

Terminologická variabilita v lokalizačných projektoch

Terminological Variability in Localization Projects

Veronika Litviková

Univerzita Komenského v Bratislave

cholevova.veronika@gmail.com

Abstract

This article deals with terminological variability and terminology usage inconsistency in localization projects focusing on software localization. The theoretical part of the article aims to compare local and foreign studies discussing the processes of globalization, internalization, localization, and translation, and it primarily discusses theoretical knowledge about terminological variability and inconsistency connected with the new phenomena of corporate language and corporate identity and their enforcement by software companies. The practical part of the article stems from thorough research across the terminology databases of three software companies (Microsoft, Google, and Apple) and the isolation of variable terms. Based on a survey of 376 respondents, this article tries to determine users' preferences of variable terms put in context. It also tries to highlight terminology variability in software terminology, determine its impact on localization, and explain its presence in terminology databases and the glossaries of software companies.

Keywords: terminological variability, inconsistency, software terminology, terminology databases, terminology

Úvod

Príchod digitálnej revolúcie na prelome sedemdesiatych a osemdesiatych rokov minulého storočia pozmenil výrazným spôsobom hneď viaceré aspekty ľudského života, okrem iného i podobu textu, jeho distribúciu, prenos či recepciu. Práve v súvislosti s jeho šírením prostredníctvom prekladu a tlmočenia sa postupne do popredia dostal pragmatický princíp, na čo prirodzene zareagovala aj translatológia odklonom od skúmania primárne lingvistického hľadiska textu a príklonom „k dominancii účelu,

diferenciácii textov a interkultúrnym aspektom“ (Rakšányiová, 2014). Táto zmena a zároveň aj vyšší dopyt po šírení textu aj v podobe a sprievode zvukového a grafického obsahu sa spájajú okrem iného aj s procesmi globalizácie, internacionalizácie, lokalizácie a prekladu, a v kontexte lokalizácie konkrétne aj s nadnárodnými spoločnosťami produkujúcimi digitálny obsah, resp. softvér.

Cieľom tohto príspevku je poukázať na existujúcu variantnosť v softvérovej terminológii a na preferencie používateľov softvéru vzhľadom na konkrétne termíny a ich uplatnenie v praxi, čo súvisí s potrebou lokalizácie pracovať v prekladoch s aktuálnou a správnu terminológiou, ktorá spĺňa nie len pomenovacia funkciu, ale vyhovuje aj potrebám používateľa.

V prvej časti tohto príspevku sa zaoberáme teoretickými východiskami procesov globalizácie, internacionalizácie, lokalizácie a prekladu s cieľom poukázať na ich vzájomné prepojenie a konkrétnejšie aj pozíciou prekladu v rámci lokalizácie. Následne sa venujeme úlohe terminologickej kultúry, terminologickej gramotnosti či socioterminológie v samotnej lokalizácii a ich vplyvu na terminologickú stránku prekladu, teda prieniku procesov GILT, terminológie a recipientov lokalizovaného textu. Na príklade správy terminológie spoločnosti Microsoft sa bližšie zaoberáme podobou už existujúcich terminologických databáz, ich významom a samotným procesom správy terminológie, všímame si konzistentnosť databáz, výskyt variabilných termínov, mieru prispôsobenia používateľom, teda lingvistom. Okrem iného rozoberáme aj koncept terminologickej kompetencie prekladateľa, ktorá sa napríklad v slovenskom, ale i poľskom translatologickom prostredí nevymedzuje samostatne, ale je súčasťou iných prekladateľských kompetencií (pozri Sikora, 2014; Štefková, 2018). V neposlednom rade uvádzame i teoretické hľadisko východiskového problému, na ktorý je zameraný tento príspevok, a to problému terminologickej nekonzistentnosti a variability, ktorý sa v lokalizácii softvéru napokon spája aj s existenciou tzv. firemného jazyka (angl. *corporate language*), teda „regulovaným použitím jazyka vo firemnom kontexte“ (Sanden, 2015, s. 1097) a snahou spoločností využiť jazyk ako nástroj na odlíšenie sa od konkurencie, čo má však vplyv aj na existenciu, kvalitu a spôsob využitia terminologických databáz týchto spoločností prekladateľmi, keďže aj preklad či tlmočenie sú ovplyvnené firemnými pravidlami. Teoretické pozadie príspevku uzatvárame práve problematikou terminografickej práce a potrebou vzniku jednotnej terminologickej databázy v oblasti softvéru s cieľom zjednodušiť a urýchliť prácu lingvistov.

V druhej časti príspevku rozoberáme variabilitu terminológie softvérových spoločností, všímame si výskyt rovnakých termínov v rôznych databázach, tiež to, či sa zhodujú ich

definície alebo pomenúvajú iné softvérové prvky, zisťujeme existenciu významových odtienkov pri variabilných termínoch a následne nato aj preferenciu konkrétnych termínov u bežných používateľov jazyka, pričom sa zameriavame na najčastejšie a najznámejšie termíny, ktoré používajú spoločnosti Apple, Google a Microsoft. Analyzujeme možné príčiny preferencie, resp. odmietania jednotlivých variantov používateľmi, ktorí sa zúčastnili nášho dotazníkového prieskumu, a to vzhľadom na vlastnosti termínov, ich možné uplatnenie v kontexte a tiež v súvislosti so softvérovým prvkom, ktorý pomenúvajú. Na základe týchto informácií vyhodnotíme, ktorá terminologická databáza je pre používateľov najprirodzenejšia, porovnáme výsledky z dotazníka vzhľadom na teoretické informácie týkajúce sa variabilných termínov a zaujmeme konkrétne stanovisko k príčinám vzniku variabilných termínov, ich významu a vplyvu na lokalizáciu či používateľa.

1 Globalizácia, internacionalizácia, lokalizácia a preklad

Proces globalizácie, ako už napovedá samotný pojem, spájame okrem iného s prienikom produktov na celosvetový trh. V deväťdesiatych rokoch 20. storočia vznikla vo Švajčiarsku asociácia LISA (Localisation Industry Standards Association), ktorá umožňovala expandujúcim spoločnostiam vysporiadať sa s viacerými problémami spojenými s globalizáciou. V roku 2011 nadviazala na jej činnosť asociácia GALA (Globalization and Localization Association). V marketingovom ponímaní je možné globalizáciu definovať ako „transformáciu podniku a procesov s cieľom poskytovať podporu zákazníkom na celom svete, v akomkoľvek jazyku, v ktorejkoľvek krajine alebo kultúre si to vyžadujú“ (Lommel, 2007, s. 1). Z definície asociácie GALA (ibid.), ktorá globalizáciu popisuje ako proces prebiehajúci na svetovej úrovni, teda jednoznačne vyplýva dôležitosť významu jazyka v kontexte prieniku produktov na celosvetový trh, upriamuje sa pozornosť na zákazníka, na potrebu vyhovieť jeho špecifickým kultúrnym a jazykovým požiadavkám (porov. Kabát, 2021a).

Na ceste k lokalizovanému produktu je okrem prvotnej globalizácie dôležitý aj proces internacionalizácie, ktorý sa však často zvykne zamieňať práve s globalizáciou. Na rozdiel od nej je internacionalizácia zameraná na technickú stránku modifikácie produktu do takej podoby, aby ho bolo následne možné lokalizovať. Konkrétne hovoríme o úprave rôznych prvkov, „ako sú napr. medzinárodné sady znakov, rozloženia klávesnice, formáty dátumu a času a meny“, (Esselink 2000, s. 25 – 26). Esselink (2000) okrem iného spomína potrebu vyvarovať sa používaniu žargónu, slangu či konkrétnych odkazov na kultúru v odbornej dokumentácii.

Po globalizácii orientovanej na obchod a internacionalizácii technickej stránky produktu nasleduje samotný proces lokalizácie, v rámci ktorého sa často automaticky spomína aj štvrtý proces GILT, a teda preklad. Lokalizácia ako proces síce je úzko spojená s prekladom, no primárne ide o proces adaptácie obsahu potrebám recipienta, teda prispôbenie vzhľadu, farebného spektra a ďalších prvkov špecifických pre konkrétnu lokalitu. Organizácia LISA definuje lokalizáciu ako „proces úpravy produktov alebo služieb, ktorý prihliada na rozdiely na odlišných trhoch“. V praxi to teda znamená, že v danom procese čelíme „trom hlavných kategóriám problémov, a to: lingvistickým, obsahovo-kultúrnym a technickým“ (Lommel, 2007, s. 13).

V súvislosti s lokalizáciou musíme spomenúť aj štvrtý proces, preklad, ktorého pozícia v rámci lokalizácie však ešte stále nie je jednoznačne vymedzená. O'Haganová umiestňuje preklad „do jadra procesov lokalizácie aj globalizácie,“ pričom tvrdí, že „z pozície tradičného prekladu bola lokalizácia spočiatku vnímaná ako rozšírený proces softvérového inžinierstva. V súčasnosti sa považuje za novú formu prekladu“ (O'Hagan, 2006, s. 39). Drouin zasa vníma preklad a lokalizáciu ako „paralelné domény“, ktoré sa vzájomne dopĺňajú, pričom podľa neho prekladatelia v procese lokalizácie „musia venovať zvláštnu pozornosť konzistencii terminológie, frazeológii, štýlu a pod., a to medzi výrazne odlišnými produktmi“ (Drouin, 2006, s. 50). Na základe týchto vyjadrení a aj vlastných skúseností nemôžeme prekladu uprieť dôležitosť a význam v celom procese globalizácie (nie len lokalizácie), pretože jej úspešnosť koniec-koncov v nemalej miere závisí od úspešnej implementácie softvéru na cieľovom trhu, na čom sa významne podieľa aj kvalitný preklad. Lokalizácia ako taká však „nepriniesla konceptuálne zmeny prekladu, no daný koncept rozšírila, pričom tradičné schopnosti prekladateľa sa musia skombinovať s technickými zručnosťami“ (Mullamaa a Piñeiro, 2006, s. 61).

2 Terminologická kultúra, gramotnosť a socioterminológia

Spomínaný mediálny rozmach, ktorý nastal v druhej polovici 20. storočia, mal významný vplyv aj na tvorbu terminológie. Dovtedy sa terminologickou prácou, teda tvorbou a overovaním termínov, spracovaním terminológie do grafickej podoby, ale napr. aj starostlivosťou o terminologickú kultúru a terminologickú gramotnosť (pozri bližšie Masár, 1986, s. 135 – 144) zaoberali primárne jazykovedci. V spomínanom období však začalo vznikať mnoho úplne nových konceptov, ktoré si vyžadovali slovenské náprotivky vyhovujúce potrebám používateľov softvéru a hardvéru (nielen odborníkom v konkrétnej vednej oblasti, ako to bývalo zvykom predtým), ktoré by mali navyše

základné predpoklady stať sa súčasťou ustálenej softvérovej terminológie v slovenskej lokalite.

Súčasná situácia je porovnateľne dynamická, preto sa pestovanie terminologickej kultúry javí ako náročná úloha. Stoffa ju definuje ako „adekvátne použitie termínov v súlade s pravidlami a systémom spisovného jazyka, vedeckého, resp. odborného štýlu, odbornými, štátnymi a medzinárodnými normami a zvyklosťami odbornej komunity“ (Stoffa, 2008, s. 170). Sám priznáva, že pri tvorbe a posudzovaní vhodnosti termínu musíme nevyhnutne prihliadať aj na „procesy prehlbujúcej sa medzinárodnej spolupráce, integrácie a globalizácie...“ (Stoffa, 2008, s. 171).

V súvislosti s terminologickou gramotnosťou Stoffa zasa hovorí, že ide o „spôsobilosť používateľa pojmoslovia používať správne termíny a riešiť terminologické problémy svojho odboru“ (Stoffa, 2008, s. 168), čo sa priamo vzťahuje na prekladateľa a jednu z jeho nevyhnutných vlastností. Pestovanie terminologickej kultúry je náročnejšie a závisí od celej komunity profesionálnych používateľov jazyka, no viaceré jej prejavy, napr. tvorba odborných glosárov či využívanie rovnakých termínov na pomenovanie rovnakých konceptov, sa uplatňujú aj na mnohých úrovniach procesu lokalizácie.

V kontexte vzťahu jazyka (resp. terminológie) a používateľov musíme nevyhnutne spomenúť aj socioterminológiu. Terminológia totiž nepochybne „predstavuje primárny prostriedok komunikácie a prenosu poznatkov medzi vývojármi softvéru a koncovými používateľmi“ (Schmitz, 2009, s. 4), čoho dôkazom sú napr. dokumenty sprevádzajúce príchod softvéru do novej lokality, slúžiace na priblíženie produktu používateľom, a teda konkrétne návody na použitie, inštruktážne videá a pod. V procese lokalizácie daného produktu tak musí prekladateľ dôsledne dbať na adekvátne použitie termínov a zvažovať ich výber na základe požiadaviek vhodnej motivovanosti, systémovosti, ale aj novosti, na čo obzvlášť v kontexte softvérovej terminológie a jej rýchleho vývoja upozorňuje napr. Schmitz (2009). Stanovenú terminológiu musí v záujme adekvátnej implementácie produktu na trh zároveň rešpektovať každý, kto do procesu globalizácie vstúpi, keďže „vyhýbanie sa nejednoznačnému, nesprávne a nekonzistentnému použitiu termínov a pomenovaní musí byť jedným z hlavných cieľov pri vývoji softvéru, zabezpečení kvality a testovaní jeho využitia“ (Schmitz, 2009, s. 4). Pri preklade softvéru je preto nutné zohľadniť aj sociolingvistický aspekt, resp. sociolingvistické faktory. Lokalizáciu teda môžeme prakticky považovať za aplikáciu sociolingvistických poznatkov na úrovni prekladu. Termín *lokalita*, z ktorého vychádza samotný pojem lokalizácia, totiž vnímame ako skupinu určitých kultúrnych preferencií (Pym, 2001), ktoré vstupujú do lokalizácie ako jeden z primárnych faktorov. Zároveň platí, že pri preklade musíme

brať do úvahy odlišnosti a kultúrne charakteristiky jednotlivých lokalít, ktoré sú dôležité aj zo spoločenského hľadiska. Ovplyvňujú totiž samotný výber slov a termínov. Socioterminológia ako aplikačná veda sa, koniec-koncov, priamo orientuje na spoločnosť a „priraduje špecifické koncepty ku skupine hovoriacich. Týmto spôsobom umožňuje adaptáciu terminologických postupov na cieľové jazyky a jazykové komunity...“ (Norma ISO/TR 22134, 2007, s. 12).

