьованою в сучасному перекладознавстві. Передусім це пов'язано з динамічним розвитком цифрового середовища, швидкою еволюцією текстових форматів і гібридним характером цифрових жанрів, які поєднують вербальні, візуальні та аудіальні компоненти.

Зважаючи на сказане, **метою** дослідження є комплексний аналіз лінгвокультурних і функціональних особливостей цифрових текстів та з'ясування специфіки їх відтворення з урахуванням вимог локалізації й умов сучасної цифрової комунікації. Для реалізації поставленої мети окреслено наступні **завдання**: визначити функціональні особливості цифрових текстів у перекладацькому вимірі; проаналізувати лінгвокультурні параметри цифрових текстів та охарактеризувати їхній вплив на перекладацькі рішення; з'ясувати роль прагматичної адаптації та технологічно-операційних чинників у забезпеченні функціональної адекватності перекладу цифрового контенту.

Виклад основного матеріалу дослідження. Цифровий текст є нелінійною, динамічною структурою, що поєднує вербальні, візуальні, аудіальні та програмні компоненти й реалізується через взаємодію користувача з інтерфейсом. Жанрова специфіка цифрових текстів (мікроконтент, короткі сповіщення, тексти соціальних мереж) зумовлена особливостями функціонування комунікації в мережевому середовищі. Крім того, цифрові тексти функціонують у середовищі інтеграції традиційних та нових засобів масової інформації, що передбачає взаємодію різних форматів і платформ. Це сприяє формуванню гібридних жанрів, які поєднують особливості статей, реклами, особистого блогу та інтерактивних платформ. На відміну від традиційних друкованих жанрів, цифрові тексти характеризуються гіпертекстуальністю, мультимодальністю та інтерактивністю.

Мультимодальність передбачає розкриття змісту за допомогою декількох модальностей (семіотичних систем) передачі інформації, зокрема тексту, зображення, звуку або відео [5, с. 90]. Такий підхід розширює традиційний текст за рахунок включення невербальних елементів, що підси-

люють сприйняття й комунікацію оскільки зміст передається не лише лексичними одиницями, а й іншими знаковими ресурсами.

Інтерактивність цифрового контенту розглядається як багатовимірна функція, що охоплює взаємодію між аудиторією, контентом і технологічними компонентами цифрового середовища [6, с. 210]. Таким чином, цифровий текст набуває нелінійної структури, варіативності інтерпретації та динамічності, що відрізняє його від традиційного друкованого тексту.

Гіпертекстуальність характеризується наявністю гіперпосилань, які дозволяють користувачу вільно переходити між фрагментами тексту та іншими мультимодальними елементами, створюючи нелінійну структуру повідомлення, яка сприяє розширенню контексту, інтерактивній навігації та сегментації інформації [6, с. 211].

Усі ці функціональні характеристики зумовлюють нові вимоги до перекладу мовних одиниць, передачі стилю повідомлення та структури цифрових текстів.

У сучасному перекладознавстві «переклад» традиційно трактується як процес чи діяльність передачі змісту тексту однієї мови іншою мовою або як результат цієї діяльності [7, с. 10].

Натомість поняття «локалізація» розглядається значно ширше. Локалізація є комплексним міждисциплінарним процесом, який поєднує переклад, культурну адаптацію та технічну інтеграцію контенту, особливо в межах таких цифрових продуктів як відеоігри вебсайти, мобільні застосунки [2].

Передача лінгвокультурних і функціональних особливостей цифрових текстів під час перекладу та локалізації з англійської мови на українську є комплексним процесом, що охоплює мовний, стилістичний, прагматичний і технологічно-операційний рівні адаптації цифрового контенту.

Цифровий текст як складова мультимодальної системи має забезпечити ефективну взаємодію користувача з цифровим контентом. Тому його зміст тісно пов'язаний з функціональністю кнопок, меню, гіперпосилань та інших елементів інтерфейсу. У перекладацькому аспекті це зумовлює необхідність орієнтації не лише на змістову еквівалентність, а й на збереження функціональної адекватності, тобто здатності тексту перекладу виконувати ту саму комунікативну роль у новому культурному контексті.

