

УДК 811.111–055.2:004.738

DOI <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2026.2.1/35>**Лаврик О. В.**<https://orcid.org/0000-0001-7873-5929>

Національний університет «Одеська політехніка»

**Ніколаєва Т. М.**<https://orcid.org/0000-0002-4642-1578>

Київський національний університет укультури і мистецтв

**Мороз Т. О.**<https://orcid.org/0000-0002-2839-0739>

Національний університет кораблебудування імені адмірала Макарова

## СТРАТЕГІЇ ЛОКАЛІЗАЦІЇ КОНТЕНТУ В МУЛЬТИМОВНОМУ МЕДІАПРОСТОРИ

У сучасному глобалізованому світі мультимовний медіапростір (далі – ММ) зумовлює нові вимоги до локалізації контенту (далі – ЛК), спрямовані на ефективну адаптацію інформації для різних мовних і культурних аудиторій. Метою цього дослідження є вивчення сучасних підходів до ЛК та визначення ефективних методів його адаптації для багатомовних і культурно різноманітних користувачів. Для досягнення поставленої мети застосовано комплекс теоретичних методів, зокрема аналіз, синтез, абстрагування, індукція та дедукція, а також емпіричний метод спостереження. У результаті дослідження проаналізовано сучасні підходи та моделі ЛК на глобальних і локальних медіаплатформах. Виявлено, що на глобальних платформах переважають централізовані підходи з масштабним використанням машинного перекладу та автоматизованими алгоритмами, тоді як локальні платформи надають перевагу децентралізованим рішенням, які враховують культурні особливості. Крім того, класифіковано основні стратегії локалізації: лінгвістичні (прямий переклад, транскреція), культурні (доместикація, форенізація) та технологічні (машинний переклад, автоматизована мультимедійна локалізація). У дослідженні також сформульовано рекомендації для успішної ЛК. Зокрема, запропоновано використовувати професійний переклад з урахуванням стилю та термінології, адаптувати культурні елементи, а також поєднувати лінгвістичну, культурну та технологічну адаптацію для досягнення максимальної ефективності. Висновки дослідження підтверджують важливість комплексного підходу до ЛК, який враховує специфіку цільової аудиторії та її культурні контексти. Це дозволяє не лише забезпечити якість перекладу, але й підвищити взаємодію з користувачами та задовольнити їхні потреби.

**Ключові слова:** локалізація контенту, адаптація, культурні особливості, машинний переклад, транскреція, доместикація, технологічні стратегії, користувацький досвід, міжнародна комунікація.

**Постановка проблеми.** Глобальний ММ набуває все більшої актуальності у зв'язку зі зростанням потреби у створенні та адаптації контенту для різних культурних і мовних груп. ЛК є важливим елементом цього процесу, оскільки вона забезпечує ефективну комунікацію між виробниками інформації та їхньою аудиторією. Водночас навіть за наявності значних ресурсів багато компаній стикаються з труднощами, пов'язаними з вибором оптимальних стратегій адаптації матеріалів, що зумовлює потребу в системному підході до локалізації.

Складність процесу локалізації зумовлюється поєднанням лінгвістичних, культурних, технологічних та економічних чинників. Переклад текстів не завжди гарантує точність і адекватність переданого змісту, а застосування різних методів адаптації, таких як функціональний переклад або транскреція, значно впливає на сприйняття матеріалу. Крім того, при ЛК обов'язково варто враховувати культурні особливості аудиторії, зокрема її традиції, цінності та символіку, оскільки неповна або неточна адаптація може призвести до непоро-

© Лаврик О. В., Ніколаєва Т. М., Мороз Т. О., 2026

Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу CC BY 4.0



зумінь і негативної реакції користувачів. У цьому контексті технологічні інструменти локалізації розглядаються як засіб оптимізації перекладацьких процесів, проте використання машинного перекладу (далі – МП) та інших цифрових рішень потребує ретельної перевірки, оскільки вони не завжди здатні адекватно враховувати контекст і культурні нюанси. Вибір таких інструментів часто зумовлюється економічними обмеженнями, що впливають на стратегії локалізації та спричиняють звернення до менш ресурсомістких перекладацьких рішень замість професійного перекладу й творчої адаптації контенту.