Na základe tohto odôvodnenia sa v praktickej časti príspevku budeme do veľkej miery zaoberať práve tým, ako vnímajú termíny softvérových spoločností používateľa a pozorovať ich preferenciu jednotlivých termínov prostredníctvom dotazníkovej metódy. Podľa Cí bikovej totiž do terminologickej práce prekladateľ automaticky zahŕňa aj budúceho používateľa, keď uvažuje o tom, ktorý termín v preklade uprednostníť. Terminológia by mala byť teda „pripravovaná spolu s používateľmi a spájaná s ich požiadavkami“ (Cí biková, 2008, s. 29).

3 Správa terminológie a terminologická kompetencia prekladateľa

Enormný nárast nových konceptov plynúci z rozvoja IT oblasti a rýchlosť, akou daný vývoj od začiatku 90. rokov prebiehal, podnietili vznik nových úvah o potrebe čoraz rýchlejšieho šírenia produktov po celom svete. Z danej potreby však zároveň vyplynuli určité dôsledky, nad ktorými bolo potrebné uvažovať hneď od začiatku. Esselink vo svojom článku *The End of Translation as we Know it* z r. 1999 predpokladal možný zánik samostatných lokalizačných projektov, rastúci objem textov vyžadujúcich lokalizáciu a okrem iného upozorňoval aj na potrebu priebežnej, no zároveň pravidelnej terminologickej práce a vzrastajúcu dôležitosť používania prekladateľských nástrojov. V tejto kapitole príspevku bližšie popíšeme už spomínanú potrebu správy terminológie.

Spočiatku vznikala terminológia až v pokročilej fáze lokalizácie. Najskôr mala podobu zoznamov termínov, ktoré koncipovali samotní prekladatelia, neskôr sa dané zoznamy premietli do glosárov spolu s definíciami, pričom tie vznikali už na začiatku procesu lokalizácie. Keďže boli prispôbené pre konkrétne produkty a produktové tímy s nimi nepracovali súčasne, často to malo za následok vznik rôznych termínov pomenúvajúcich tie isté koncepty, použitie odlišných formátov glosárov, a takisto aj vznik nežiaducej nekonzistentnosti terminológie (Corbolante, 2009).

Správa terminológie je tak prakticky nevyhnutná, pričom spoločnosti často siahajú po individuálnych riešeniach. Ako príklad nám poslúži priebeh správy terminológie softvérovej spoločnosti Microsoft.

Corbolantová (2009) popisuje model správy terminológie spoločnosti Microsoft ako proaktívny. Identifikácia nových termínov prebieha ešte pred začatím procesu lokalizácie. Následne sa termíny sprístupnia lokalizačným tímom a ďalším používateľom v podobe multilingválnej terminologickej databázy. Tento prístup navyše znižuje aj výskyt nekonzistentných termínov. Na získavaní nových termínov (angl. *term mining*) sa v prvom rade podieľajú anglickí terminológovia spolu s vývojármi, autormi textov a editormi. Pracujú na identifikácii nových konceptov a termínov, overujú ich prípadnú existenciu v glosároch a terminologických databázach. Po overení prebieha finalizácia definícií a tvorba hesiel v terminologickej databáze, resp. príprava databázy pre ďalšie jazyky, pričom koncepty a zdrojové termíny podliehajú analýze cieľových terminológov. Tí napokon zvolia vhodný postup pre konkrétny cieľový jazyk, vykonajú výskum, vyhodnotia výsledky. Predpokladom začatia lokalizácie je v prípade modelu správy terminológie spoločnosti Microsoft vloženie termínu do terminologickej databázy v cieľovom jazyku.

Takto popísaný proces správy terminológie je však v skutočnosti oveľa dynamickejší a závisí viac-menej od automatizovaných nástrojov na vyhľadávanie a správu terminológie. Veľký význam majú aj nástroje na zisťovanie výskytu nekonzistentnej terminológie a schvaľovanie výskytu termínov, ktoré sa zachytia dodatočne až v priebehu samotnej lokalizácie. Napriek tomu, že tento model správy terminológie môžeme považovať z profesionálneho hľadiska za skutočne prepracovaný a kvalitný, z vlastnej praxe vieme o jeho viacerých slabých miestach. Prekladateľ sa napr. priamo pri preklade môže stretnúť s termínom, ktorý ešte nebol lokalizovaný do cieľového jazyka, pričom buď pozná, alebo nepozná jeho definíciu vo východiskovom jazyku. Na zabezpečenie plynulosti celého lokalizačného procesu tak musí sám navrhnúť vhodný termín. Môže tiež nastať prípad, keď má prekladateľ na výber z viacerých termínov v cieľovom jazyku, ktoré ešte neboli schválené terminológom pre daný koncept (vtedy hovoríme o variabilite), prípadne sa môže stať, že lokalizovaný termín už pomenúva iný koncept vo východiskovom jazyku (nekonzistentnosť). Všetky tieto situácie si vyžadujú zvýšenú pozornosť prekladateľa, jeho schopnosť vyhľadávať, porovnávať či vyhodnocovať termíny z viacerých hľadísk, príp. schopnosť vytvoriť nový termín, ktorý spĺňa požiadavky vhodne utvoreného termínu.

Corbolantová uvádza, že kvalitná správa terminológie predstavuje kľúčový faktor úspešnej lokalizácie a definuje ju ako „prieskum, dokumentáciu a konzistentné použitie termínov a konceptov, ktoré sú im priradené“ (Corbolante, 2009, s. 1). Z vyššie uvedeníh poznatkov o správe terminológie teda jasne vyplýva prepojenosť tohto procesu s prácou prekladateľa v procese lokalizácie a tiež zvýšené nároky na viaceré kompetencie prekladateľa.

Prekladateľské kompetencie sa ako také líšia nielen vzhľadom na typ prekladu (umelecký, odborný, audiovizuálny a pod.), ale ich odlišnosť vychádza častokrát z rôznych pomenovaní rovnakých kompetencií naprieč odbornými translatologickými článkami. Súhrn prekladateľských kompetencií a informácie, ktoré sa s nimi spájajú, nájdeme hneď vo viacerých publikáciách, medzi ktoré patrí napr. monografia *Prekladateľské kompetencie v kontexte domácej translatológie* (Koželová, 2018) alebo i monografia *Vybrané problémy prekladu: prekladateľské kompetencie a audiovizuálny preklad* (Koželová, Kulbak, 2019). V kontexte lokalizácie sa prekladateľským kompetenciám venuje Kabát (2020) a Kabát a Koscelníková (2021).

Ak však hovoríme špeciálne o terminologickej kompetencii, na Slovensku sa doposiaľ touto kompetenciou zaoberala takmer výlučne Štefková (2014), aj to len v spojitosti s úradným prekladom. Umiestňuje ju však na rovnakú úroveň s teoretickou bázou a praktickými zručnosťami prekladateľa a zároveň hovorí aj o potrebe a dôležitosti praktických skúseností so „spracúvaním terminológie, ktoré sú nevyhnutné na systematické uchovávanie a konzistentné používanie prekladových ekvivalentov v rovnakých kontextoch“ (Štefková, 2014, s. 167).

O práci s terminologickými zdrojmi v kontexte odborného prekladu však hovorí aj Kraviarová (2014), pričom „zodpovednosť za spravovanie, vyhľadávanie a aktualizovanie terminologických zdrojov“ v menších spoločnostiach podľa nej nesie prekladateľ (Kraviarová, 2014, s. 74). Okrem toho však tvrdí, že nedostatočný nácvik práce s terminológiou spôsobuje tendenciu „prekladateľov ponechať v preklade nedoriešené miesta“ a spoliehať sa na terminológov, hoci by mohli sami nájsť a využiť adekvátne terminologické riešenie (Kraviarová, 2014, s. 75). Schopnosť samostatne pracovať s terminológiou a hľadať vhodné riešenia je o to naliehavejšia práve v procese lokalizácie, kde často na jednom projekte pracuje hneď niekoľko prekladateľov naraz, prípadne pri práci pre klienta, ktorý je na trhu nový a nemá vytvorenú žiadnu databázu, poprípade len veľmi obmedzenú.

Zahraničné zdroje sa k terminologickej kompetencii vyjadrujú o niečo konkrétnejšie a v podstate sa zhodujú v tom, že kvalita prekladu v prvom rade závisí od adekvátneho

výberu a použitia terminológie v texte. „To značí, že prekladateľ sa musí úspešne vysporiadať s terminologickými problémami, ktoré nastanú počas analýzy zdrojového textu a produkovania cieľového textu“ (Montero a Faber, 2009, s. 92). Definovaním terminologickej kompetencie sa zaoberala napr. aj Sikorová (2013) a vo svojej štúdii si za východisko zvolila dva modely prekladateľských kompetencií. Išlo o model, ktorý je súčasťou projektu European Master's in Translation (model z r. 2017) a okrem toho vychádzala ešte z prekladovej normy *ISO 17100 – Translation Services – Requirements for translation services*. V oboch týchto zdrojoch sa terminologická kompetencia považuje za súhrn viacerých čiastkových kompetencií prekladateľa. V súčasnosti stále platná norma ISO 17100 uvádza, že ide o prienik kompetencie vyhľadávania, získavania a spracovania informácií (angl. *competence in research, information acquisition, and processing*), technickej kompetencie (angl. *technical competence*) a odbornej, tematickej kompetencie (angl. *domain competence*). Sikorová aj na základe týchto poznatkov definuje terminologickú kompetenciu ako kombináciu vyššie spomínaných čiastkových kompetencií, pretože „pri získavaní terminológie a jej spravovaní na účely prekladu musia prekladatelia nadobudnúť a využívať isté zručnosti spojené s vyhľadávaním terminológie (a informácií), ale taktiež musia byť schopní využívať rôzne technické nástroje, ktoré umožňujú adekvátne ukladanie a spravovanie terminológie“ (Sikora, 2014, s. 504). V kontexte lokalizácie môžeme navyše obzvlášť vyzdvihnúť technický rozmer tejto kompetencie. Prekladateľ sa však nemôže spoliehať výlučne len na prekladateľské nástroje, ale najmä na svoje schopnosti správne rozpoznať terminologickú jednotku a priradiť jej zodpovedajúci ekvivalent v cieľovom jazyku či porovnať jej použitie v iných diskurzoch a lokalitách. Zároveň sa aj v kontexte terminologickej kompetencie prekladateľa potvrdzuje významný podiel prekladateľa na správe terminológie.

4 Nekonzistentnosť, variabilita terminológie a vplyv firemnej identity na terminológiu

Z vlastných skúseností vieme, že dostupnosť kvalitného glosára termínov či rozsiahlej terminologickej databázy, ideálne s ukážkami využitia termínov v skutočnom kontexte, ich pravidelné aktualizovanie a prítomnosť poznámok o špecifikách termínu sú najvhodnejšími predpokladmi na zachovanie konzistentného používania termínov nielen v kontexte lokalizácie, ale aj v procesoch copywritingu, tvorby reklamných textov a pod. Nekonzistentnosť a variabilita sa však nemusia vyskytovať len v takýchto textoch, ale aj v samotnom glosári či databáze.

V procese lokalizácie hovoríme o potrebe dosiahnutia terminologickej konzistentnosti, resp. používania jedného termínu na pomenovanie toho istého konceptu najmä preto, že rôzni vývojári, produktové tímy a softvérové spoločnosti pracujú s „vlastnou“ terminológiou v odlišnom čase a na odlišnom mieste. Zdôrazňovanie potreby terminologickej konzistentnosti má však okrem iného aj význam pre samotných spotrebiteľov, keďže „znižuje nejasnosť spôsobenú spájaním jedného konceptu s viacerými termínmi a podporuje učenie pomocou asociácií“ (Schmitz, 2009), čiže aj pre vývojárov softvéru je mimoriadne dôležité, aby sme sa o ňu usilovali v čo najvyššej možnej miere.

V intuitívnom používateľskom prostredí softvéru a vďaka využitiu známych, resp. konzistentných termínov naprieč produktmi sa používateľ dokáže orientovať nielen v známom, ale aj v novom prostredí softvéru podľa už osvojených interakčných vzorcov a opakovane sa nimi riadiť (Byrne, 2006).

Práve terminologická variabilita ako taká odráža skutočnosť, že systémy konceptov a definícií podliehajú dynamickému vývoju. Používanie variantov je spojené najmä so sociolingvistickými faktormi a rôznymi spoločenskými a situačnými aspektmi komunikácie v odbornom jazyku. Keďže variabilita ako taká vychádza skutočne najčastejšie z odbornej sféry a nejednotného prístupu k tvorbe termínov, jej výskyt v procese lokalizácie nie je ničím výnimočným. Okrem iného totiž súvisí aj s diverzitou produktov uvádzaných na trh a odlišnými preferenciami používateľov.

Za mimoriadne zaujímavý koncept v kontexte lokalizácie považujeme termínometrický¹ prieskum Quiriona (2003) z Univerzity v Ottawe, ktorý má slúžiť na „meranie úrovne vžitosti všetkých pomenovaní, ktoré odkazujú na rovnaký koncept alebo množinu konceptov“ (Quirion, 2003, s. 30). Význam tohto konceptu by spočíval v možnosti zmerať kvantitatívnu metódou skutočné využitie navzájom si konkurujúcich, resp. súhlasných termínov v praxi (pomocou korpusov). Prekladatelia by tak mohli mať v budúcnosti možnosť vybrať si termín aj vzhľadom na ďalšiu jeho vlastnosť, a to úroveň využitia v praxi.

Pokiaľ však hovoríme o variabilite a nekonzistentnosti termínov v lokalizácii, musíme nevyhnutne spomenúť aj vplyv firemnej identity (angl. *corporate identity*) spoločnosti a v rámci nej presadzovania používania firemného jazyka (angl. *corporate language*) softvérových spoločností, ako to robí napríklad aj spoločnosť Google (pozri Cook, Jarvis, Lee, 2015). Okrem toho, že pod firemnou identitou vo všeobecnosti vnímame filozofiu,

¹ z angl. *terminometrics* (navrhujeme preklad *termínometria*): Analýza využívania súhlasných termínov pomenúvajúcich daný koncept (pozri Public Works and Government Services Canada, 2007).

etické hodnoty firmy, či jej históriu, čoraz častejšie sa začalo o nej uvažovať práve v spojitosti s nadnárodnými spoločnosťami, keďže „s postupujúcou globalizáciou sa treba zaoberať nielen domácou, ale aj zahraničnou kultúrou, aby sme dokázali zodpovedajúcim spôsobom komunikovať“ (Vysekalová, Mikeš, 2009, s. 17), čo sa nevyhnutne prejavuje aj v procese lokalizácie.

