

УДК 811.111'25-051

DOI <https://doi.org/10.32782/2522-4077-2024-211-2>

ВАРІАТИВНІСТЬ ТЕРМІНОЛОГІЇ ПРОГРАМНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ В КОНТЕКСТІ ЛОКАЛІЗАЦІЇ

VARIABILITY OF SOFTWARE TERMINOLOGY IN THE CONTEXT OF LOCALIZATION

Бондаренко К. Л.,*orcid.org/0000-0002-2964-5123**кандидат філологічних наук,**доцент кафедри перекладу, прикладної та загальної лінгвістики**Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка***Булгакова К. В.,***orcid.org/0009-0004-8439-8008**магістр кафедри перекладу, прикладної та загальної лінгвістики**Центральноукраїнського державного університету імені Володимира Винниченка*

У статті досліджується важливість термінології для локалізації програмного забезпечення, зокрема для позиціонування продуктів на ринку. Аналізуються термінологічні розбіжності в поштових сервісах Microsoft Outlook і Google Gmail. Було висунуто гіпотезу про те, що термінологічна варіативність у межах одного продукту може розглядатися як вада. Водночас використання різної термінології для позначення схожих понять у різних продуктах може бути частиною маркетингової стратегії, спрямованої на створення унікального мовного образу кожного продукту. Хоча функції обох продуктів подібні, відмінності в термінах, які позначають елементи інтерфейсу, є свідомими рішеннями виробників. Google орієнтується на користувачський досвід, уникаючи формалізму в термінах. Microsoft, навпаки, дотримується більш традиційних принципів термінотворення. Результати аналізу термінології в оригінальних і локалізованих версіях Google Gmail та Microsoft Outlook не засвідчують брак уваги до термінів з боку розробників або локалізаторів. Очевидно, що компанії прагнуть створити унікальний термінологічний портрет своїх продуктів, тому, незважаючи на схожість функцій, кількість однакових термінів для однакових понять незначна, а відсоток монолінгвальної термінологічної варіативності суттєвий. Незважаючи на подібний функціонал поштових клієнтів, частка однакових англійських термінів, що використовуються для однакових понять, є відносно невеликою і здебільшого охоплює загальноприйняті ІТ-терміни. Значно більшу частку становлять випадки, коли однакові поняття позначені різними термінами як в оригінальній (англійською), так і в адаптованій українською версіях продукту. Зіставний аналіз англійської та україномовної версій довів, що українська термінологія здебільшого відповідає стандартам стилю, прийнятим розробниками, забезпечуючи необхідну ясність і точність.

Ключові слова: термінологія, термінологічна варіативність, локалізація, користувачський досвід, настанови зі стилю, термінологічний відповідник.

The article examines the importance of terminology in software localization, particularly for product positioning in the market. It analyzes the terminological differences in Microsoft Outlook and Google Gmail mail services. A hypothesis was proposed that terminological variability within a single product could be seen as a flaw that should be addressed. At the same time, using different terminology to denote similar concepts in different products may be part of a marketing strategy aimed at creating a unique linguistic image for each product. Although the functions of both products are similar, the differences in terms describing interface elements are deliberate choices by the developers. Google focuses on user experience, avoiding formality in its terminology, whereas Microsoft adheres to more traditional principles of term creation. The results of the terminology analysis in the original and localized versions of Google Gmail and Microsoft Outlook indicate no lack of attention to terminology from the developers or localizers. It is evident that the companies aim to create a unique terminological profile for their products, so despite functional similarities, the number of identical terms for identical concepts is minimal, and the percentage of monolingual terminological variability is significant. Despite the similar functionality of the email clients, the

proportion of identical English terms used for the same concepts is relatively small and mainly covers commonly accepted IT terms. A much larger share comprises cases where identical concepts are labeled with different terms in both the original (English) and the localized (Ukrainian) versions of the product. A comparative analysis of the English and Ukrainian versions confirmed that the Ukrainian terminology generally adheres to the style guidelines established by the developers, ensuring the necessary clarity and accuracy.

Key words: terminology, terminological variability, localization, user experience, style guide, terminological equivalents.