Ці виклики безпосередньо пов'язані з актуальними завданнями наукових досліджень у сфері перекладу та комунікацій, оскільки вимагають комплексного аналізу ефективності різних підходів до локалізації та оцінки їхнього впливу на сприйняття й взаємодію аудиторії. Практичне значення таких досліджень полягає в підвищенні ефективності ЛК, що забезпечує доступність і зрозумілість інформації для різних користувачів та водночас підтримує високий рівень якості переданого змісту.

Актуальність роботи визначається необхідністю розроблення ефективних стратегій локалізації, які інтегрують мовні, культурні й технологічні аспекти, забезпечуючи комплексну адаптацію контенту під різні регіони та аудиторії. Такий підхід сприяє формуванню більш зрозумілого й інтегрованого медіапростору, що дозволяє користувачам отримувати релевантну інформацію незалежно від їхньої мовної чи культурної приналежності та водночас зміцнює позиції медіаплатформ у глобальному контексті.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Сучасні напрацювання у сфері стратегій ЛК в ММ показують, що інтенсивний розвиток цифрових технологій та глобальні комунікаційні процеси суттєво змінюють методи адаптації інформації під потреби різних мовних і культурних груп. Зокрема, Л. Данг (L. Dung) вивчає вплив глобалізації на практики перекладу та попит на перекладачів, показуючи, що технології, зокрема МП і CAT-інструменти, трансформують робочі процеси й підвищують їхню ефективність, тоді як зростання потреби в локалізації супроводжується викликами щодо підтримки якості перекладу, адаптації до технологічних змін і культурних особливостей [8]. На цифровій трансформації перекладу як форми культурного посередництва зосереджуються І. Фролова та О. Кобзева, підкреслюючи, що сучасні технології, мультимодальні

елементи та колаборативні цифрові спільноти змінюють роль перекладача, перетворюючи його на культурного куратора, а інтегрована модель поєднує технологічні можливості з гуманістичним підходом [6]. Локалізаційні дослідження англійських і китайських журналів аналізують Х. Лю (X. Liu), В. Сяо (W. Xiao) та К. Лю (K. Liu), виявляючи відмінності в підходах і наголошуючи на потребі в подальшому розвитку емпіричних методів, особливо у сфері локалізації ігор [11]. Еволюцію МП описують Д. Атаман та співавтори (D. Ataman et al.), показуючи, як самостійне навчання та мультимодальні підходи сприяли створенню великих мовних моделей, здатних виконувати різноманітні NLP-завдання [7]. Локалізацію відеоігор висвітлюють О. Каневська та І. Білий, підкреслюючи роль штучного інтелекту (далі – ШІ, англ. AI) та МП у забезпеченні адаптації контенту до мовних, культурних і технічних особливостей, що є критично важливим для успіху продуктів на міжнародних ринках [3]. Нейропсихологічні механізми сприйняття різних форматів відеоконтенту досліджує Я. Титаренко (Y. Tytarenko), показуючи, як вони впливають на емоційне залучення, когнітивне навантаження й економічну ефективність медіа через взаємозв'язок психологічних процесів та поведінкових реакцій споживачів [15]. Міжнародні навчальні програми з соціальної роботи в Азії аналізують М. Хіґашіда та колеги (M. Higashida et al.), акцентуючи на важливості адаптації навчальних планів до регіональних контекстів та необхідності постійного діалогу і спільних досліджень [9]. Застосування ШІ й глибинного навчання у створенні весільного фото- та відеоконтенту вивчає С. Хара (S. Khara), показуючи їхній вплив на підвищення якості, індивідуалізації та художньої узгодженості продукту [10]. Особливості мовної локалізації цифрових продуктів аналізує Ю. Головацька, формулюючи рекомендації для підготовки здобувачів лінгвістичних напрямів і акцентуючи на необхідності технічних знань, культурної адаптації та використання сучасних CAT-інструментів [1]. Помилки локалізації вебсайтів німецьких компаній українською мовою досліджує М. Літвінова, підкреслюючи важливість адаптації текстового контенту до лінгвокультурного та функціонального контексту для забезпечення ефективної міжкультурної комунікації [4].