Firemný jazyk je výsledkom jazykovej politiky, ktorú pre spoločnosti zvyčajne vytvára obchodný manažér alebo odborníci na oblasť komunikácie v spoločnosti (Sanden, 2015). Vzťahuje sa na všetku komunikáciu spoločnosti, internú i externú, a odráža nielen charakter spoločnosti, ktorá ho používa, ale aj typ koncového používateľa produktu. Tento fakt si vyžaduje zvýšenú pozornosť prekladateľov v procese lokalizácie softvéru, ale aj všetkých ostatných dokumentov, ktoré sa s ním spájajú.

Tento druh firemnej politiky má tak jednoznačný vplyv na tvorbu variantov termínov pomenúvajúcich rovnaký koncept. Prekladateľ si však existenciu variability konkrétneho termínu často všimne až pri preklade pre inú spoločnosť, pri ktorom využíva zasa jej vlastný glosár, alebo keď prekladá pre spoločnosť, ktorá ešte nemá svoj glosár termínov. V takomto prípade by bola priam neoceniteľná „komplexná lokalizačná terminologická databáza, ktorá však u nás aktuálne absentuje“ (Kabát, 2021b, s. 1). Okrem potreby komplexnej terminologickej databázy je však otázna aj kvalita dostupných glosárov a databáz, na čo upozorňuje aj Gromová (2011) a tvrdí, že terminologické slovníky nie sú pre prekladateľa hodnotný zdroj informácií, keďže nerešpektujú jeho špecifické potreby, tzn. neobsahujú kontextové faktory. Vzhľadom na tieto skutočnosti sa v nasledujúcej časti príspevku budeme zaoberať práve tvorbou terminologických databáz a podstatou terminografickej práce v procese lokalizácie.

5 Terminologická databáza a terminografická práca

Z vlastných praktických skúseností vieme, že jednou zo zásadných podmienok plynulého priebehu lokalizácie softvéru je aj vhodne spracovaný súbor terminológie, ku ktorému majú prístup všetci členovia lokalizačného tímu, nachádzajúci sa v univerzálne použiteľnom formáte. V porovnaní napr. s encyklopédiami či všeobecnými a odbornými slovníkmi sa v prekladateľskom prostredí preferuje terminologická databáza, a to najmä pre svoju komplexnosť, jednoduchú dostupnosť a formát použiteľný v rôznych prekladateľských nástrojoch. Levická vymenúva aj ďalšie výhody terminologických databáz a radí medzi ne centralizáciu dostupných informácií o termínoch, možnosť popularizácie a šírenia štandardizovanej terminológie, flexibilitu, ale aj to, že

predstavujú vhodný priestor na vytvorenie konsenzu medzi odborníkom a lingvistom, resp. prekladateľom v procese tvorby terminologického záznamu (pozri Levická, 2005). Samotná tvorba terminologickej databázy je však veľmi komplexný proces a nemôže vzniknúť len ako vedľajší produkt prekladu. Paralelu k vzťahu lexikológie a lexikografie tvorí práve terminológia a terminografia. „Terminografia zahŕňa zhromažďovanie, systematizáciu a opísanie termínov z konkrétnej oblasti ľudského poznania“ (Cabré, 1999, s. 115). Termíny však nesmú byť umelo vytvorené ani vymyslené terminológmi, pretože najmä kontextové ukotvenie daných termínov považujeme za dôležitý signál, že daný termín sa v praxi skutočne využíva. Okrem toho terminologický záznam v databáze by mal byť vzhľadom na potreby prekladateľa čo najpodrobnejší a najobsažnejší.

Čo sa týka terminologických databáz na Slovensku, Gromová (2011) ich situáciu popisuje vo svojom príspevku *Terminologický výskum na Slovensku – minulosť, prítomnosť, budúcnosť* (s. 8 – 17). Hovorí o existencii aktívnych iniciatív, ktoré sa týkajú terminologickej perspektívy a zároveň aj terminografickej práce. Teoretickou stránkou tvorby terminologických databáz v lokalizácii softvérových produktov sa v súčasnosti v slovenskom prostredí aktívne zaoberá aj Kabát, napr. v príspevku *Model lokalizačnej terminologickej databázy* (2021b). Navrhuje terminologickú databázu, ktorá by pozostávala z kariet (ekvivalent terminologického záznamu) a polí, ktoré by mali byť súčasťou daných kariet. „V prípade potreby by jednotlivé karty mohli byť prepojené, čo by uľahčilo vyhľadávanie“ (2021, s. 3). Navrhovaná terminologická databáza by mala v prvom rade vychádzať zo špecifik softvérovej terminológie. Jednotlivé polia, ktoré by mali byť súčasťou karty, resp. terminologického záznamu, by preto v závislosti od jazyka danej databázy mali obsahovať okrem iných aj informácie o definícii, gramatickej kategórii, referenčných synonymných termínoch, kontexte a pod. Zhodujú sa na tom viaceré zdroje popisujúce základné polia v záznamoch terminologickej databázy (porov. Cabré, 1999; Levická, 2006; Kabát, 2021b).

Komplexné terminologické databázy predstavujú najvhodnejší zdroj informácií pre prekladateľov v procese lokalizácie. Medzi terminologické databázy dostupné online patrí napr. Slovenská terminologická databáza či Language Portal spoločnosti Microsoft. Hoci má tento portál redukovaný rozsah polí, jeho online forma a formát .tbx umožňujú široké použitie danej databázy. Najčastejšie si však terminologické databázy vytvárajú samotné spoločnosti a sprístupňujú ich len prekladateľom podieľajúcim sa na lokalizácii konkrétnych produktov spoločnosti.

Význam jednej komplexnej databázy združujúcej informácie o termínoch z rôznych oblastí softvéru a rôznych spoločností by teda spočíval najmä v signifikantnom

zjednodušení práce prekladateľov, ktorí pracujú napr. na lokalizácii úplne nového produktu. Okrem toho potrebu vytvorenia takejto komplexnej terminologickej databázy orientovanej na potreby prekladateľa a zohľadňujúcej špecifikácie lokalizácie softvéru potvrdzuje aj skutočnosť, že „základnou prerekvizitou lokalizácie softvérových produktov sú presnosť a konzistentnosť naprieč všetkými časťami softvérového produktu“ (Kabát, 2021b, s. 5), čo sa napokon vzťahuje aj na potrebu správy takejto databázy a prehodnotenia tradičných modelov terminologických databáz.

6 Analýza variantných termínov vzhľadom na používateľské preferencie

V praktickej časti príspevku zameranom na výskum terminologickej variability v lokalizačných projektoch analyzujeme terminológie softvérových spoločností Apple, Google a Microsoft vzhľadom na variantnosť termínov, ktoré pomenúvajú približne rovnaké koncepty v oblasti softvéru a hardvéru. Z vlastných skúseností lokalizátorky venujúcej sa prekladu softvéru nielen spomínaných spoločností vieme, že ich terminológia je veľmi podobná. Keďže skúmame variantnosť a nekonzistentné použitie termínov, analyzujeme slovenské termíny, ktoré vo všetkých spomínaných softvérových spoločnostiach pomenúvajú rovnaké koncepty a zároveň minimálne dve z troch spoločností používajú na pomenovanie tohto konceptu odlišný termín (variant). Výberu daných termínov, ktoré majú okrem iného slúžiť aj na ilustráciu variability terminológie súvisiacej s firemnou identitou, predchádzala rozsiahla rešerš, získavanie informácií o terminologických databázach, glosároch a skutočnom použití daných termínov v praxi.

Termíny spoločnosti Apple sme získavali z paralelných textov na webových stránkach spoločnosti Apple, ktoré používateľovi umožňujú zobrazovať články v požadovanom jazyku jednoduchým prepísaním jazykového kódu v hypertextovej adrese stránky. V prípade spoločnosti Google sme termíny získavali prostredníctvom nástroja Glossary Manager, ku ktorému máme prístup vďaka prekladateľskej praxi. Čo sa týka terminológie spoločnosti Microsoft, mali sme k dispozícii terminologickú databázu Language Portal, ktorá je voľne prístupná aj pre verejnosť. V prípade výskytu nejasností v pragmatickom použití jednotlivých termínov sme si overovali ich aktuálnosť a použitie opäť v paralelných textoch jednotlivých spoločností.

Z týchto zdrojov sa nám na účely výskumu podarilo vyčleniť celkom 50 anglických termínov, pričom ku každému termínu existujú minimálne dva variantné ekvivalenty

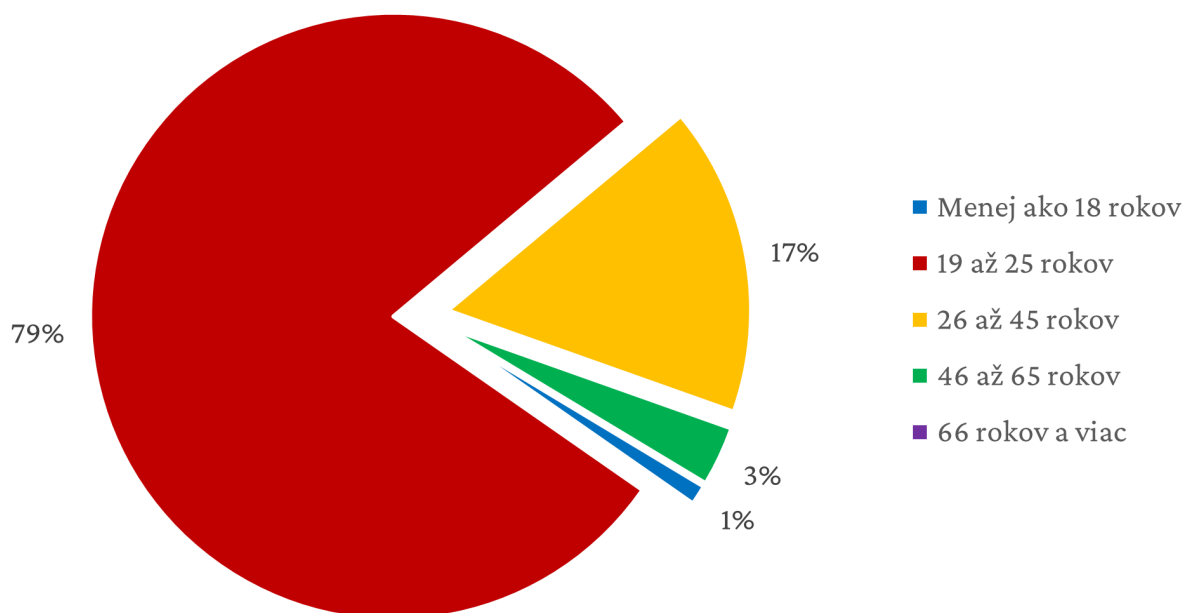
(najviac však päť ekvivalentov) v slovenskej terminológii, ktorých definícia aj pragmatická funkcia sa zhodujú.

Vybrané termíny sme ďalej použili v dotazníku, ktorý sme využili na skúmanie preferencie jednotlivých variantov z pohľadu bežného používateľa softvéru, keďže sme vychádzali okrem iného aj z tvrdenia Cíbkovej: „Terminológia by mala byť pripravovaná spolu s používateľmi a spájaná s jej požiadavkami“ (Cíbková, 2008, s. 29). Úlohou používateľov bolo vybrať v rámci jednotlivých otázok dotazníka možnosť s vetou, ktorá podľa ich jazykového citu znela najprirodzenejšie, čím sme sa snažili zabrániť tomu, aby si používateľ pri voľbe odpovede sám stanovoval vlastné kritériá (napr. spisovnosť a pod.). Výsledný dotazník napokon pozostával z dvoch sekcií a každá obsahovala 10 otázok (položiek) s výberom odpovede, tretia sekcia slúžila na zozbieranie dodatočných informácií o respondentovi, resp. o jeho veku či produktoch (softvéri, hardvéri), ktoré využíva, pretože aj tento faktor sme považovali za dôležitý pri následnom vyhodnocovaní preferencií používateľov. Dotazník bol po zozbieraní odpovedí od 376 respondentov vyhodnocovaný na základe kvantitatívneho pomeru jednotlivých odpovedí respondentov. Distribúcia a zber odpovedí prebiehali elektronickou formou v období od 3. februára 2020 do 3. apríla 2020. Všimli sme si celkový pomer preferovaných termínov jednotlivých spoločností, prípadné aspekty, ktoré mohli mať vplyv na výber preferenčných termínov a aj napriek tomu, že vzorku respondentov vnímame ako náhodnú, nie reprezentatívnu, pokúsili sme sa aj o akési zovšeobecnenie výsledkov, skúmanie rôznych podôb variability, čo v príspevku následne demonštrujeme na konkrétnych skupinách termínov.

6.1 Vek respondentov a využitie softvéru

Informácie z dotazníka týkajúce sa veku respondentov a využitia softvéru poslúžili ako doplňujúce informácie, hoci nešlo ani o samoučelné zisťovanie, pretože bolo mimoriadne dôležité získať odpovede čo najdiferencovanejšej vzorky používateľov. Vzhľadom na výsledný počet respondentov však konštatujeme, že v danej vzorke je zastúpená viac-menej každá veková skupina používateľov, nanajvýš však do veku 65 rokov. Vekové zastúpenie používateľov je zobrazené v grafe č. 1.