Постановка проблеми. Лідерами галузі програмного забезпечення, адаптація продуктів яких, зважаючи на популярність серед користувачів, закладає підвалини національної термінології у відповідних локалях, є компанії *Microsoft* і *Google*. Враховуючи це, термінологія, що з'являється в локалізованих українською продуктах, потребує особливої уваги, зважаючи на специфіку факторів, що впливають на процес виходу продуктів на ринок. Термінологія, яка використовується у популярних продуктах компаній, у тому числі, поштових клієнтах *Microsoft Outlook* та *Google Gmail*, які стали предметом нашої наукової розвідки, становить зразок динамічного мовного феномена, який перебуває в процесі постійного удосконалення, як з огляду на розвиток самих продуктів, так і з огляду на реакцію тих, хто безпосередньо користується продуктами. Варіативність термінології в межах одного чи обох продуктів може становити проблему для користувача, який може хибно декодувати ту чи іншу функцію в одному продукті чи вагатися щодо значення терміну в інтерфейсах різних продуктів. Зауважимо, однак, що не будь-яку варіативність варто вважати помилковою [1]. За нашою гіпотезою, термінологічна варіативність в межах одного продукту може вважатися вадою, що потребує усунення, натомість в межах різних – елементом маркетингової стратегії, метою якої є максимально відмінний «лінгвальний портрет» продукту.

Актуальність статті полягає в необхідності визначення термінологічних відмінностей у локалізації програмного забезпечення через потенційний вплив на ефективність взаємодії користувача з продуктами. Коректна термінологія в продуктах ІТ стає критично важливою для забезпечення зрозумілості та зручності користування продуктами, зокрема, адаптованими для різних локалей. Дослідження також має значення для міжнародних компаній, які прагнуть адаптувати свої продукти для локальних ринків, враховуючи культурні особливості та потреби користувачів [2–5].

Аналіз досліджень і публікацій показує, що термінологія в локалізації програмного забезпечення привертають значну увагу в науковій спільноті [6]. Предметом уваги українських науковців ставали підходи до адаптації інтерфейсів різних платформ, подекуди – неузгодженість термінології у нових галузях науки і техніки [7].

Мета статті полягає в аналізі термінологічних відмінностей поштових клієнтів *Microsoft Outlook* і *Google Gmail*, у тому числі, в контексті їхньої локалізації для українських користувачів. **Завдання:** встановлення обсягів варіативності термінології; визначення причин варіативності термінології та потенційного впливу на процес локалізації.

Виклад основного матеріалу. Термінологія забезпечує чітке й однозначне розуміння між фахівцями. Використання узгоджених і згармонізованих термінів дозволяє уникнути двозначності й непорозуміннь у різних галузях знань, наприклад у юриспруденції, медицині, програмному забезпеченні тощо [8]. Однозначне називання й опис понять дозволяє зосередитися на дослідженні та вирішенні складних проблем. В контексті нашого дослідження зауважимо, що якісно зроблена термінологічна робота має чимале значення не лише для фахівців, а й для пересічних користувачів продуктів, функціонал яких описано за допомогою термінів [9].

Матеріалом для нашого аналізу слугувала термінологія двох поштових клієнтів (*Microsoft Outlook* і *Google Gmail*), видобута з оригінальної (англійської) та локалізованої (української) версії продуктів. Робочим визначенням варіативності термінології слідом за Л.Бель, уважатимемо явище, коли на позначення одного поняття існує кілька термінів або варіацій одного

терміна [10]. Дослідження ґрунтувалося на припущенні про принципову порівнюваність термінології двох продуктів через схожість їхнього функціоналу. Враховуючи те, що поняття в обох продуктах переважно однакові, можна говорити не лише про міжмовну, а й про внутрішньомовну термінологічну варіативність. На першому етапі було досліджено внутрішньомовну поліпродуктову варіативність на матеріалі вихідної (англійської) термінології продуктів двох виробників, загальна кількість якої становила 360 термінів (183 термінів у *Google Gmail* і 177 у *Microsoft Outlook*), а згодом варіативність було простежено в порівнянні з українською терміносистемою.

