

3. Wilde, Oskar (1980). Fairy Tales and Stories. London. Octopus Books. 335 p.

Савчук О.О., Левченко О.М.
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ОСОБЛИВОСТІ СТРАТЕГІЇ АДАПТАЦІЇ У ПРОЦЕСІ ЛОКАЛІЗАЦІЇ МОБІЛЬНИХ ДОДАТКІВ

Теоретичні основи локалізації мобільних додатків охоплюють широкий спектр аспектів, що включають лінгвістичні, культурні, технічні, і соціальні виміри. Цей процес значно ширший, ніж простий переклад тексту з однієї мови на іншу, оскільки вимагає комплексного підходу до адаптації продукту відповідно до культурних та регіональних особливостей цільового ринку. Локалізація включає зміни в інтерфейсі, культурну адаптацію контенту, зображень, символів, а також адаптацію до місцевих правових і технічних стандартів.

Ключ до успішної локалізації полягає у розумінні, що кожен аспект продукту, який може бути сприйнятий користувачами, потребує уваги [1, с. 45]. Це означає, що текстові елементи повинні бути не тільки перекладені, а й культурно адаптовані, включаючи ідіоми, жарти та культурні референси, які резонують з цільовою аудиторією. Крім того, важливим є правильне зображення валют, дат, мір та інших локалізованих елементів, щоб забезпечити користувачам зручність та інтуїтивне розуміння.

Технічна адаптація також відіграє критичну роль у локалізації, оскільки вона забезпечує, що додаток функціонує ефективно в місцевих технічних умовах. Це включає оптимізацію додатків під місцеві операційні системи, розміри екранів та інші характеристики пристроїв. Врахування цих деталей може значно підвищити задоволеність користувачів і сприяти успіху продукту на міжнародних ринках. Соціальні аспекти, такі як звичаї, традиції та очікування, також вимагають уваги під час локалізації. Мобільний додаток, який враховує ці аспекти, зможе краще зв'язатися з користувачами і забезпечити більш органічний та емоційний зв'язок. Все це вимагає глибокого дослідження та розуміння цільового ринку, що часто досягається за допомогою співпраці з місцевими експертами та культурними консультантами, які можуть надати цінні вказівки щодо вдосконалення локалізації.

Критичним аспектом є адаптація контенту. Це означає не тільки переклад тексту, а й адаптацію контексту, прислів'їв, приказок і гумору, які можуть бути незрозумілими або навіть образливими для інших культур. Крім того, важливо адаптувати мультимедійний контент, такий як зображення, відео та аудіо, що відтворюють культурні реалії цільової аудиторії. Наприклад, музичне оформлення, яке ефективно в одній культурі, може не мати такого самого впливу в іншій.

Локалізація також включає адаптацію маркетингових стратегій. Спосіб просування продукту в Європі може значно відрізнятися від методів, ефективних у Південно-Східній Азії. Маркетингові кампанії повинні бути чутливими до культурних особливостей, щоб ефективно залучати і зберігати користувачів. Це може включати вибір правильних соціальних медіа платформ для рекламних кампаній, адаптацію меседжів та використання місцевих інфлюенсерів для залучення аудиторії [2, с.13]. Ефективна локалізація вимагає розуміння правових вимог кожної країни, включаючи закони про приватність даних, споживчі права та регуляції щодо електронної комерції. Невідповідність цим вимогам може призвести до юридичних проблем і втрати довіри користувачів.

Локалізація мобільних додатків є комплексним процесом, який вимагає глибокого аналізу та розуміння цільових культур. Це не просто технічний процес, а стратегічне зусилля, яке включає культурні, лінгвістичні, маркетингові та правові аспекти. Врахування всіх цих елементів дозволяє створювати додатки, які не тільки виконують свої функції, а й резонують з щоденним життям та цінностями користувачів по всьому світу.

Практичне застосування локалізації мобільних додатків стає особливо важливим у контексті глобалізації, де компанії прагнуть залучити та утримати глобальну аудиторію. Від адаптації інтерфейсів до інтеграції культурно специфічного контенту, різноманітні аспекти локалізації мають значний вплив на успіх продукту на міжнародних ринках. Починаючи з мовної адаптації, де текст додатку перекладається та культурно адаптується до вимог цільової аудиторії, до більш глибоких аспектів, таких як зміни в навігації та дизайні, щоб відповідати локальним звичаям та очікуванням.