Попри значний обсяг досліджень, залишається недостатньо вивченою інтеграція різних технологічних і культурних підходів у ММ, зокрема комбінування МП, ШІ та мультимодальних стратегій для оптимальної локалізації різнопланового

контенту. Нерозв'язаними залишаються питання стандартизації процесів локалізації, оцінки якості адаптованого контенту в різних культурних контекстах та впливу нових технологій на міжкультурну комунікацію. У межах поточного дослідження планується заповнити ці прогалини, дослідивши ефективні стратегії адаптації контенту для різних мовних і культурних аудиторій, що дозволить підвищити академічну обґрунтованість і практичну цінність результатів роботи.

**Постановка завдання.** Мета статті – дослідити сучасні стратегії ЛК в ММ та визначити ефективні підходи адаптації інформації для різних мовних і культурних аудиторій.

Завдання дослідження:

- 1) проаналізувати сучасні підходи та моделі ЛК на глобальних і локальних медіаплатформах;
- 2) визначити та класифікувати основні стратегії локалізації (лінгвістичні, культурні, технологічні) в сучасних медіа;
- 3) сформулювати рекомендації щодо успішної ЛК та його застосування в різних мовних і культурних контекстах.

**Виклад основного матеріалу.** Локалізація контенту в ММ полягає в комплексній адаптації інформаційних матеріалів до мовних, культурних та соціальних особливостей різних аудиторій. Вона передбачає не лише переклад текстів, а й урахування культурного контексту, символіки, гумору, локальної термінології та специфіки користувачького досвіду, що забезпечує точність

передання змісту й релевантність повідомлень. Такий підхід сприяє підвищенню сприйняття контенту, формує позитивний імідж бренду, розширює аудиторію та зміцнює лояльність користувачів, одночасно забезпечуючи доступність матеріалів для різних мовних і культурних груп у глобальному медіапросторі. Завдяки такій комплексності можна оцінити, які підходи та стратегії локалізації є ефективнішими для різних платформ і категорій користувачів, а також з'ясувати, які чинники впливають на їхній рівень залученості.

Аналіз сучасних моделей локалізації на глобальних і локальних медіаплатформах дозволяє наочно порівняти різні стратегії, їхні переваги та обмеження, що є важливим для вибору оптимального підходу до адаптації контенту. Розгляд цих підходів дає змогу визначити, як ефективно інтегрувати мовні, культурні й технологічні аспекти в процес локалізації для забезпечення максимальної релевантності та якості комунікації. Порівняння підходів і моделей ЛК наведено в (табл. 1).

Глобальні платформи здебільшого застосовують централізований підхід, що базується на стандартизованих процесах та високому рівні автоматизації. Така стратегія дозволяє забезпечувати однорідність контенту та ефективність його виробництва, однак водночас обмежує можливість культурної адаптації, що може знижувати релевантність матеріалів для локальної аудиторії. Натомість локальні платформи спираються на децентралізовані рішення, які враховують регіо-