Вплив національно-культурних чинників на формування цифрових текстів виявляється насамперед у способах концептуалізації дійсності та представлення інформації відповідно до

національно-культурних норм і комунікативних очікувань цільової аудиторії. Це проявляється у виборі тем, змісту, мовних засобів, тональності повідомлень, допустимому рівні експресивності, формальності звертань. Наприклад, цифрові тексти, орієнтовані на західні культури, часто характеризуються лаконічністю та індивідуалістичною спрямованістю, тоді як контент для східноазійських культур вирізняється більшою контекстуальністю та колективістською спрямованістю.

На мовному рівні відтворення лінгвокультурної специфіки цифрових текстів передбачає адаптацію фразеологізмів, реалій, назв свят, соціальних інститутів, а також термінології інтерфейсу. Ідіоми та фразеологізми замінюють відповідними аналогами у мові перекладу або описовими конструкціями, щоб уникнути втрати смислу. Такі одиниці часто використовуються в маркетингових слоганах, інтерфейсних повідомленнях, блогах, сповіщеннях і навіть у назвах функцій. Наприклад, типовим виразом для англійських маркетплейсів, зокрема Amazon, AliExpress є «*Grab a Deal*» («*Grab Deals*»), що можна локалізувати як: «*Скористайся вигідною пропозицією*» або «*Встигни купити зі знижкою*».

Символи, кольори, формати для дати і часу, система вимірювання також потребують адаптації, оскільки їхнє значення може істотно відрізнятися у різних культурах [8].

Зокрема, такі англійські реалії як *Black Friday Deals*, *Amazon Prime Day* на вебсайтах чи додатках електронної комерції доцільно замінити на зрозумілі для українського користувача назви подій (*знижки до чорної п'ятниці; ексклюзивний розпродаж на Амазон*). Водночас одиниці виміру (*miles, pounds, inches*) трансформуються відповідно до метричної системи, що функціонує в Україні (*кілометри, кілограми, сантиметри*), наприклад, *Size chart in inches* – *Розмірна сітка в сантиметрах*.

Важливе значення під час перекладу цифрових текстів має унормування термінології, особливо в контексті інтерфейсу користувача. Термінологія мобільних застосунків і вебсайтів формується під впливом англійської мови як глобальної мови ІТ, тому перекладачеві доводиться обирати між ustalеними відповідниками (*settings* – налаштування, *account* – обліковий запис, *sign in* – увійти, *log out* – вийти), калькуванням, транслітерацією або описовим перекладом.

Стилістично цифровий контент тяжіє до гібридних форм, поєднуючи елементи усного й писемного мовлення, офіційного та розмовного

стилів, що по-різному інтерпретується в різних культурах [9].

На стилістичному рівні відбувається адаптація тональності, комунікативного реєстру, ступеня формальності та експресивності. Англійські мобільні застосунки часто використовують неформальний, дружній стиль із прямими імперативами (Get started!, Try it now!), тоді як в українській локалізації імперативні конструкції можуть пом'якшуватися або трансформуватися в більш нейтральні форми (Розпочніть роботу; Спробуйте зараз). Важливою є також адаптація форм звертання: англійська мова не диференціює формальне й неформальне «ти/ви», тоді як українська версія перекладу має враховувати це розмежування залежно від цільової аудиторії застосунку. Для соціальних мереж типовим є звертання на «ти», тоді як фінансові чи офіційні платформи віддають перевагу формі «Ви».

Крім того, стилістична адаптація охоплює трансформацію маркетингових слоганів, уникнення буквального перекладу і створення функціонально еквівалентного ефекту в межах конкретної мовної картини. Наприклад, для перекладу маркетингового слогану: «*Think outside the box*» застосовується функціональний підхід або описовий переклад: «*Мисли нестандартно*»; «*Шукай нетипові рішення*». В іншому випадку: «*The sky is the limit*» застосовується локалізація: «*Можливості безмежні*» оскільки дослівний переклад: «*Небо – це межа*» не передає смислове значення виразу.