Термінологічна варіативність у досліджуваних продуктах майже не фіксувалась, коли йшлося про номінації базових, усталених для поштових клієнтів, як-от: *Inbox* ‘the section of an email application where incoming messages are stored and displayed before being read or processed’, відповідником для якого в обох продуктах є *Вхідні*; *Drafts* ‘a folder where incomplete or unsent email messages are saved, allowing users to finish and send them later’ в обох продуктах названо *Чернетки*; *Sent* ‘a folder that contains all emails that have been successfully sent to recipients’ у *Google Gmail* та *Microsoft Outlook* номіновано *Надіслані*; *Search* ‘a tool that allows users to find specific emails, contacts, or information within their inbox by typing relevant keywords or filters’ відтворено терміном *Пошук*; *Archive* ‘a feature that allows users to move emails out of the inbox without deleting them, for the purpose of clearing clutter while still keeping the emails available for future reference’ відтворено як *архівувати*; *Calendar* ‘a tool integrated into email applications for managing appointments, events, and reminders in a time-based format’ в українській версії *Календар*; *Filter* ‘a set of conditions applied to incoming messages to automate email organization’ у *Google Gmail* і *Microsoft Outlook* позначено як *Фільтри*; *Import/Export* ‘functions that allow users to bring in data (such as contacts or emails) from external sources (Import) or to save data out of the email system for external use (Export)’ в українській версії продуктів номіновані як *Імпорт/Експорт*; *Block* ‘a feature that stops receiving emails from specific senders or automatically moves them to the spam or junk folder’ має відповідник *заблокувати*. Оскільки електронна пошта наразі стала стандартним засобом комунікації, значна частина термінів усталені. Переважна більшість – результат переносу із дотичних сфер комунікації, наприклад, звичайної пошти (терміни *лист*, *чернетка*, *надіслані* тощо), або вже давно відомого програмного забезпечення (*блокувати*, *фільтри*, *архівувати* тощо). У більшості випадків однакоvim англійським термінам в обох продуктах були відповідні однакові українські.

Зауважимо, що в деяких випадках відповідниками однакових для обох продуктів англійським термінам були різні українські. Згідно з Настановами зі стилю компанії Microsoft, терміни мають бути у формальному, корпоративному стилі, водночас компанія Google прагне до спрощеного інтерфейсу, орієнтованого на клієнта [1; 2–4; 9; 11–12], що зумовлює використання зрозумілішого пересічному користувачеві терміна. Більшість таких незбігів українських відповідників зумовлені саме цією причиною. Так термін *Contacts* у значенні ‘a section in email applications where users can store, organize, and manage email addresses and personal details of people they communicate with’ відтворено як *Контакти* (*Google Gmail*) і *Люди* (*Microsoft Outlook*). *Settings* зі значенням ‘the menu where users can customize and configure various aspects of their email experience, such as notifications, themes, or account settings’ відповідає *Налаштуванню* (*Google Gmail*) і *Параметрам* (*Microsoft Outlook*). Відповідниками терміну *Forwarding* ‘the action of sending a received email to another recipient’ є *переадресація* (*Microsoft Outlook*) і *пересилання* (*Google Gmail*), з яких останній – прозоріший за внутрішньою формою, відтак – зрозуміліший для користувачів. Відповідниками англійському терміну *Delegation* у значенні ‘the act of granting someone else access to manage your email account on your behalf’ є *доступ до облікового запису* (*Google Gmail*) і *делегування* (*Microsoft Outlook*). У термінології *Google Gmail* поняття передано словосполученням, що, однак, сприяє системності термінології через зв'язок із дотичним терміном “обліковий запис”, по-друге, уможливорює однозначність тлумачення, нео-

чевидну в продукті *Microsoft Outlook*, де делегування може тлумачитися як передача обов'язків чи повноважень іншій особі що, очевидно не те, що усвідомлено планує зробити користувач. У більшості випадків творці українських термінів-відповідників англійським послуговувались Настановами зі Стилю відповідних компаній, отже вважати запропоновані варіанти помилковими не варто.

Зауважимо, що незважаючи на певну кількість однакових у обох терміносистемах термінів, кількість відмінних (на позначення ідентичних понять) значно більша. Прагнення створити максимально унікальний лінгвальний профіль продукта певною мірою суперечить логіці термінологічної роботи, однак вбачається розробниками ефективним засобом позиціонування продукту на ринку. Варіативність термінології відпочатку закладена в лінгвальний супровід продуктів і рекомендована в Настановах зі Стилю для локалізаторів, і зумовлена різними стратегіями компаній до врахування користувачького досвіду, адже *Google* рекомендує максимально спрощений і дружній для пересічного користувача стиль, у тому числі, й максимально просту термінологію [11], натомість *Microsoft* надає перевагу термінам, максимально застосовним у професійних колах розробників. Так, наприклад, *a feature for managing and tracking personal or professional tasks*) в *Google Gmail* названо *Task List*, а в *Microsoft Outlook* *To-Do List*, де *Google* підкреслює *Task* як частину процесу, а *Microsoft* використовує більш повсякденне *To-Do*, що є ширшим і розмитим за змістом. Поняття *'Optional software extensions that provide additional features'*, номіноване в *Microsoft Outlook* як *integrations*, у *Google Gmail* названо *add-ons*, що, на думку розробників, передає ідею простих, додаткових елементів, які можна інтегрувати в систему для покращення її функціоналу. Інколи такої варіативності бракує системності, як-от: *'a folder where deleted emails are temporarily stored before being permanently removed from the system'* у *Google Gmail* називається *Trash*, а в *Microsoft Outlook* – *Deleted Items*; натомість папку *'a folder where unwanted, unsolicited, or potentially harmful emails are automatically filtered to prevent them from cluttering the inbox'* у *Google Gmail* номінують *Spam*, а в *Microsoft Outlook* *Junk*, який дуже нагадує термін *Trash*, використаний *Google Gmail* на позначення іншої функції, що може викликати проблему розуміння, особливо для тих користувачів, що користуються одночасно обома продуктами. Інколи відмінність від конкуруючого продукту підкреслюється графічними одиницями, що номінуються відповідними термінами, як-от зірочками у *Google Gmail* (з відповідним терміном *starred*) та прапорцями в *Microsoft Outlook* (з відповідним терміном *flagged*).