Таблиця 1

Порівняння підходів і моделей ЛК

Категорія	Глобальна платформа	Локальна платформа
Стратегія адаптації	Централізований підхід: стандартизовані процеси, автоматизація	Децентралізований підхід: гнучке й контекстно орієнтоване локалізаційне рішення
Контентна тактика	Масштабне використання МП+ редагування людиною	Переважно ручний переклад з урахуванням культурних особливостей
Якість перекладу	Автоматична оцінка якості, стандартизовані метрики	Глибокий кастомний QA (Quality Assurance), залучення мовних експертів
Адаптація мультимедіа	Субтитри й дубляж з автоматичними алгоритмами	Локальні голоси, адаптовані субтитри
SEO-оптимізація	Глобальна стратегія з ключовими словами	Локальні семантичні ядра
Управління термінологією	Єдина централізована база	Регіональні термінологічні набори
Взаємодія з користувачами	Масові інструменти зворотного зв'язку	Краудсорсинг локальних спільнот
Правові та культурні вимоги	Базові правові перевірки	Глибокий аналіз місцевих норм
Автоматизація	CI (Continuous Integration) / CD (Continuous Deployment/Delivery) для оновлення локалізацій	Гнучке управління релізами
Мова й регіональні варіанти	Підтримка широких мовних груп	Підтримка локальних діалектів
UX (User Experience) / UI (User Interface) адаптація	Стандартизовані інтерфейси	Регульовані макети під ринок

Джерело: створено авторами за джерелами [5, с. 368; 12, с. 2; 13, с. 34; 17, с. 88]

нальні та культурні особливості, і завдяки цьому контент стає більш відповідним очікуванням користувачів [5, с. 368]. У таких умовах застосування ручного перекладу з урахуванням культурних нюансів сприяє глибокій адаптації матеріалів і підвищує залученість аудиторії.

Процес локалізації неможливо відокремити від контролю якості. В автоматизованих системах глобальних платформ оцінка контенту відбувається оперативно й на основі стандартів, а в локальних рішеннях мовні експерти здійснюють ретельну перевірку матеріалів. Попри те, що це потребує більших ресурсів, такий підхід забезпечує точніше відтворення смислу й культурної специфіки. Схожі відмінності проявляються і в адаптації мультимедійного контенту: автоматичне створення субтитрів і дубляжу на глобальних платформах дозволяє швидко охоплювати широку аудиторію, знижуючи культурну релевантність, тоді як застосування локальних голосів і адаптованих субтитрів робить матеріали більш прийнятними для конкретних цільових груп [12, с. 2].

Ефективність комунікації також залежить від стратегії SEO-оптимізації та упорядкування термінології [17, с. 88]. Загальні підходи глобальних платформ орієнтовані на ключові слова й централізовані бази термінів для збереження стилістичної єдності, що іноді обмежує локальну релевантність і точність передачі інформації. Локальні рішення формують семантичні ядра та регіональні набори

термінів з урахуванням мовних особливостей, що дозволяє точніше відповідати очікуванням користувачів і підвищує ефективність комунікації.

Взаємодія з користувачами та правові аспекти також визначають відмінності в підходах. Глобальні платформи зазвичай застосовують масові інструменти зворотного зв'язку та базові перевірки регуляторних вимог, натомість локальні рішення активно залучають краудсорсинг і враховують культурні та юридичні норми конкретного регіону, що потребує детального аналізу й створює додаткові виклики в контролі якості. Автоматизація процесів локалізації в глобальних платформах реалізується через CI/CD, що дозволяє швидко оновлювати контент, натомість локальні платформи потребують більш гнучкого управління релізами, що ускладнює організацію процесу [13, с. 34].

Мовні варіанти контенту відіграють важливу роль у забезпеченні релевантності та зручності використання. Підтримка широких мовних груп характерна для глобальних платформ, водночас локальні рішення враховують діалектні та регіональні особливості, що дозволяє досягти більш точного відображення потреб користувачів.

Отже, вибір стратегії локалізації має визначатися цілями компанії та специфікою ринку. Ефективна комунікація та адаптація контенту до потреб різних аудиторій потребують врахування як переваг централізованого підходу, так і гнучкості