На практиці, великі технологічні компанії часто використовують локалізацію як стратегічний інструмент для розширення свого ринкового охоплення. Наприклад, в ринках, де англійська не є основною мовою, мобільні додатки, які пропонують локалізовані версії на мовах, таких як іспанська, китайська або арабська, можуть зазнати значно вищого рівня залучення та задоволеності користувачів. Це не тільки підвищує їхню доступність, але й забезпечує більшу емоційну взаємодію з користувачами, які відчують, що продукт спеціально адаптований для них [3, с. 75]. Розробники мають забезпечити, що додаток оптимізований для локальних мережеских умов і технічних стандартів. В країнах, де популярні певні операційні системи або специфічні моделі смартфонів, додатки потрібно адаптувати, щоб гарантувати їхню сумісність та ефективність.

Ретельний аналіз даних про користувачів дозволяє зрозуміти, які функції додатку найбільш важливі для різних груп користувачів та які проблеми вони можуть відчувати під час його використання. Це дозволяє не лише адаптувати додаток під мовні та культурні особливості, але й оптимізувати його функціональність і інтерфейс для кращого задоволення потреб користувачів [5, с. 88]. Наприклад, в деяких країнах користувачі можуть віддавати перевагу більш простим та інтуїтивним інтерфейсам через обмежений доступ до сучасних технологій або через загальні культурні уподобання.

Інший важливий елемент — забезпечення відповідності додатка місцевому законодавству, особливо в контексті захисту даних і приватності. Європейський регламент про захист даних (GDPR) та інші подібні норми в різних країнах вимагають ретельного врахування при розробці додатків, які будуть використовуватися міжнародною аудиторією, для уникнення юридичних наслідків та збереження довіри користувачів.

Аспект маркетингової адаптації також має велике значення. Локалізовані маркетингові кампанії, які враховують місцеві культурні нюанси, підвищують ймовірність залучення аудиторії. Це може включати спеціальні акції, святкування місцевих свят або співпрацю з місцевими інфлюенсерами, що дозволяє максимально наблизити продукт до споживачів і підвищити його привабливість. Практичне застосування локалізації дозволяє мобільним додаткам ефективно адаптуватися до різноманітності глобального ринку, надаючи користувачам з усього світу продукти, які не просто задовольняють їхні технічні потреби, але й резонують з їхніми культурними та соціальними вподобаннями [4, с. 43]. Такий підхід не тільки підвищує залученість і лояльність користувачів, але й сприяє довгостроковому успіху продукту на міжнародному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ ТА ЛІТЕРАТУРИ

1. Гладких І. П., Жукова С. П. Аспекти локалізації мобільних додатків на ринках з різними культурними умовами: стаття — Х.: Вісник ХНУ №6, 2018. — 45 с.
2. Карпенко О. В., Лебідь М. П. Стратегії локалізації мобільних додатків для міжнародних ринків: стаття — Львів: ЛНУ імені Івана Франка, 2019. — 13 с.
3. Петренко А. Б., Семеніхіна В. О. Виклики локалізації софту: дослідження та рекомендації: стаття — Дніпро: Наука і освіта, 2017. — 75 с.
4. Федорова Л. Е., Чумаченко І. Г. Локалізація як ключ до успішної глобалізації продуктів ІТ-індустрії: стаття — Одеса: Вісник ОНУ, 2020. — 43 с.
5. Шевченко П. М., Ковальчук К. Я. Методи та техніки адаптації мобільних додатків до культурних особливостей різних країн: стаття — Київ: Університет економіки та технологій, 2016. — 88 с.

Попроцька Я. Ю., Чумак Л. М.
Житомирський державний університет імені Івана Франка

ІНТЕГРОВАНА ЕЛЕКТРОННА ЛЕКСИКОГРАФІЧНА СИСТЕМА МЕДИЧНОЇ ЛЕКСИКИ

Громадські організації, благодійні фонди, волонтери з усього світу після повномасштабного вторгнення російської федерації на територію України розпочали активну діяльність, щодо допомоги населенню, закладам освіти, медичним установам тощо. Це зумовило пошук нових підходів до використання інтегрованої електронної лексикографічної системи в галузі медицини, а саме медичної лексики. Актуальність обраної теми дослідження зумовлена