Як правило, дотичні поняття двох продуктів, по-різному номіновані англійською, зберігають відмінність і в українській термінології. Так, наприклад, *Trash* (*Google Gmail*) і *Deleted Items* (*Microsoft Outlook*) у значенні *'a folder where deleted emails are temporarily stored before being permanently removed from the system'* мають такі два українські відповідники: *Кошик* (*Google Gmail*) і *Видалені* (*Microsoft Outlook*). «*Кошик*» асоціюється з певним фізичним предметом, а «*Видалені*» позначає абстрактне місце, де зберігаються відповідні листи, сповіщення тощо, відтак перша пара відповідників *Trash* – *Кошик* в термінології *Google* звучить зрозуміліше. Схожа тенденція зберігається в термінопарі *Labels*– *Ярлики* (*Google Gmail*) на противагу *Categories* – *Категорії* (*Microsoft Outlook*) у значенні *'a system for organizing emails*. Образ *Labels* як листка паперу з ідентифікацією зрозуміліший пересічному користувачеві, який умовно «наліплює» ярлики на листи різного змісту. Ще одним прикладом може бути поняття *'optional software extensions that provide additional features'*, номіноване як *add-ons* – *доповнення* (*Google Gmail*) та *integrations* – *надбудови* (*Microsoft Outlook*). *Add-ons* – *Доповнення* передають ідею простих, додаткових елементів, які можна інтегрувати в систему для покращення її функціоналу, а *integrations* – *надбудови* формально відображають концепцію розширення базової платформи через суттєві або складноструктуровані інтеграції, що “надбудовуються” над основними можливостями.

Поняття *'the action of creating a new email message'* може номінуватися як *compose* – *написати* (Google Gmail) і *new email* – *створити повідомлення* (Microsoft Outlook), з яких останнє – заформалізоване. Схожі тенденції фіксуємо в парах відповідників поняттю *'a smart inbox that automatically sorts emails into important (priority or focused) and less important categories'*: *Priority Inbox* – *Пріоритетні* (Google Gmail) та *Focused Inbox* – *Основні* (Microsoft Outlook); поняттю *'a feature that allows users to cancel the sending of an email after clicking "Send"'* відповідні *undo send* – *скасувати надсилання* (Google Gmail), а в Microsoft Outlook зазначено термін *recall* – *відкликати лист* (Microsoft Outlook).

Інколи, незважаючи на загалом однакові поняття, при створенні першопочаткових термінів фахівці беруть до уваги різні характеристики понять, як-от у термінах на позначення *'a way of grouping related emails together as a single "conversation" so that users can see the entire back-and-forth exchange in one place'*, коли в *Thread* – *Ланцюжок листів* (Google Gmail) і *Conversation View* – *Розмова* (Microsoft Outlook) акцентується на різних характеристиках: перша пара буквально вказує на низку взаємопов'язаних повідомлень у межах однієї теми, натомість а друга акцентує природність розмови між учасниками листування.

Важливою є взаємодія іконографічної та вербальної складової, як-от позначення *'a feature that allows users to mark important or priority emails for quick reference'* знаком зірочки і термінами *starred* – *із зірочкою* в Google Gmail і прапорцями і термінами *flagged* – *з прапорцем* в Microsoft Outlook. Очевидно зірочка сприймається як дружніший до користувача символ, в той час, коли прапорець частіше асоціюється з позначкою важливого елементу в бізнес-структурах.