Таблиця 2

**Класифікація стратегій ЛК в ММ**

Тип стратегії	Назва стратегії	Сутність та основні характеристики
Лінгвістична	Прямий переклад	Передавання змісту без значної адаптації стилю чи культурного контексту
	Функціональний переклад	Орієнтація на комунікативну функцію тексту, а не буквальну відповідність
	Транскреація	Креативне переосмислення контенту з урахуванням мови й стилю аудиторії
	Локалізація термінології	Адаптація спеціальної лексики до мовних норм регіону
Культурна	Культурна адаптація	Урахування традицій, цінностей, табу, соціальних норм
	Доместикація	Наближення контенту до культури реципієнта
	Форенізація	Збереження культурної «інакшості» оригіналу
	Локалізація гумору та символіки	Переклад жартів, мемів, алюзій
Технологічна	МП	Автоматичний переклад із мінімальним втручанням людини
	МП + редагування (РЕМТ)	Поєднання МП та людської корекції
	Використання CAT-інструментів	Пам'ять перекладу, термінологічні бази
	Автоматизована мультимедійна локалізація	Автосубтитри, дубляж, синтез голосу
Комбінована	AI-локалізація	ШІ для адаптації стилю, тону, UX
	Гібридна стратегія	Поєднання лінгвістичних, культурних і технологічних підходів
	Краудсорсингова локалізація	Залучення користувачів до перекладу

Джерело: створено авторами за джерелами [2, с. 272; 14, с. 3; 16, с. 116]

локальних рішень, що підкреслює значення систематичного аналізу стратегій локалізації залежно від контексту.

У медійному середовищі важливо визначити та класифікувати основні стратегії локалізації, які умовно можна поділити на лінгвістичні, культурні й технологічні. Кожна з цих стратегій має свої особливості та сфери застосування, що дозволяє адаптувати контент до потреб різних аудиторій.

Як бачимо з таблиці 2, лінгвістичні стратегії зосереджуються на мовному аспекті та охоплюють різні форми адаптації. Наприклад, прямий переклад може бути доречним для новинних сайтів, де важливо зберігати точність інформації. Водночас функціональний переклад акцентує на комунікативній меті тексту, що робить його більш ефективним у маркетингових матеріалах [14, с. 3]. Транскреція передбачає креативне переосмислення контенту та є важливою в рекламних кампаніях, де необхідно враховувати мовні й стилістичні особливості цільової аудиторії. Локалізація термінології, зокрема в наукових і технологічних медіа, забезпечує відповідність спеціалізованої лексики мовним нормам конкретного регіону.

Культурні стратегії стосуються соціальних аспектів, враховуючи традиції та цінності аудиторії. Культурна адаптація дозволяє контенту стати зрозумілішим і прийнятнішим для споживачів. Доместикація наближає матеріал до культури реципієнта, тоді як форенізація зберігає оригінальні культурні елементи [16, с. 116]. Адаптація гумору та символіки є важливою для соціальних платформ, де жартівливий контент може потребувати значних змін для забезпечення його сприйняття в різних культурних контекстах.

Технологічні стратегії використовують новітні технології для автоматизації процесів локалізації. МП може забезпечити швидкість обробки контенту, проте його точність зазвичай потребує доопрацювання фахівцем. Використання CAT-інструментів, таких як пам'ять перекладу, підвищує професійний рівень локалізації та консистентність термінології. Автоматизована мультимедійна локалізація, зокрема автосубтитри та дубляж, є все більш поширеною на відеоплатформах, а застосування ШІ надає нові можливості для персоналізації контенту [13, с. 272].

Комбіновані стратегії, такі як краудсорсингова локалізація або гібридні підходи, об'єднують елементи різних стратегій, що дозволяє залучати користувачів до процесу адаптації контенту. Це не лише підвищує ефективність ЛК, але й створює відчуття спільності серед користувачів.

Отже, класифікація стратегій локалізації підкреслює їхню багатогранність і значущість у глобалізованому інформаційному просторі. Кожен підхід має власні унікальні характеристики та сфери застосування, що робить їх незамінними інструментами для адаптації контенту до потреб різних аудиторій. У цьому контексті особливо важливо розуміти, як ефективно реалізувати локалізацію, щоб вона максимально відповідала очікуванням і потребам користувачів. Стратегії ЛК в ММ наведено в (табл. 3).