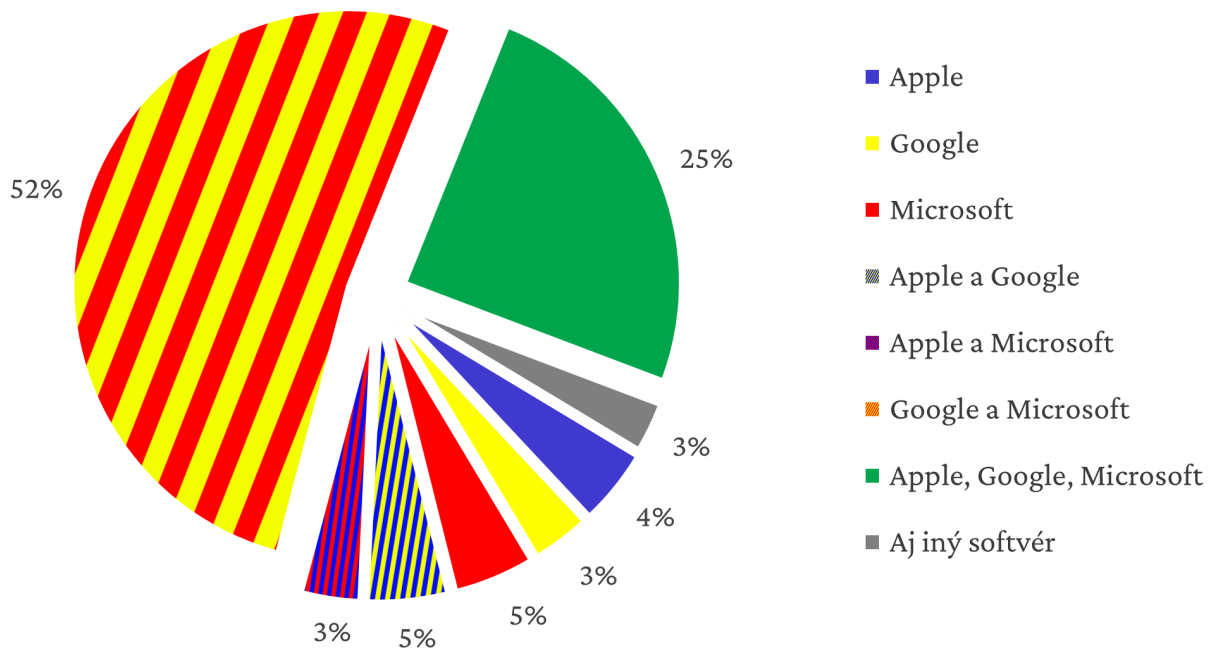
Graf 1 – Vekové zastúpenie respondentov



Najvýraznejšie zastúpenie mala skupina respondentov vo veku od 19 do 25 rokov, čo je však s veľkou pravdepodobnosťou spôsobené elektronickou administráciou daného dotazníka. Vek respondentov sme si všímali najmä s ohľadom na fakt, že respondenti vo veku do 18 rokov by mohli aj relatívne nedávno vzniknuté termíny považovať za zastarané a podobne, respondenti vo veku 66 rokov a viac by mohli mať tendenciu preferovať termíny, ktoré síce poznajú, no dnes už nepostačujú na pomenovanie konkrétneho de-notátu. Keďže prevládajú respondenti jednej vekovej kategórie, výsledky dotazníka nie je možné generalizovať, no môžu poslúžiť ako podnetný zdroj na ďalšie skúmanie danej problematiky.

Cieľom ďalšej doplňujúcej otázky bolo zistenie, ktoré druhy softvéru využívajú používatelia najčastejšie v súkromnom či pracovnom živote. Domnievame sa, že respondent by pri výbere odpovede v dotazníku mohol zakaždým označiť termín, s ktorým sa stretáva častejšie vo svojom živote. Preto bolo potrebné osloviť dostatočný počet respondentov využívajúcich rôznych softvérov, aby bolo možné zabezpečiť objektivitu výskumu aj z tohto hľadiska. Prehľad druhov použitého softvéru uvádzame v grafe č. 2.

Graf 2 – Percentuálne vyjadrené využívanie rôzneho softvéru respondentmi



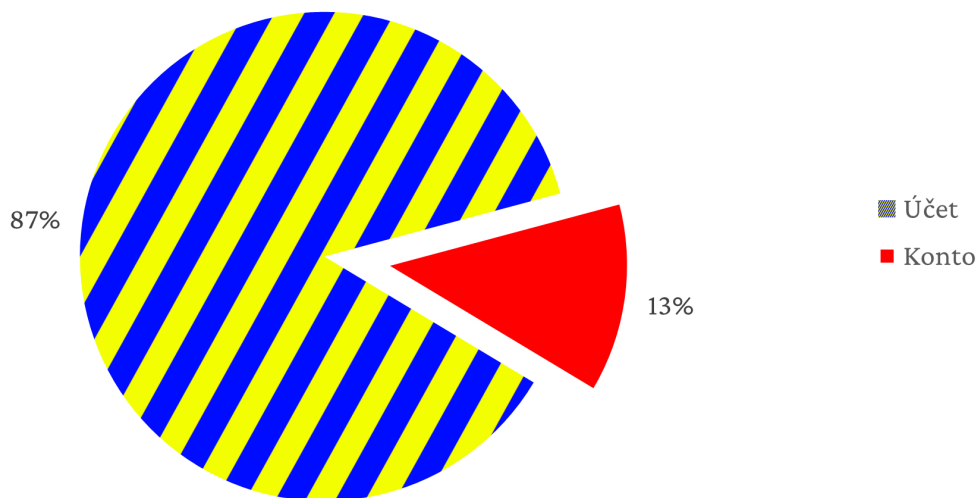
Z výsledkov dotazníka spracovaných v grafe č. 2 usudzujeme, že variabilita používaného softvéru medzi používateľmi je dostatočne vysoká, pričom mnohí respondenti používajú súčasne dva či tri druhy softvéru od rôznych softvérových spoločností.

6.2 Termíny *account*, *app* a *publish*

Pri vyhodnocovaní dotazníka začneme s termínmi, pri ktorých sa vedeli používatelia rozhodnúť najjednoduchšie.

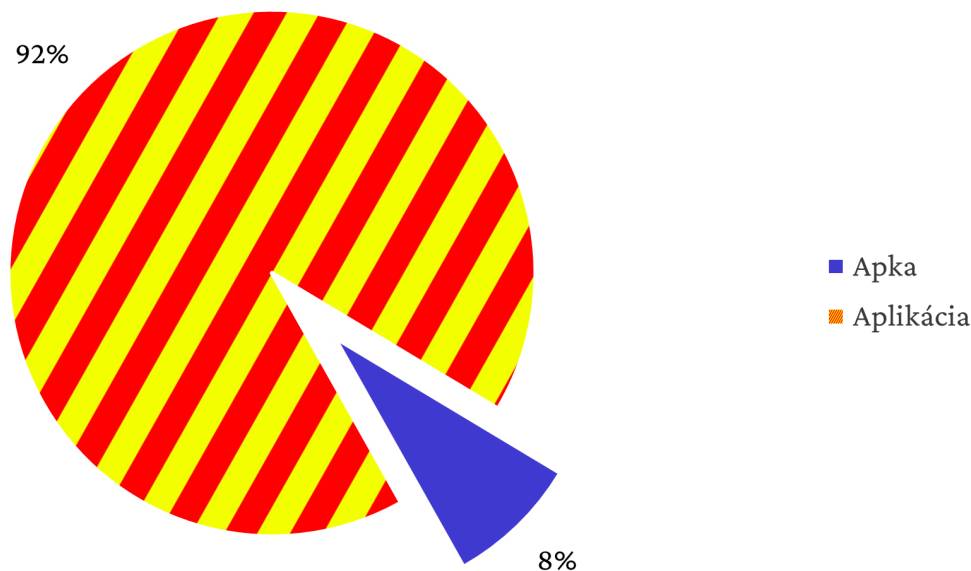
Takáto situácia nastala napr. v prípade dvojice variantných termínov *účet* (Apple, Google) a *konto* (Microsoft), znázornenej v grafe č. 3. Medzi týmito termínmi však neexistuje žiaden zásadný rozdiel, oba sú spisovné, krátke i dobre motivované, preto by sme mohli predpokladať, že spoločnosť Microsoft sa aj pomocou tohto termínu pokúša odlíšiť od ostatných spoločností, ktoré využívajú rovnaký koncept. Pravdou však je, že práve terminológia spoločnosti Microsoft patrí v softvérovej terminológii medzi tie najpôvodnejšie a v slovenskom prostredí sa s ňou pracovalo už v 90. rokoch 20. storočia (pozri Miková, 2015). Termín *konto* sa teda zrejme neujal a navyše, spoločnosti Apple a Google preferujú vlastný variant *účet*, tak ako i väčšina oslovených respondentov.

Graf 3 – Percentuálne zastúpenie termínov účet (Apple, Google) a konto (Microsoft) v odpovediach používateľov



Stratégiu presadzovania firemného jazyka spoločnosti môžeme sledovať aj na príklade variantov *apka* (Apple) a *aplikácia* (Google, Microsoft).

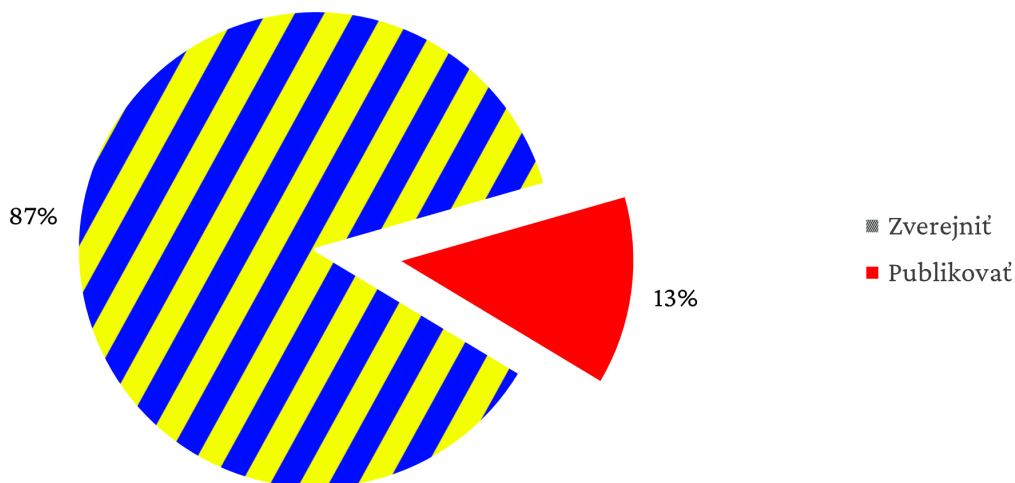
Graf 4 – Percentuálne zastúpenie termínov *apka* (Apple) a *aplikácia* (Microsoft, Google) v odpovediach respondentov



Vzhľadom na údaje spracované v podobe grafu č. 4, termín *aplikácia* je oproti termínu *apka* výrazne preferovaný používateľmi a okrem toho, že je spisovný a jednoznačný, v našom prostredí je aj dostatočne zaužívaný. Variant *apka* teda vznikol s cieľom spoločnosti odlíšiť sa od konkurencie a hoci je kratší, predpokladáme, že respondenti vnímajú, že ide o nespisovný a slangový termín, a teda s najväčšou pravdepodobnosťou ani nepociťujú potrebu používania „novšieho“ termínu.

Tento predpoklad, že nie každý variant termínu je vyslovene potrebný, si môžeme overiť aj v prípade dvojice termínov *zverejniť* (Apple a Google) a *publikovať* (Microsoft).

Graf 5 – Percentuálne zastúpenie termínov *zverejniť* (Apple a Google) a *publikovať* (Microsoft) v odpovediach respondentov



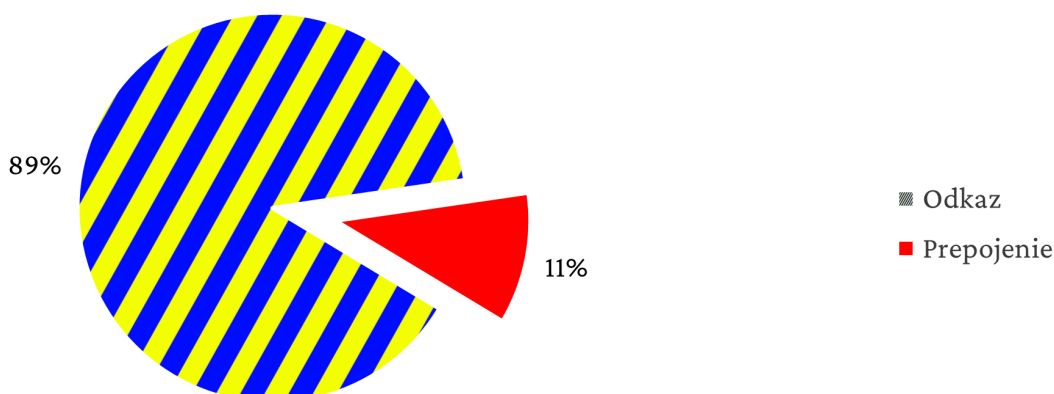
Z grafu č. 5 pozorujeme, že preferenčný termín *zverejniť* podľa respondentov pomenúva daný koncept vhodne, zároveň je spisovný a systémový. Na druhej strane, aj termín *publikovať* spĺňa dané požiadavky, no používatelia ho môžu považovať za doslovný preklad anglického termínu *publish*. Termín *publikovať* sa teda neujal podobne ako termín *konto* v príklade uvedenom vyššie, pričom znova môžeme pozorovať snahu spoločností o odlíšenie sa od konkurencie.

Z vyššie uvedených príkladov vidíme tendenciu spoločností používať pri lokalizácii vlastný firemný jazyk, keďže z ich strany nejde o vytváranie termínov s cieľom potreby pomenúvať nový koncept či nahradiť zastaraný výraz novším, vhodnejším variantom. Vznik termínov, ktoré sú výlučne produktom firemnej stratégie spoločností, však zároveň podnecuje výskyt nežiaducej variability terminológie.

6.3 Termíny *link*, *tap*, *notification* a *feedback*

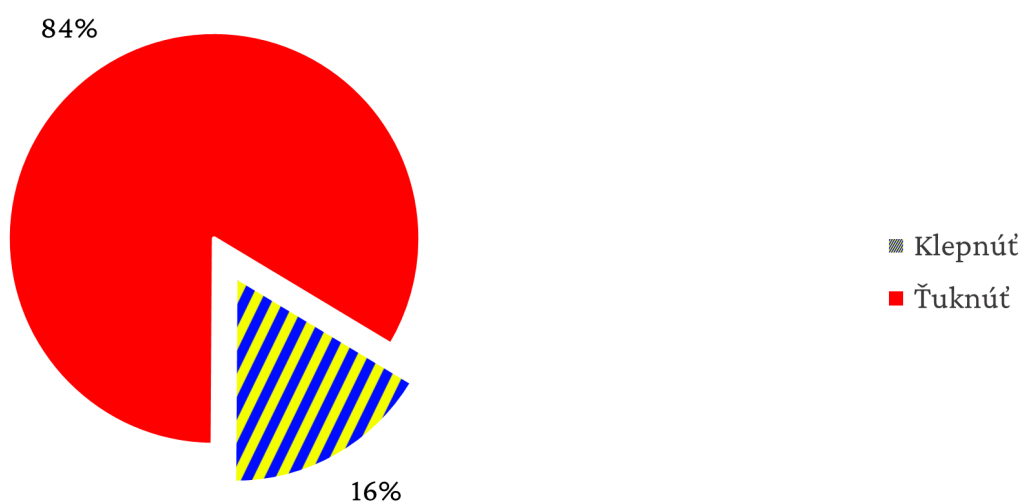
Zatiaľ čo v prípade predchádzajúcej trojice termínov sme pozorovali snahu spoločností o odlíšenie sa od konkurencie využitím firemného jazyka, pri preferencii nasledujúcich variantov termínov uvažujeme primárne o uprednostnení na základe lepšej motivovanosti.