В деяких випадках зберігати корпоративні настанови при підборі українських відповідників не вдається, як-от у парах *Vacation Responder* (Google Gmail) – *Автоматична відповідь* і *Automatic Replies* – *Автовідповідь* (Microsoft Outlook) зі значенням *'a feature that automatically sends a pre-set email reply when the user is unavailable, such as when on vacation'*. Інколи образніший варіант може поступатися зрозумілішому, як-от в позначенні поняття *'a folder where unwanted, unsolicited, or potentially harmful emails are automatically filtered to prevent them from cluttering the inbox'* у парах *Spam* – *Спам* (Google Gmail) та *Junk* – *Небажані* (Microsoft Outlook). Функція *'a feature that stops further notifications or emphasis on a particular email thread without deleting the messages'*, номінована англійською як *mute* (Google Gmail) та *ignore* (Microsoft Outlook), в українській версії представлена як *ігнорувати* й *пропустити*.

Висновки. Як засвідчив аналіз термінології програмного забезпечення в вихідній та локалізованій версіях поштових клієнтів Google Gmail та Microsoft Outlook переважно не свідчить про відсутність належної уваги до термінології розробників чи локалізаторів, нехтуванням вимог до термінів, які містяться в Стандартах до термінологічної роботи. Очевидно, що розробники намагаються створити максимально унікальний і впізнаваний термінологічний портрет свого продукту, в тому числі, за рахунок термінології. Незважаючи на те, що функціонал поштових клієнтів здебільшого збігається, кількість однакових англійських термінів на позначення однакових понять відносно невелика, переважно це усталені для ІТ поняття і терміни. Значно більша кількість термінів – це однакові поняття, позначені різними термінами як у вихідній (англомовній), так і в локалізованій (україномовній) версіях продуктів. Зіставний аналіз термінології в англійській та українській версіях продуктів довів високий рівень відповідності української термінології Настановам зі Стилю компаній-розробників, зокрема в питанні ясності і точності запропонованих термінів.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Харламова О. Лінгвістичний аспект локалізації програмних продуктів. *Теоретичні й прикладні проблеми сучасної філології*. 2019. Вип. 9(1). С. 149–155.
2. Бондаренко О.С. Метафоричні терміни сфери інформаційних технологій: до питання перекладу українською мовою. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2019. Вип. 175. С. 694–698.
3. Бондаренко К.Л., Бондаренко О.С. Професійний профіль перекладача-локалізатора в українських програмах підготовки перекладачів. *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2023. Вип. 204. С. 13–22.
4. Бондаренко К.Л., Булгакова К.В. Розвиток української ІТ-термінології в процесі локалізації (на прикладі поштових клієнтів “Microsoft Office Outlook” та “Google Gmail”). *Наукові записки. Серія: Філологічні науки*. 2014. Вип. 210. С. 58–65.
5. Biel Ł. Variation of legal terms in monolingual and multilingual contexts. In *Handbook of Terminology*. 2014. P. 90–92.
6. Jiménez-Crespo M.A. Conventions in localisation: a corpus study of original vs. translated web texts. *Jostrans: The Journal of Specialized Translation*. 2009. Vol. 12. P. 79–102.
7. Ponomarevskiy A. Variability of artificial intelligence related terms used in translation from English into Ukrainian: Doctoral dissertation : Kauno technologijos universitetas). Kaunas, 2022. 60 p.
8. Гінзбург М.Д. Термінологічне забезпечення науково-наукової та виробничої діяльності і світлотехніки. *Світлотехніка та Електроенергетика*. 2013. Вип. 4 (Листопад). С. 14–29.
9. Gonçalves V., Gonçalves B.F. Software localisation to help terminological accuracy. *18th Iberian Conference on Information Systems and Technologies*. June 2023. P. 1–4.
10. Рицар Б. Засади унормування української фахової термінології. *Стандартизація, сертифікація, якість*. 2001. Вип. 1. С. 30–32.
11. Google Developer Documentation Style Guide. Вебсайт. URL: <https://developers.google.com/style> (дата звернення : 14 жовтня 2024 р.).
12. Microsoft language guides. Вебсайт. URL: <http://www.microsoft.com/language/en/us/download.msp> (дата звернення : 14 жовтня 2024 р.).
13. Handbook of Terminology Management. Вебсайт. URL : <https://books.google.com.ua> (дата звернення: 11 жовтня 2024 р.).
14. Orengo A. Localising news: Translation and the ‘global-national’ dichotomy. *Language and Intercultural Communication*. 2005. Vol. 5(2). P. 168–187.
15. Schmitz K.D. Terminology and localization. *Handbook of terminology*. 2015. Vol. 1. P. 452–464.