Отже, стратегії локалізації можуть відрізнятися залежно від контексту та особливостей ринку. Однією з основних є лінгвістична стратегія, що передбачає застосування професійного перекладу з урахуванням стилю та термінології. Вона особливо важлива для мов із високим рівнем формалізації або спеціалізованими термінами, наприклад у сфері ІТ чи науки. Головна мета такого підходу – забезпечити точність і зрозумілість контенту для локальної аудиторії.

Крім того, транскреція креативного контенту стає необхідною на ринках із культурними відмінностями, де чутливість до маркетингових повідомлень є високою. Такий підхід дозволяє підвищити залученість споживачів і забезпечити культурну релевантність рекламних кампаній у соціальних мережах чи на стримінгових платформах.

Культурна адаптація контенту також є важливою стратегією локалізації. Доместикація жартів, мемів і символіки допомагає знизити ризик культурних непорозумінь, особливо на ринках, де культурні особливості мають вагоме значення. На платформах соціальних медіа, таких як YouTube або TikTok, це може суттєво підвищити залученість аудиторії.

Вагому роль у процесі ЛК відіграють технології. Використання МП з подальшим редагуванням дозволяє швидко адаптувати матеріали для міжнародних платформ, зберігаючи їхню якість. Застосування CAT-інструментів і спеціалізованих термінологічних баз забезпечує консистентність перекладу, що особливо важливо при роботі з великими обсягами контенту в ІТ-сфері та наукових виданнях.

Автоматизована мультимедійна локалізація, така як субтитри й дубляж, робить відеоконтент доступним для широкої аудиторії. Це не лише економить час, але й підвищує задоволення користувачів. Наприклад, платформи на кшталт Netflix і Spotify використовують AI-локалізацію для створення персоналізованого досвіду.

Отже, комбінований підхід до локалізації, який поєднує лінгвістичні, культурні та технологічні

## Стратегії ЛК в ММ

Тип стратегії	Рекомендація для успішної локалізації	Мовний/культурний контекст застосування
Лінгвістична	Використовувати професійний переклад з урахуванням стилю та термінології	Мови з високим ступенем формалізації або спеціалізовані терміни (ІТ, наука)
	Транскреація креативного контенту	Ринки з культурними відмінностями та високою чутливістю до маркетингу
Культурна	Доместикація контенту, адаптація жаргів, мемів, символіки	Культурно специфічні ринки (наприклад, Азія, Латинська Америка)
	Форенізація для збереження автентичності	Аудиторія, що цінує оригінальність та іноземну культуру
Технологічна	Використовувати МТ + редагування для швидкої адаптації	Мови зі значною кількістю контенту та міжнародні платформи
	Застосовувати CAT-інструменти та бази термінології	Професійна локалізація значних обсягів контенту
	Автоматизована мультимедійна локалізація (субтитри, дубляж, синтез голосу)	Відеоконтент для різних мовних груп
	AI-локалізація для персоналізованого UX	Персоналізовані цифрові продукти, рекомендаційні системи
Комбінована	Поєднувати лінгвістичну, культурну та технологічну адаптацію	Глобальні платформи й мультимовні проєкти
	Краудсорсингова локалізація, залучати користувачів	Спільноти з активною користувацькою базою

*Джерело: створено авторами*

аспекти, є найбільш ефективним для глобальних платформ. Краудсорсингова локалізація також може бути корисною в спільнотах з активною користувацькою базою, оскільки вона підвищує швидкість локалізації та культурну точність контенту. Усе це разом забезпечує максимальну релевантність для кожної аудиторії, що в умовах сучасного медіасередовища є надзвичайно важливим.

**Висновки.** У процесі дослідження було системно проаналізовано сучасні підходи та моделі ЛК на глобальних і локальних медіаплатформах, що дозволило виявити суттєві відмінності у стратегіях адаптації та управлінні контентом. На глобальних платформах переважають централізовані процеси, які широко застосовують МП із подальшим редагуванням та автоматизовані алгоритми для субтитрування, дубляжу й упорядкування термінології. Водночас локальні платформи демонструють гнучкіший підхід, орієнтований на культурні особливості аудиторії, де основним інструментом є ручний переклад із залученням мовних експертів, адаптація інтерфейсів та мультимедійного контенту під місцеві вимоги. З'ясовано, що комплексне використання технологічних рішень разом із культурною й лінгвістичною адаптацією забезпечує високу якість локалізації та підвищує ефективність взаємодії з користувачами.