Особливого значення у процесі перекладу і локалізації цифрових текстів набуває прагматичний чинник, оскільки значна частина цифрового контенту має спонукальний характер (заклики до дії, інструкції, повідомлення про помилки, системні сповіщення). Перекладач повинен враховувати очікувану реакцію адресата, норми ввічливості, прийняті моделі комунікативної поведінки та стандарти цифрового дискурсу відповідної культури. Крім того, функціональні особливості цифрових текстів зумовлені їхньою лаконічністю, фрагментарністю та залежністю від технічних обмежень інтерфейсу (кількість символів, формат відображення, адаптивність до різних пристроїв). У зв'язку з цим переклад вимагає точності, стислості, а також узгодженості з загальною структурою цифрового продукту.

Прагматичний рівень локалізації передбачає зміну комунікативних стратегій відповідно до норм культури і очікувань конкретної аудиторії, врахування прагматичних параметрів комунікації: наміру автора, передбачуваної реакції реципі-

єнта, соціальних ролей учасників комунікативної взаємодії та норм мовленнєвої поведінки.

Це стосується зокрема, способів вираження переконання, ступеня категоричності, етичних обмежень і правових вимог окремо взятого законодавства. Вебсайти електронної комерції або стримінгові сервіси (Netflix та ін.) містять тексти політики конфіденційності, умов користування та повідомлення про обробку даних, які адаптуються відповідно до законодавства та регулятивних норм певної країни.

Одним із ключових об'єктів прагматичної адаптації є національна символіка. У міжнародних цифрових платформах, зокрема таких як *Airbnb* або *Booking.com*, під час локалізації змінюються не лише текст, а й добір зображень, кольорові гами, приклади святкових подій і культурно марковані елементи інтерфейсу.

Локалізація кольорів у різних культурах передбачає врахування символічних, релігійних, історичних та емоційних конотацій, які можуть істотно відрізнятися залежно від країни чи регіону. Так, білий колір у Європі та США асоціюється із символом чистоти, тоді як у Японії, Китаї, Південній Кореї – це колір жалоби і його надмірне використання при локалізації сайтів може призвести до небажаних асоціацій.

Особливі уваги потребують соціально чутливі теми, зокрема питання гендерної ідентичності, сім'ї, релігійної приналежності, а також політична та соціально-політична лексика, сприйняття якої істотно варіюється залежно від національного, історичного та ідеологічного контексту окремої країни.

Так, наприклад, у цифрових сервісах компанії *Meta Platforms* локалізація передбачає добір гендерно коректних форм та використання нейтральних формулювань у повідомленнях користувачам. Те, що в одній культурі сприймається як дружня неформальність, в іншій може трактуватися як фамільярність або недоречність. Тому при локалізації необхідно враховувати культурно зумовлені моделі ввічливості, комунікативну дистанцію та соціальну ієрархію.

Технічні параметри цифрового середовища безпосередньо впливають на вибір перекладацьких стратегій. Обмеження простору в мобільних застосунках або кнопках інтерфейсу зумовлюють використання лаконічних конструкцій, імперативних форм і скорочених синтаксичних моделей. Крім того, технічні особливості, такі як підтримка мов із правостороннім письмом (арабські чи споріднені графічні системи) або необхідність адаптації до різних операційних систем,

можуть змінювати порядок елементів інтерфейсу та впливати на синтаксичну організацію перекладу.

Технологічно-операційний рівень адаптації цифрового контенту пов'язаний із дотриманням обмежень програмного забезпечення (кількість символів, форматування, адаптивність до різних пристроїв). Навіть адекватний з лінгвістичного погляду переклад може втратити функціональність у разі неврахування цих чинників

Забезпечення мультимодальності в процесі локалізації полягає у збереженні та адаптації різних семіотичних модальностей – тексту, зображення, аудіо, відео, анімації, графічного інтерфейсу. Наприклад, зміна текстового повідомлення в інтерфейсі може вимагати іншого розміщення кнопок, адаптації розміру шрифту або зміни дизайну графічних елементів через різну довжину слів у мовах. Крім того, відео- та аудіоконтент потребують синхронізації перекладеного тексту із зображенням та звуковою доріжкою (субтитри, дубляж, закадровий переклад), що забезпечує семіотичну цілісність повідомлення в новому культурному контексті.