Graf 6 – Percentuálne zastúpenie termínov odkaz (Apple a Google) a prepojenie (Microsoft) v odpovediach respondentov



V grafe č. 6 pozorujeme preferenciu termínov *odkaz* (Apple a Google) a *prepojenie* (Microsoft) v odpovediach respondentov. Preferovaný termín *odkaz* je kratší a vzhľadom na koncept, ktorý pomenúva, aj vhodnejšie motivovaný. Najčastejšie totiž ide o hypertextovú adresu inej lokality, ktorá používateľa nasmeruje, resp. odkazuje na ďalší zdroj informácií. Naopak, variant *prepojenie* by v používateľovi mohol skôr konotovať fyzické spojenie, vytvorenie prepojenia s inou lokalitou. Preferenciu termínu *odkaz* si teda vysvetľujeme lepšou motivovanosťou termínu.

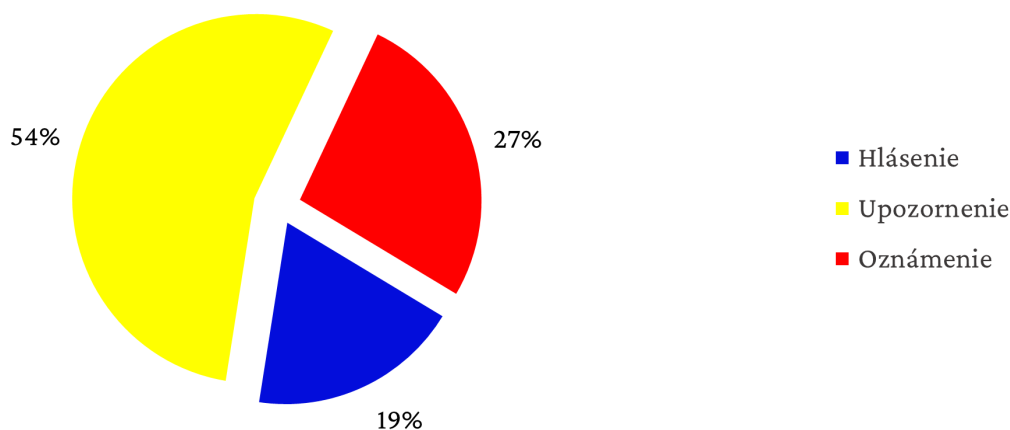
Graf 7 – Percentuálne zastúpenie termínov klepnúť (Apple a Google) a ťuknúť (Microsoft) v odpovediach respondentov



Podobne je to aj v prípade dvojice termínov *klepnúť* (Apple a Google) a *ťuknúť* (Microsoft), ktorých preferencia je znázornená v grafe č. 7. Oba termíny spĺňajú podmienku spisovnosti, krátkosti a v podstate ide o synonymá pomenúvajúce činnosť – dotknutie sa obrazovky (mobilného zariadenia, tabletu a pod.) prstom používateľa, ide teda o ekvivalent kliknutia myšou. Motivovanosť gestom ťuknutia a výrazne zjemňujúci príznak

viažuci sa na daný výraz (porov. KSSJ, 2003) oproti termínu *klepnúť* mohli prispieť k tendencii používateľov preferovať ypráve termín *ťuknúť*.

Graf 8 – Percentuálne zastúpenie termínov *hlásenie* (Apple), *upozornenie* (Google) a *oznámenie* (Microsoft) v odpovediach respondentov

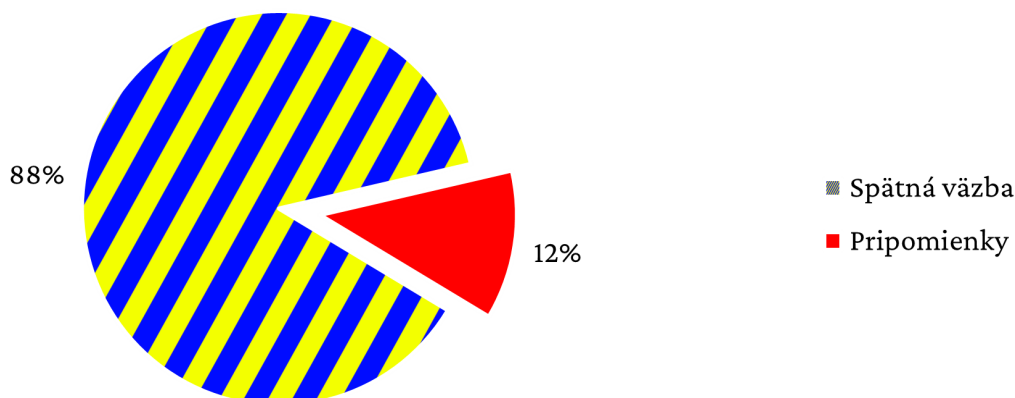


Čo sa týka variantov *hlásenie* (Apple), *upozornenie* (Google) a *oznámenie* (Microsoft), ktoré sú zobrazené v grafe č. 8, termíny *hlásenie* a *oznámenie* nezískali výraznejšiu podporu respondentov. Na druhej strane, termín *upozornenie* považujú používatelia za najvhodnejší ekvivalent, čo môže súvisieť s jeho najadekvátnejšou motiváciou, keďže priamo poukazuje na samotnú podstatu a funkciu daného softvérového prvku, ktorého cieľom je upozorniť používateľa na najnovšiu aktivitu aplikácie, prijatie novej správy a pod.

Odozva zákazníkov, resp. ich názory a nápady sú neoceniteľným prínosom pre každú spoločnosť expandujúcu so svojím produktom. Preto sme do dotazníka zaradili aj slovenské ekvivalenty termínu *feedback*, a to *spätná väzba* (Apple a Google) a *pripomienky* (Microsoft).

Graf č. 9 znázorňuje jednoznačnú preferenciu termínu *spätná väzba*. Hoci sú oba termíny silno motivované, ich motivovanosť sa výrazne odlišuje. Najmä termín *pripomienky* má výrazný príznak, teda nie je neutrálny (podmienka dobre utvorenej terminologickej jednotky), pretože v používateľovi vyvoláva dojem, že odozva na produkt by mala pozostávať len z povšimnutia si nedostatkov, chýb a problematických miest. Na druhej strane, termín *spätná väzba* odkazuje na recipročný vzťah medzi používateľom a vývojárom softvéru a na záujem vývojárov o vlastné poznatky používateľov každého druhu. Potenciálne použitie termínu *pripomienky* by mohlo mať aj negatívny vplyv na získavanie podnetov od zákazníkov, resp. dokonca aj na úspešné zavŕšenie celého procesu globalizácie, ktorého podmienkou je aj implementácia spätnej väzby.

Graf 9 – Percentuálne zastúpenie termínov spätná väzba (Apple a Google) a pripomienky (Microsoft) v odpovediach respondentov



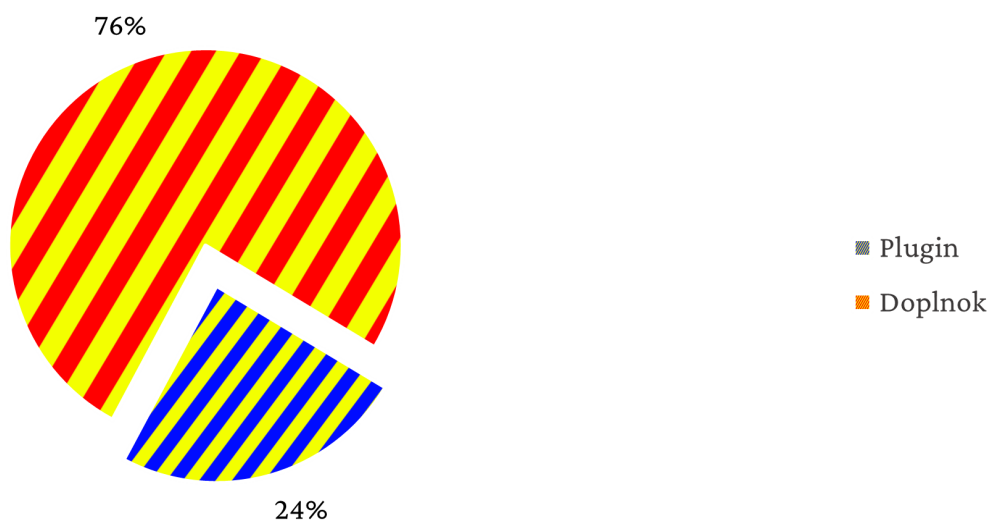
Motivovanosť teda môžeme jednoznačne považovať za rozhodujúci faktor pri voľbe vhodného ekvivalentu termínu, keďže s jej pomocou si používateľ dokáže sám odvodiť význam či funkciu konceptu, ktorý termín pomenúva a nemá potrebu oboznamovať sa s definíciou. Vhodne motivovaná terminológia je teda výhodná aj pre používateľov aj pre distribútorov softvéru, ktorí týmto približujú softvér širokej mase príjemcov.

6.4 Termíny plug-in, widget, chat, downgrade a upgrade

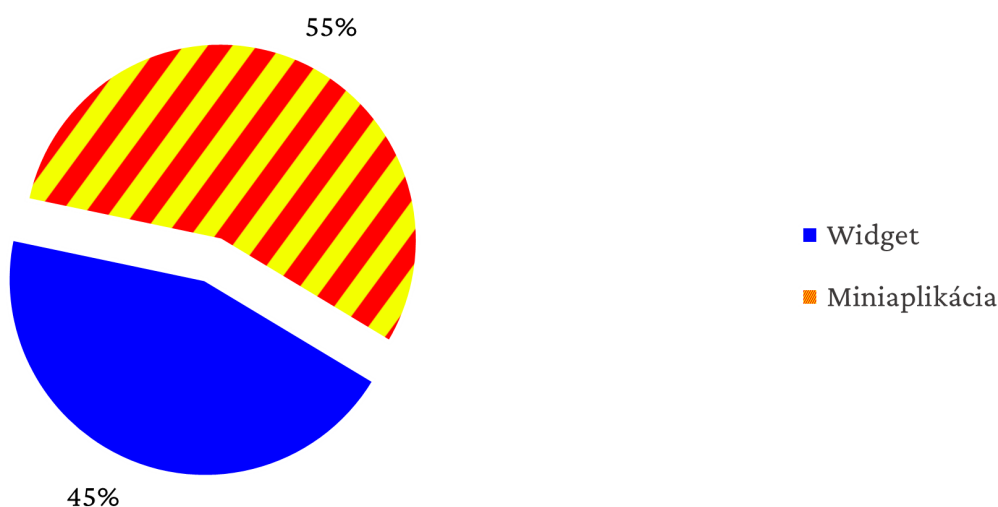
V súvislosti s terminologickou variabilitou sme skúmali aj varianty termínov, ktoré vznikajú v slovenčine prevzatím pôvodného termínu, a teda ide o jazykové prevzatie, resp. mimojazykové prevzatie. V závislosti od ich zaužívanosti a úrovne adaptácie (ortoepickej, ortografickej a morfolologickej) rozlišujeme neadaptované, čiastočne adaptované až úplne adaptované výrazy. Práve v softvérovej terminológii vnímame vyššiu prítomnosť takýchto typov prevzatí, čoho dôkazom sú aj termíny *plug-in*, *widget*, *chat*, *downgrade* alebo *upgrade*.

V grafe č. 10 sú spracované odpovede respondentov ohľadom preferencie termínov *plug-in* (Apple a Google) a *doplnok* (Google a Microsoft), pričom spoločnosť Google uvádza vo svojej databáze oba varianty ako správne a vhodné na použitie v závislosti od typu softvéru a kontextu. Z grafu jednoznačne vyplýva preferencia lokalizovaného termínu *doplnok*, ktorý je zároveň spisovný, jedinečný a aj dobre motivovaný oproti variantu *plug-in*, v prípade ktorého môžeme hovoriť len o morfolologickej adaptácii.

Graf 10 – *Percentuálne zastúpenie termínov plugin (Apple a Google) a doplnok (Google a Microsoft) v odpovediach respondentov*



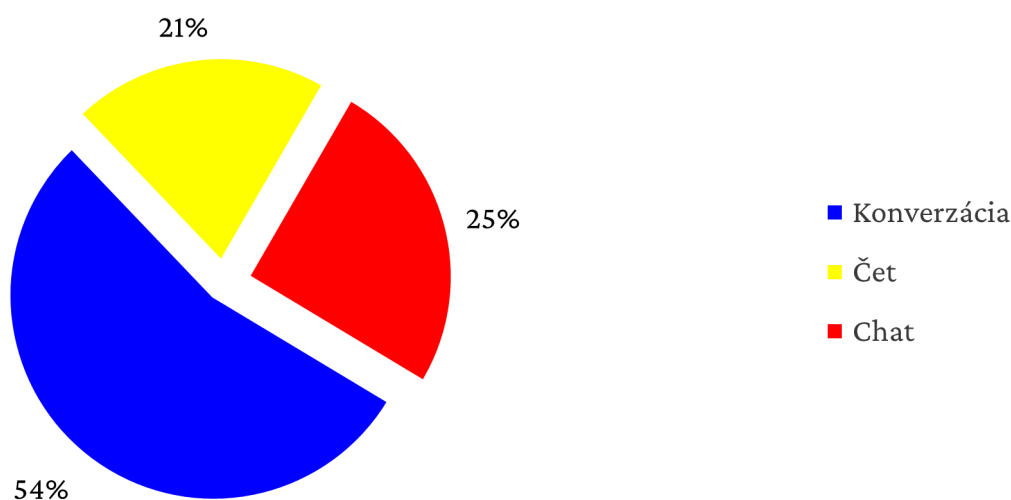
Graf 11 – *Percentuálne zastúpenie termínov widget (Apple) a miniaplikácia (Google a Microsoft) v odpovediach respondentov*



Zaujímavú situáciu zobrazuje graf č. 11 v prípade termínov *widget* (Apple) a *miniaplikácia* (Google a Microsoft), kde už nie je taký výrazný rozdiel v preferenciách používateľov, hoci za preferovaný považuje väčšina z nich termín *miniaplikácia*. Z dostupných zdrojov vieme, že termín *plug-in* sa používa v kontexte softvéru minimálne od 70. rokov minulého storočia (pozri Ionos, 2020), zatiaľ čo termín *widget* je relatívne nový, tak ako aj jeho koncept, a do povedomia sa dostáva až po roku 2000 (pozri Lowensohn, 2014). Napriek relatívnej novosti tohto konceptu používatelia uprednostňujú lokalizovaný termín *miniaplikácia* aj napriek tomu, že ide o zložené popisné substantívum.

Tendenciu používania jazykových prevzatí však pozorujeme aj v prípade spoločnosti Microsoft.