Дослідження дозволило класифікувати основні стратегії локалізації в сучасних медіа, що охоплюють лінгвістичні, культурні та технологічні

підходи, а також їхні комбіновані форми. Встановлено, що оптимальна адаптація контенту до різних мовних і культурних аудиторій досягається лише за умови інтеграції цих стратегій, що забезпечує не лише точність перекладу, а й збереження культурного контексту, емоційного забарвлення та якості користувацького досвіду.

На основі проведеного аналізу сформульовано рекомендації щодо ефективної локалізації контенту, які передбачають інтеграцію професійного перекладу, культурної адаптації, машинних і автоматизованих інструментів, а також залучення користувачів через краудсорсингові практики. Реалізація таких підходів дозволяє підвищити якість та релевантність контенту, покращити взаємодію з аудиторією та сприяти більш широкому охопленню користувачів у різних мовних і культурних контекстах.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з більш глибоким вивченням впливу ШІ на локалізацію мультимедійного контенту, визначенням ефективності комбінованих стратегій у реальних умовах платформ із різними мовними та культурними аудиторіями, а також розробленням адаптивних моделей локалізації, які інтегрують автоматизовані алгоритми з культурно орієнтованим підходом та користувацьким досвідом. Це дозволить не лише підвищити якість перекладу, а й оптимізувати процеси управління контентом у глобальному медіапросторі.