Інтерактивність цифрового контенту під час локалізації реалізується через адаптацію форм взаємодії користувача з інтерфейсом. Це охоплює переклад і функціональне тестування кнопок, форм зворотного зв'язку, системних повідомлень, спливаючих підказок та інших елементів, що передбачають активну участь користувача. Локалізація інтерактивних компонентів повинна забезпечувати зрозумілість інструкцій, відповідність моделям комунікації, а також дотримання місцевих правових і технічних вимог.

Гіпертекстуальність забезпечується через збереження та адаптацію мережевої структури тексту. Під час локалізації важливо не лише перекласти текст гіперпосилань, а й зберегти їхню

функціональність, логічну послідовність і когерентність у межах цільової версії продукту. Іноді структура сайту або застосунку модифікується відповідно до очікувань конкретної аудиторії (наприклад, зміна порядку інформаційних блоків чи пріоритетності розділів).

У цифровому контенті особливого значення набуває проблема балансу між комунікативною доцільністю та функціональністю. З одного боку, переклад повинен відповідати культурним очікуванням цільової аудиторії, забезпечуючи прагматичну релевантність і природність мовлення. З іншого боку, текст має залишатися функціонально придатним у межах інтерфейсу та логіки програми.

Якщо мовна адаптація порушує структурну цілісність інтерфейсу або ускладнює навігацію, комунікативна ефективність продукту знижується. Водночас надмірна технічна стандартизація без урахування культурних особливостей може призвести до втрати оригінальності повідомлень та зниження довіри користувача.

Висновки. Переклад і локалізація цифрових текстів є не просто відтворенням змісту, а процесом реконструкції культурного коду в умовах іншої мовної системи. Ефективна локалізація сприяє інтеграції продукту в іншомовний соціокультурний простір, зберігаючи функціональність інтерфейсу та забезпечуючи культурну відповідність, прагматичну доцільність та адекватність мовного вираження для цільової аудиторії. Взаємодія лінгвокультурних і технічних чинників формує нову модель перекладацької діяльності, у якій перекладач виступає не лише мовним посередником, а й учасником технологічного процесу створення цифрового контенту.

Перспективу подальших досліджень вбачаємо у практичному аналізі перекладацьких рішень та якості локалізації цифрового контенту, зокрема вебсайтів та відеоігор.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Herring S. C. Language and the Internet. International Encyclopedia of Communication / ed. by W. Donsbach. Blackwell Publishers, 2008. URL: <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/9781405186407.wbiecl005>
2. O'Hagan M., Mangiron C. Game localization: Translating for the global digital entertainment industry. John Benjamins. 2013. URL: <https://doi.org/10.1075/btl.106>
3. Колісник М., Самар Н. Особливості перекладу англomовних повідомлень у сфері цифрової комунікації. *Advanced Linguistics*. 2025. №16. С. 111 – 119. URL: <https://doi.org/10.20535/2025.16.343979>
4. Фролова І., Кобзева О. Переклад як культурне посередництво в цифрових глобальних просторах. *Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія*. 2025. Вип. 10. С. 49 – 54. URL: <https://doi.org/10.32782/philspu/2025.10.8>
5. Ткачик О., Захарченко Н. Мультимодальність сучасної англomовної інтернет-комунікації. *Advanced Linguistics*. 2022. №10. С. 87 – 92. URL: <https://doi.org/10.20535/2617-5339.2022.10.266944>

6. Загорулько Д. Інтерактивність, мультимедійність, гіпертекстуальність: співвіднесеність ключових характеристик онлайн-медіа. *Обрії друкарства*. 2025. №1 (17). С. 205 – 219 . URL: [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1\(17\).324229](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2025.1(17).324229)

7. Корунець І. В. Теорія і практика перекладу (аспектний переклад). Вінниця, 2003 р. 448 с.

8. Esselink B. A Practical Guide to Software Localization. Amsterdam / Philadelphia: John Benjamins Publishing Company, 1998. 309 p.

9. Crystal D. Internet Linguistics: A Student Guide. London; New York: Routledge, 2011. 180 p.



Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0

Дата першого надходження статті до видання: 25.02.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 30.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 07.05.2026