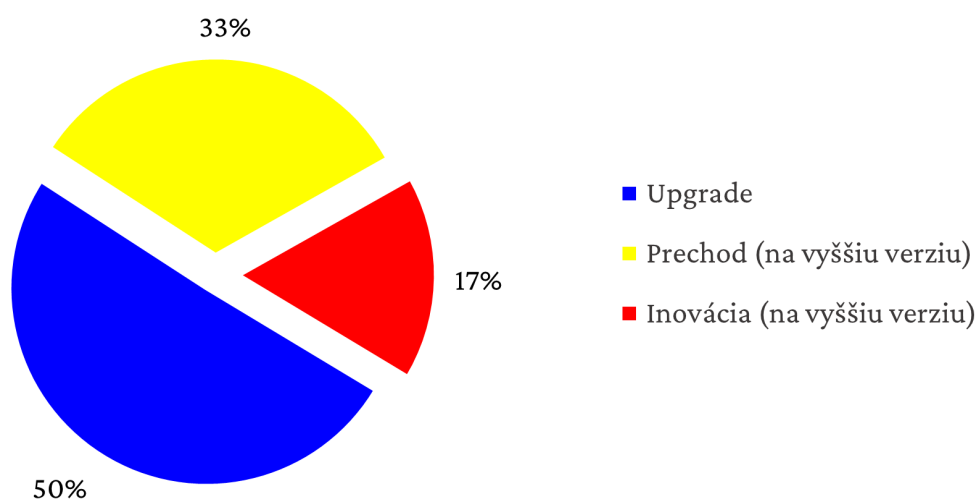
Graf 12 – *Percentuálne zastúpenie termínov konverzácia (Apple), čet (Google) a chat (Microsoft) v odpovediach respondentov*



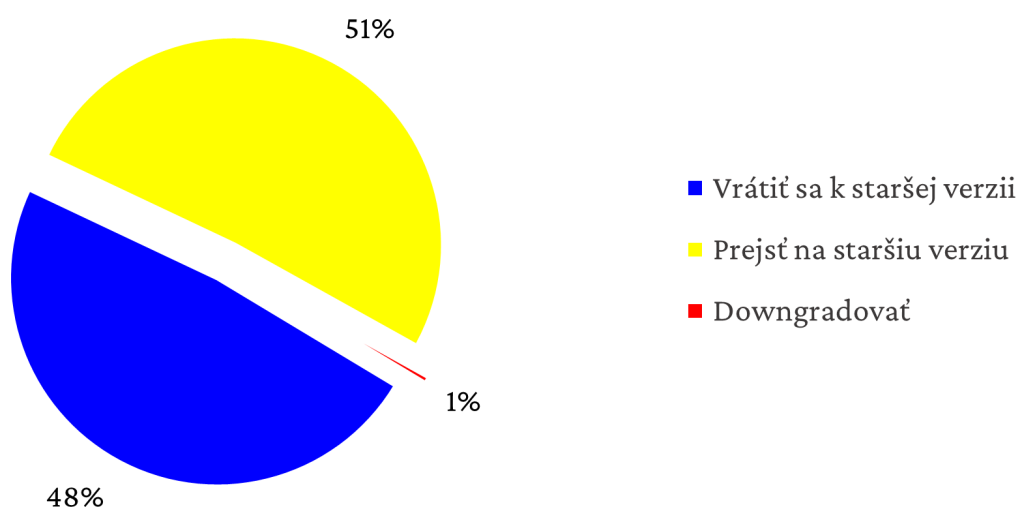
Graf č. 12 znázorňuje percentuálne vyjadrenie preferencií variantných termínov *konverzácia* (Apple), *čet* (Google) a *chat* (Microsoft). Používatelia vnímajú ako najvhodnejší termín *konverzácia*, ktorý je však vo viacerých terminológiách ekvivalentom termínu *conversation*. Koncept termínu *chat* však nie je totožný s konceptom termínu *conversation*, keďže termín *chat* sa výlučne spája s online prostredím a písomnou formou komunikácie. Ortoepicky, ortograficky aj morfológicky adaptovaný variant *čet* má z nášho pohľadu potenciál využitia v praxi práve pre svoju vysokú úroveň adaptácie, na rozdiel od termínu *chat*, ktorý sa však v terminológii spoločnosti Microsoft používa napr. v prípade termínov *chatovať*, *okno chatu*, *chatovacie centrum* a pod. Napriek výsledkom dotazníka nepovažujeme variant *konverzácia* za vhodný, ale vzhľadom na naše skúsenosti by sme uprednostnili termín *čet*, ktorý zo strany spoločnosti Google vnímame ako snahu vyhovieť potrebám a požiadavkám používateľov.

V kontexte preferencií mimojazykových prevzatí používateľmi považujeme za obzvlášť zaujímavé porovnanie preferencií v prípade termínov *upgrade* a *downgrade*.

Graf 13 – *Percentuálne zastúpenie termínov upgrade (Apple), prechod (Google) a inovácia (Microsoft) v odpovediach respondentov*



Graf 14 – *Percentuálne zastúpenie termínov vrátiť sa k staršej verzii (Apple), prejsť na staršiu verziu (Google) a downgradovať (Microsoft) v odpovediach respondentov*



Z grafov č. 13 a 14 je na prvý pohľad zreteľný zaujímavý paradox. Ani samotní používatelia neboli pri výbere svojich odpovedí konzistentní, keďže doposiaľ vylučovali preferenciu prevzatých termínov a jazykových výpožičiek. Termín *downgradovať* (podobne ako ďalšie jazykové prevzatia adaptované na morfolologickej úrovni) považujú za úplne neprijateľný, no paradoxne, termín *upgrade* označujú v porovnaní s ostatnými dvoma slovenskými ekvivalentmi *prechod* a *inovácia* za preferovaný. Okrem iného na príklade týchto dvoch termínov (*upgrade* a *downgrade*) možno pozorovať výskyt nekonzistentnosti a nesystémovosti aj v rámci samotných terminológií softvérových spoločností Apple a Microsoft. Výnimkou je spoločnosť Google, ktorá v databáze uprednostňuje lokalizované, vhodne motivované, systémové, opozitné termíny, ktoré za vhodné označil

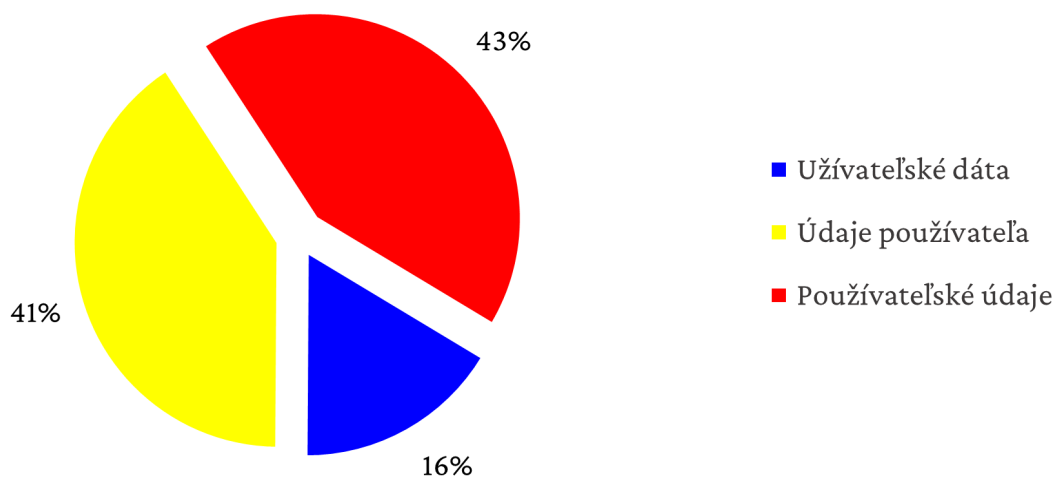
aj primeraný počet respondentov. Požiadavky systémovosti a konzistentnosti považujeme za nadradené preferenciám používateľov, preto považujeme za najvhodnejšie termíny spoločnosti Google.

Na predchádzajúcich príkladoch sme mohli pozorovať viac-menej jednoznačné odmietanie mimojazykových preferencií používateľmi nezávisle od toho, či boli adaptované úplne, čiastočne alebo vôbec. Mnohé koncepty teda ešte nemôžeme považovať za natoľko známe, aby nebola potrebná ich lokalizácia. Pokiaľ však nastane situácia, že v slovenskom jazyku nie je možné nájsť vhodný ekvivalent, zaujímavým riešením je postupná adaptácia jazykového prevzatia a napokon jeho úplné prevzatie do slovenského jazyka.

6.5 Termíny user data, slider a scroll

Pri vytváraní dotazníka sme sa zámerné orientovali aj na nespisovné alebo významovo nesprávne terminologické jednotky a zisťovali sme ich preferenciu zo strany používateľov na základe toho, že tieto jednotky sú zároveň súčasťou niektorých terminologických databáz.

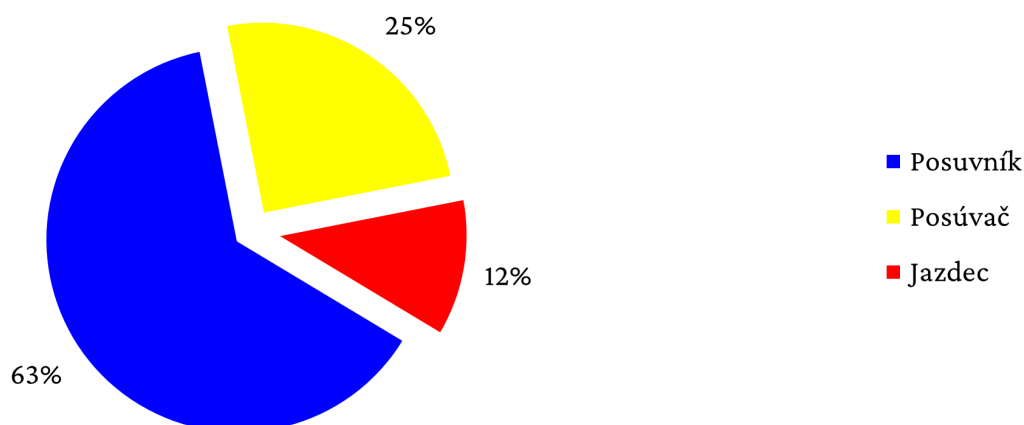
Graf 15 – *Percentuálne zastúpenie termínov užívateľské dáta (Apple), údaje používateľa (Google) a používateľské údaje (Microsoft) v odpovediach respondentov*



Graf č. 15 zobrazuje preferencie používateľov pri variantoch *užívateľské dáta* (Google), *údaje používateľa* (Google) a *používateľské údaje* (Microsoft), pričom nás zaujímala najmä preferencia nespisovného variantu *užívateľské dáta*. Okrem toho, že zaužívaným ekvivalentom termínu *data* v slovenskej lokalite je termín *údaje* (slovenský termín *dáta* sa spája výlučne s prenosom dát u mobilného operátora), podľa KSSJ z roku 2003 je užívateľom ten, „kto má niečo v užívaní: *u. bytu*.“ Prekladateľ sa teda musí riadiť nielen databázou,

ale dbať aj na významovú správnosť, obzvlášť pokiaľ nemá žiadnu databázu k dispozícii. V našom prípade považujeme používateľmi preferovaný termín *používateľské údaje* za najvhodnejší z ekvivalentov vzhľadom na jeho systémovosť a správnosť.

Graf 16 – Percentuálne zastúpenie termínov *posuvník* (Apple), *posúvač* (Google) a *jazdec* (Microsoft) v odpovediach respondentov

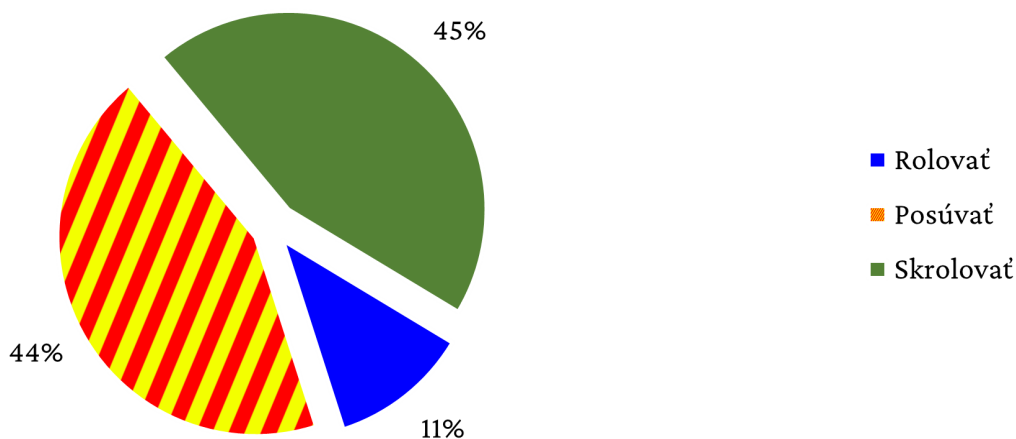


Údaje spracované v grafe č. 16 poukazujú najmä na preferenciu na prvý pohľad nespisovného, resp. slangového výrazu *posuvník*, (s typicky českou príponou *-ík*) ktorý je súčasťou terminológie spoločnosti Apple.

Napriek tomu, že ekvivalenty spoločností Google a Microsoft sú spisovné a rovnako krátke, používatelia sa jednoznačne priklonili už k spomínanému výrazu *posuvník*. V prípade tohto termínu sme sa snažili vylúčiť neznalosť konceptu termínu *slider*, pretože danú otázku v dotazníku sme doplnili aj o obrázok. Preferenciu pojmu *posuvník* si teda vysvetľujeme nedostatočnou motivovanosťou zvyšných dvoch termínov. Termín *posúvač* je v KSSJ z r. 2003 definovaný ako „tech. zariadenie al. jeho súčiastka slúžiaca na posúvanie;“ a ani motivácia termínu *jazdec* nie je úplne významovo priehľadná. Navyše definícia tohto termínu v softvérovej terminológii spoločnosti Microsoft uvádza, že termín *slider* sa používa nielen na označenie lišty určenej na posúvanie stránky, ale pomenúva aj ovládací prvok na úpravu jas, priblíženia a pod. Preto tu skutočne vzniká potreba lepšie motivovaného, spisovného termínu. Termín *posuvník* teda môžeme považovať za vhodný na označenie tohto konceptu v slovenskej lokalite, čo najnovšie potvrdzuje aj odôvodnenie Jazykovej poradne JÚLŠ (pozri Jazyková poradňa, 2017), v ktorom sa potvrdzuje, že termín *posuvník* zodpovedá pravidlám spisovnej slovenčiny. Pri skúmaní potenciálnej preferencie nespisovných termínov sme sa rozhodli overiť si aj predpoklad, že existuje určitá používateľská tendencia osvojiť si a využívať nesprávne termíny. Medzi slovenské ekvivalenty termínu *scroll* sme preto do dotazníka vložili aj

jeden vyslovene nespisovný termín, ktorý je však z nášho pohľadu výrazne preferovaný medzi používateľmi v hovorenej aj písomnej komunikácii.