## Список літератури:

1. Головацька Ю. Мовна локалізація сучасних цифрових продуктів: актуальність підготовки студентів-перекладачів. *Науковий вісник Вінницької академії безперервної освіти. Серія «Педагогіка, Психологія»*. 2023. № 4. С. 17–22. DOI: <https://doi.org/10.32782/academ-ped.psyh-2023-4.03>
2. Головацька Ю. Специфікація підготовки майбутніх перекладачів до локалізації в епоху цифрових технологій. *Актуальні питання гуманітарних наук*. 2022. Т. 1, № 58. С. 270–274. DOI: <https://doi.org/10.24919/2308-4863/58-1-42>
3. Каневська О. Б., Білий І. В. Локалізація в контексті ігрової індустрії та перекладацької діяльності. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія, Журналістика*. 2024. Т. 35(74), № 4, Ч. 1. С. 71–76. DOI: <https://doi.org/10.32782/2710-4656/2024.4.1/13>
4. Літвінова М. М. Локалізація корпоративних вебсайтів: перекладацькі рішення. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2022. № 58. С. 290–294. DOI: <https://doi.org/10.32841/2409-1154.2022.58.65>
5. Сітко А. В., Ващенко Д. В. Локалізація вебконтенту як форма міжкультурної комунікації. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2025. № 2(213). С. 365–370. DOI: <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2025-213-53>
6. Фролова І. Є., Кобзєва О. О. Переклад як культурне посередництво в цифрових глобальних просторах. *Слобожанський науковий вісник. Серія: Філологія*. 2025. № 10. С. 49–54. DOI: <https://doi.org/10.32782/philspu/2025.10.8>
7. Ataman D., Birch A., Habash N., Federico M., Koehn P., Cho K. Machine Translation in the Era of Large Language Models: A Survey of Historical and Emerging Problems. *Information*. 2025. Vol. 16, № 9. Article 723. P. 1–36. DOI: <https://doi.org/10.3390/info16090723>
8. Dung L. A Study on How Globalization Influences Translation Practices and the Demand for Translators in Various Industries. *International Journal of Language and Linguistics*. 2024. Vol. 12, № 5. P. 171–181. DOI: <https://doi.org/10.11648/j.ijll.20241205.11>
9. An exploration of contextually relevant curricula in international social work education: learning from the experiences of selected Asian countries / M. Higashida et al. *Discover Global Society*. 2023. Vol. 1. Article 6. DOI: <https://doi.org/10.1007/s44282-023-00006-8>
10. Khara S. Artificial Intelligence and Deep Learning in Wedding Photo and Video Content Creation. *Педагогічна Академія: наукові записки*. 2025. № 17. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.15168074>
11. Liu X., Xiao W., Liu K. Analyzing research trends in localization. A comparative systematic review of journal articles in English and Chinese (2012–2023). *Digital Translation*. 2025. DOI: <https://doi.org/10.1075/dt.23009.liu>
12. Pirrone M., D'Ulizia A. The Localization of Software and Video Games: Current State and Future Perspectives. *Information*. 2024. Vol. 15, № 10. Article 648. DOI: <https://doi.org/10.3390/info15100648>
13. Pylypiuk K. M. Die Rolle der künstlichen Intelligenz bei der Lokalisierung der englischsprachigen Internetumgebung. *Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського*. 2024. № 38. С. 30–41. DOI: <https://doi.org/10.24195/2616-5317-2024-38.3>
14. Rakhimova D., Karibayeva A., Turarbek A. The Task of Post-Editing Machine Translation for the Low-Resource Language. *Applied Sciences*. 2024. Vol. 14, № 2. Article 486. DOI: <https://doi.org/10.3390/app14020486>
15. Tytarenko Y. Neuropsychological reactions to vertical and horizontal video content in consumer behavior: a theoretical and economic analysis. *Актуальні питання економічних наук*. 2025. № 17. С. 1–20. DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17542702>
16. Weiwei S. Localization Strategies of English Tourism Text Translation. *Lecture Notes on Language and Literature*. 2024. Vol. 7, № 2. P. 115–120. DOI: <https://doi.org/10.23977/langl.2024.070220>
17. Zhu L. On Social Media Translation and Localization: Strategies and Challenges in Cross-Cultural Communication. *Studies in Linguistics and Literature*. 2025. Vol. 9, № 1. P. 84–91. DOI: <https://doi.org/10.22158/sll.v9n1p84>

### Lavryk O. V., Nikolaieva T. M., Moroz T. O. CONTENT LOCALIZATION STRATEGIES IN MULTILINGUAL MEDIA SPACE

*In today's globalized world, the multilingual media space (hereinafter referred to as MM) imposes new requirements for content localization (hereinafter referred to as CL), aimed at effectively adapting information for different linguistic and cultural audiences. The purpose of this study is to examine contemporary approaches to CL and identify effective methods for its adaptation for multilingual and culturally diverse users. To achieve this goal, a set of theoretical methods was used, including analysis, synthesis, abstraction, induction, and deduction, as well as the empirical method of observation. As a result of the study, modern approaches*

*and models of CL on global and local media platforms were analyzed. It was found that centralized approaches with extensive use of machine translation and automated algorithms prevail on global platforms, while local platforms prefer decentralized solutions that take cultural characteristics into account. In addition, the main localization strategies were classified: linguistic (direct translation, transcreation), cultural (domestication, foreignization), and technological (machine translation, automated multimedia localization). The study also formulates recommendations for successful localization. In particular, it is recommended to use professional translation that takes into account style and terminology, adapt cultural elements, and combine linguistic, cultural, and technological adaptation to achieve maximum effectiveness. The study's findings confirm the importance of a comprehensive approach to CL that takes into account the specifics of the target audience and its cultural contexts. This not only ensures the quality of the translation, but also improves interaction with users and satisfies their needs.*

**Keywords:** *content localization, adaptation, cultural characteristics, machine translation, transcreation, domestication, technological strategies, user experience, international communication.*

Дата першого надходження статті до видання: 19.02.2026  
Дата прийняття статті до друку після рецензування: 13.03.2026  
Дата публікації (оприлюднення) статті: 14.05.2026