Graf 17 – *Percentuálne zastúpenie termínov rolovať (Apple), posúvať (Google a Microsoft) a pojmu skrolovať v odpovediach respondentov*



Graf č. 17 zobrazuje percentuálne zastúpenie preferencie používateľov v prípade ekvivalentov *rolovať* (Apple), *posúvať* (Google a Microsoft) a pojmu *skrolovať*.

Približne rovnaké percentuálne zastúpenia v odpovediach má termín *posúvať* a nami uvedený pojem *skrolovať*. Používatelia sa v tomto prípade rozhodovali s najväčšou pravdepodobnosťou na základe svojej používateľskej skúsenosti a frekvencie použitia tohto termínu vo svojom okolí. Vysvetľovalo by to uprednostnenie nespisovného termínu *skrolovať*. Je možné, že daný výraz sa utvoril od pôvodného termínu ešte pred samotnou lokalizáciou tohto termínu do slovenčiny. Používatelia si ho preto vzhľadom na svoju potrebu komunikovať osvojili ako vhodný.

Vzhľadom na príklady vyššie uvedených termínov môžeme povedať, že terminologická kultúra v lokalizačných terminologických databázach softvérových spoločností je rôznorodá, keďže ich súčasťou sú neraz i nespisovné či inak nesprávne termíny. Prekladatelia v procese lokalizácie by mali postupovať pri výbere ekvivalentných termínov veľmi kriticky, resp. overiť si existenciu všetkých ekvivalentov a synonym sporného termínu.

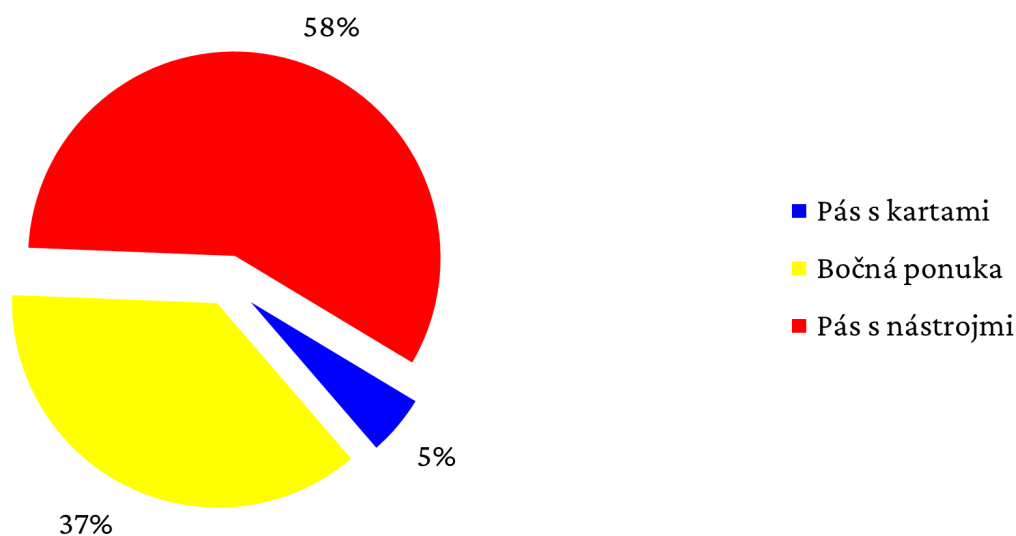
6.6 Termíny ribbon, label a pop-up

Lokalizácia softvéru konkrétnej spoločnosti a jej priebeh sú často ovplyvnené najmä kvalitou terminologickej databázy spoločnosti. V prípade, že prekladateľ nemá danú databázu k dispozícii, znamená to značný problém, pretože známe ekvivalenty vhodné na pomenovanie konkrétneho konceptu bývajú neraz od seba veľmi odlišné. V tomto

bode by mohla prekladateľovi pomôcť i informácia o preferovanom termíne z pohľadu používateľa.

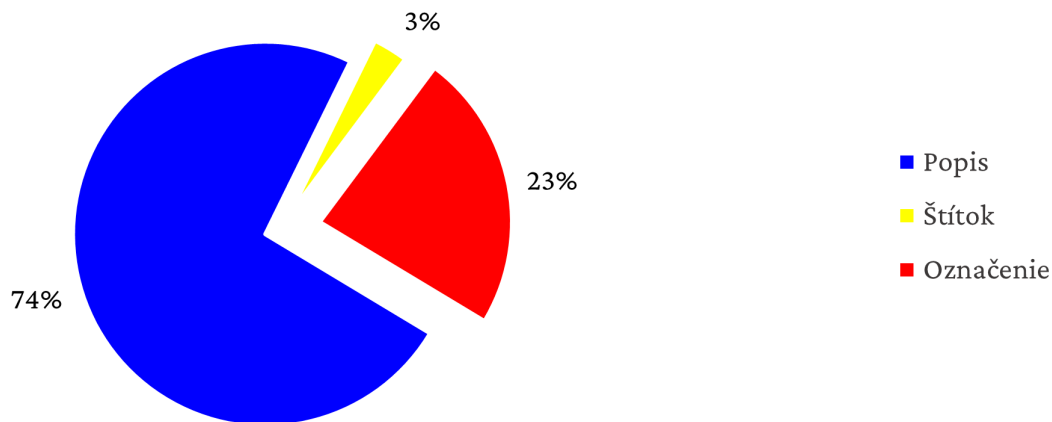
Graf č. 18 znázorňuje preferenciu ekvivalentov termínu *ribbon*. Slovenské ekvivalenty skúmaných troch spoločností sú však výrazne heterogénne. Zo spätnej väzby pri prvotnom prieskume sme zistili, že používatelia tieto termíny nevnímajú ako varianty, ale ako termíny pomenúvajúce odlišné koncepty. Termíny *pás s nástrojmi* a *bočná ponuka* by mohli byť obzvlášť mäťúce pre používateľov využívajúcich viacero softvérov, keďže termíny *karta (tab)* a *ponuka (menu)* pomenúvajú v týchto terminológiách odlišné koncepty. Preto sme danú otázku v dotazníku doplnili o obrázok. Zo skúseností s lokalizáciou vnímame rastúcu tendenciu preferovania variantu *pás s nástrojmi*, v prospech ktorého hovorí nie len adekvátne motivovanosť, ale aj preferencia zo strany používateľov.

Graf 18 – Percentuálne zastúpenie termínov *pás s kartami (Apple)*, *bočná ponuka (Google)* a *pás s nástrojmi (Microsoft)* v odpovediach respondentov



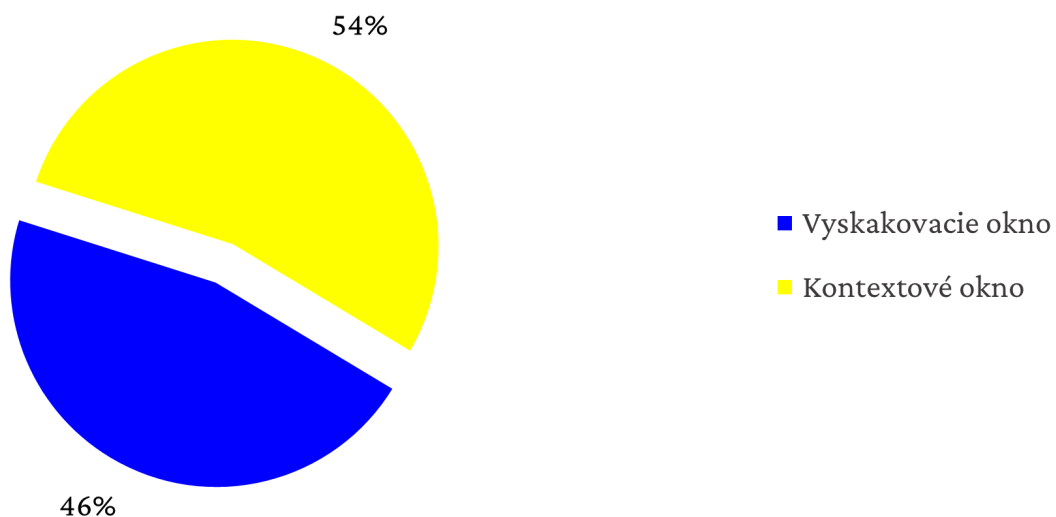
V grafe č. 19 pozorujeme ďalšiu trojicu variantných termínov, pričom z grafu vyplýva jednoznačná preferencia termínu *popis* (Apple). Zároveň by sme však tieto termíny mohli považovať ako za synonymá, tak aj za termíny pomenúvajúce navzájom odlišné koncepty, napr. v terminológii spoločnosti Microsoft termín *popis* predstavuje slovenský ekvivalent termínu *caption*, termín *štítok* je zase slovenským ekvivalentom termínu *badge*. Takúto vysokú úroveň nekonzistentnosti naprieč terminológiami spoločností považujeme za mimoriadne nevhodnú, pretože prekladateľ by dané termíny mohol jednoducho zameniť v domnienke, že ide o synonymné výrazy. Opäť sa faktor preferencie zo strany používateľov javí ako vhodné usmernenie pre prekladateľa.

Graf 19 – *Percentuálne zastúpenie termínov popis (Apple), štítok (Google) a označenie (Microsoft) v odpovediach respondentov*



Na rozdiel od predchádzajúcich dvoch grafov, kde výrazne dominovala preferencia jedného z ponúknutých ekvivalentov, graf č. 20 znázorňuje viac-menej rovnakú preferenciu termínov vyskakovacie okno (Apple) a kontextové okno (Google) medzi používateľmi. Opäť, oba termíny by mohli pomenúvať odlišné a samostatné koncepty. Vzhľadom na jednoznačnejšiu motivovanosť termínu vyskakovacie okno oproti jeho ekvivalentu a tiež vzhľadom na jeho schopnosť zachytiť podstatu tohto softvérového prvku, teda určitú úroveň metaforickosti vyplývajúcu aj z pôvodného termínu pop-up, považujeme práve tento termín za vhodnejší.

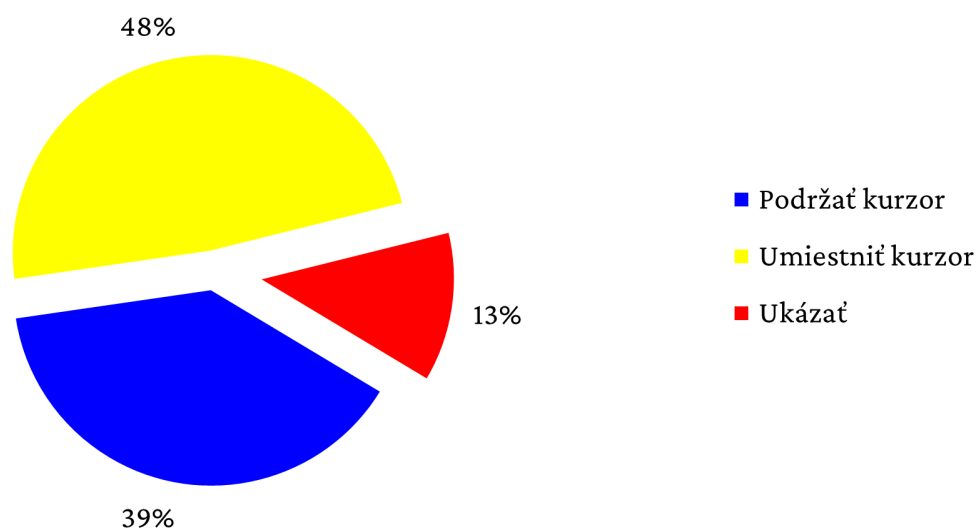
Graf 20 – *Percentuálne zastúpenie termínov vyskakovacie okno (Apple a Google) a kontextové okno (Microsoft) v odpovediach respondentov*



6.7 Termíny hover a preview

Na príkladoch nasledujúcich termínov poukážeme na ďalší problém prispievajúci k variabilite terminológie, a to na existenciu relatívne rovnakých termínov pomenúvajúcich ten istý koncept, ktoré zároveň nemajú žiadny výrazný vplyv na (ne)pochopenie konceptu termínu.

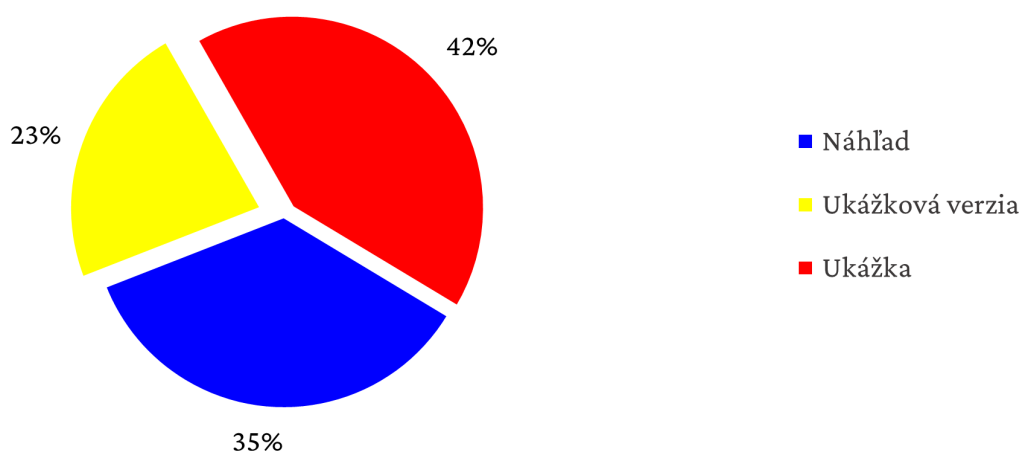
Graf 21 – Percentuálne zastúpenie termínov *podržať kurzor* (Apple), *umiestniť kurzor* (Google) a *ukázať* (Microsoft) v odpovediach respondentov



Graf č. 21 znázorňuje preferenciu používateľov vzhľadom na ekvivalenty termínu *hover*, ktoré sa líšia primárne slovesom nesúcim dej. Sloveso *podržať* evokuje dlhší časový úsek, výraz *umiestniť* zase v sebe nesie príznak miesta, odkazuje na smer/pohyb/presun a verbum *ukázať* by sme mohli interpretovať ako poukázať, resp. upozorniť na niečo. Všetky termíny sú spisovné a tiež vhodné ako terminologické jednotky, ich dištingtívnosť nijako neovplyvňuje porozumenie čitateľa. Aj vzhľadom na spresňujúci charakter termínu a preferenciu používateľov považujeme dvojslovný termín *umiestniť kurzor* za vhodný na použitie. Existenciu zvyšných termínov považujeme za redundantnú, keďže len prispievajú k variantnosti použitia terminológie.

Podobne neopodstatnenú variabilitu termínov vnímame aj pri trojici termínov znázornených v grafe č. 22. Slovenské ekvivalenty anglického termínu *preview*, teda *náhľad*, *ukážková verzia* a *ukážka* majú podobnú motivovanosť, termín *ukážková verzia* má spresňujúci charakter, no je dlhší, čo má zasa vplyv na možnosti jeho deklinácie. Výrazy *náhľad* a *ukážka* považujeme za synonymá, preto sa ich preferencia zo strany používateľov môže zakladať viac-menej len na druhu softvéru, ktorý využívajú. Vzhľadom na to, že terminológia spoločnosti Microsoft je zaužívanjšia a tiež i staršia, uprednostňujeme termín *ukážka*.

Graf 22 – Percentuálne zastúpenie termínov náhľad (Apple), ukážková verzia (Google) a ukážka (Microsoft) v odpovediach respondentov



Oba vyššie uvedené príklady terminologickej variability poukazujú na existenciu redundantných termínov, ktoré nemajú vplyv na pochopenie konceptu, ani neslúžia ako náhrada nefunkčného termínu, preto ich vznik a existenciu považujeme za neodôvodnené. Navyše majú nepriaznivý vplyv na konzistentnosť terminológií a prekladov.

7 Zhrnutie výsledkov výskumu

Cieľom tohto výskumu bolo nájsť existujúce variantné termíny v terminologických databázach spoločností, dotazníkovou metódou zistiť preferenčné termíny z pohľadu používateľov, a napokon aj uviesť rôzne podoby variability terminológie, resp. identifikovať možné príčiny výskytu variabilných termínov aj vzhľadom na existenciu fenoménu firemného jazyka.

Výberu variantných termínov predchádzala rozsiahla rešerš naprieč terminológiami spoločností Google, Apple a Microsoft, na základe ktorej sme určili variantné termíny a vyhľadávaním definícií v databázach spoločností, príp. overením umiestnenia termínov v kontexte sme zistili, že pomenúvajú približne rovnaký koncept. Na základe toho sme zostavili dotazník zameraný na sledovanie preferencií termínov používateľov softvérových prvkov. Cieľom zisťovania preferencií bolo získať obraz o problematike variability a potrebe zjednotenia terminológie tak, ako to je napríklad v prípade medicínskej nomenklatúry, kde nemožno hovoriť o variantoch termínov.

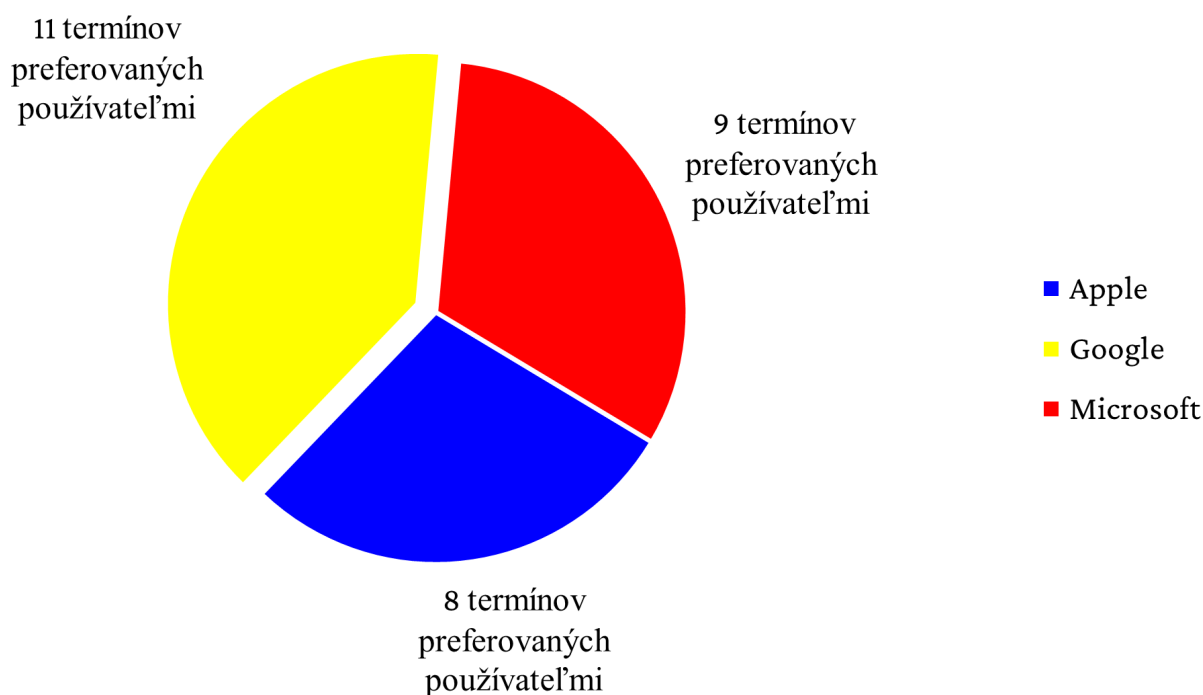
Limity predmetného výskumu spočívali vo viacerých aspektoch. Po prvé, databázy spoločností, ktorých termíny sme analyzovali, neboli voľne dostupné ani vhodne spracované na účely takéhoto výskumu (s výnimkou spoločnosti Microsoft), čo je príkladom nedostatočnej správy terminológie zo strany spoločností. Preto bolo časovo náročné

spracovať dotazník vychádzajúci práve z predpokladu o existencii variantných termínov pomenúvajúcich totožný denotát. Okrem toho bolo z dôvodu pandémie Covid19 náročné šíriť dotazník inou než elektronickou cestou, čo malo vplyv na výslednú vzorku respondentov, a teda na prevládajúcu vekovú kategóriu 19 až 25 rokov. Tento fakt mal napokon vplyv na nemožnosť generalizácie výsledkov výskumu ako takých. Keďže však ide o používateľov softvéru i jazyka v produktívnom veku, získali sme verný obraz o vyjadrovanom fonde súčasnej generácie mladých ľudí, ktorí s technológiami pracujú od malička, resp. ich využívali najneskôr na základných školách.

Okrem práce s terminologickými databázami sme sa však v príspevku zaoberali aj možnosťou, že prekladateľ nebude mať k dispozícii žiaden zdroj terminológie a jeho úlohou bude vytvoriť takúto terminológiu alebo zvoliť vhodné ekvivalenty na pomenovanie konceptov v oblasti softvéru.

Údaje spracované v grafe č. 23 znázorňujú celkovú preferenciu terminológií jednotlivých spoločností, ktorá vyplynula z dotazníka a termínov, ktoré používatelia označili ako preferenčné. Termíny spoločnosti Google sa medzi nimi objavovali najčastejšie, čo je do istej miery spôsobené aj tým, že v prvých desiatich otázkach dotazníka sme porovnávali dva termíny, pričom vždy jeden z nich bol súčasťou aj terminológie spoločnosti Google.

Graf 23 – Graf zobrazujúci preferenciu jednotlivých terminológií podľa počtu používateľmi preferovaných termínov



Terminológia tejto spoločnosti sa teda javí ako terminológia tvoriaca prienik medzi najstaršou slovenskou softvérovou terminológiou (z daných troch uvedených) – terminológiou spoločnosti Microsoft – a terminológiou s najvyššou tendenciou používať nelokalizované termíny alebo jazykové prevzatia z anglického jazyka – terminológiou spoločnosti Apple. Tieto dve terminológie sa od seba značne odlišujú a z výsledkov výskumu nepozorujeme žiadnu výraznú preferenciu jednej či druhej terminológie, no vnímame skôr ich vzájomnú variabilitu spočívajúcu do značnej miery aj v presadzovaní firemnej identity zo strany spoločnosti Apple. Táto spoločnosť sa zrejme usiluje osloviť svojich používateľov uvoľnenosťou jazyka, používaním mimojazykových prevzatí, ktoré majú potenciál získať si priazeň u používateľov v mladšom veku. Terminológiu spoločnosti Microsoft by sme naopak mohli opísať skôr prívlastkami formálna či popisná. Na priesečník týchto dvoch výrazne sa odlišujúcich terminológií by sme mohli teda umiesniť terminológiu spoločnosti Google a označiť ju za „zlatú strednú cestu“ softvérovej terminológie, ktorou by sa mohol riadiť aj prekladateľ pri lokalizácii softvéru. V jej prospech hovorí aj fakt, že v prípade nejednoznačnej preferencie termínu zo strany používateľov sme sa aj na základe vlastnej skúsenosti zväčša priklonili k termínu spoločnosti Google. Navyše jedine terminológii tejto spoločnosti sa podarilo zachovať vnútornú konzistentnosť terminologickej databázy v prípade ekvivalentov termínov *upgrade* a *downgrade*, čo môže svedčiť aj o jej vhodnom zostavení a dobrej správe.

Z vykonaného výskumu okrem toho vyplynuli aj zaujímavé postrehy o terminologickej variabilite. Pri pozorovaní variantov jednotlivých termínov sme sa zameriavali aj na to, či tieto terminologické jednotky spĺňajú základné požiadavky vhodne utvoreného termínu, medzi ktoré patrí napr. spisovnosť, systémovosť, motivovanosť a pod. Počas výskumu sme v terminologických databázach spoločností narazili aj na nespisovné, nesystémové termíny, pričom viaceré z nich neboli dostatočne motivované. Zároveň sme pozorovali, že aj samotní používatelia sa pri výbere preferenčných termínov s najväčšou pravdepodobnosťou podvedome riadili aj týmito vlastnosťami termínov. Používatelia, ktorí sa zúčastnili nášho prieskumu, vo všeobecnosti preferujú spisovné termíny a vnímajú motivovanosť ako rozhodujúci činiteľ a predpoklad na pochopenie významu terminologickej jednotky bez znalosti definície konceptu.

Ako ďalší aspekt sme pozorovali vplyv firemného jazyka na podobu softvérovej terminológie spoločností a prítomnosť mimojazykových prevzatí, resp. ich preferovanosť zo strany používateľov. Čo sa týka mimojazykových prevzatí v našom výskume, používatelia sa takmer jednoznačne prikláňajú k použitiu lokalizovaných odborných jednotiek a odmietajú používanie jazykových výpožičiek na akomkoľvek stupni adaptácie.

Z nášho pohľadu však práve adaptácia predstavuje spôsob, ako prirodzene rozširovať terminológiu a obohacovať ju o nové ekvivalenty, keďže vývoj softvéru ako takého je príliš dynamický. Išlo by o jednu z možností, ako prirodzene pestovať terminologickú kultúru aj v súčasnosti a zároveň zachovávať systémovosť termínov. Správu terminológie ako takej však do istej miery narúša práve používanie firemného jazyka, resp. termíny, ktoré vznikli s cieľom odlišenia spoločnosti od konkurencie, teda nie vzhľadom na reálnu potrebu nahradiť nefunkčný, nesprávny či inak nevhodný termín. Takéto vytváranie termínov, príp. používanie synonym úž existujúcich funkčných termínov je neúčelové a má negatívny vplyv na vznik terminologickej variability. Prekladateľ by mal podľa možností zvážiť nadsadenosť požiadaviek systémovosti a konzistentnosti terminológie.

Na základe získaných výsledkov môžeme teda konštatovať, že existencia variability nie je v softvérovej terminológii ojedinelá, dokonca sme pozorovali aj výskyt nekonzistentnosti termínov v rámci jednej terminologickej databázy. Jej prítomnosť je však nanajvyš nežiadúca, obzvlášť keď ide o neodôvodnene vytvorené varianty termínov, čo má následne vplyv na adekvátne pochopenie konkrétnych významov termínov. Pokiaľ je vytvorenie nového variantu potrebné (napr. pre slabú motivovanosť ostatných variantov alebo vznik nového konceptu), deje sa to najčastejšie prostredníctvom jazykovej výpožičky, ktorá sa časom môže adaptovať na viacerých rovinách do slovenského jazyka, no tento proces môže byť zdĺhavý a vyústiť v nekonzistentné použitie týchto dvoch termínov. Okrem toho tu vnímame aj istý vplyv používateľov, ktorí zvyčajne nečakajú na vydanie lokalizovanej verzie softvéru a pracujú s jej anglickou verziou. To však môže mať za následok vznik nespisovných, resp. slangových termínov, ktoré sa však v jazyku natoľko udomácnia, až časom používatelia používajú daný termín ako správny.

Všetky spomínané aspekty majú presah do každodennej práce prekladateľa v procese lokalizácie, ktorý tak stojí pred neľahkou úlohou používať spisovné, správne a vhodné termíny zasadené do adekvátneho kontextu, vyhýbať sa ich nekonzistentnému použitiu a používať len jediný variant daného termínu. Za jedno z možných riešení považujeme vytvorenie univerzálnej lokalizačnej terminologickej databázy, ktorá by prekladateľovi poskytovala všetky potrebné informácie na splnenie požiadaviek lokalizačného procesu.

Záver

V príspevku sme sa zaoberali teoretickými aspektmi výskytu terminologickej variability v lokalizačných procesoch, ktoré sme v praktickej časti príspevku pozorovali na vybranej vzorke variabilných termínov spoločností Google, Apple a Microsoft.

Uviedli sme teoretické informácie o procesoch GILT a porovnávali ich vzhľadom na teoretickú prácu a výskum Esselinka (2000). V kontexte terminologickej kultúry a gramotnosti, či poznatkov Stoffu (2008) sme sa zaoberali aj vplyvom socioterminologických faktorov na terminológiu ako takú. Okrem toho sme analyzovali aj proces správy terminológie na príklade spoločnosti Microsoft, popísaný Corbolantovou (2009), a zaoberali sme sa aj existenciou a definíciou terminologickej kompetencie u prekladateľa.

V teoretickej časti sme popísali aj špecifiká terminologickej nekonzistentnosti a variability, obzvlášť vplyv tzv. *corporate language* na lokalizáciu a na variabilitu terminológie ako takú, pričom sme narážali aj na potrebu vzniku komplexnej lokalizačnej terminologickej databázy, na ktorú upozorňujú napr. Gromová (2011) a Kabát (2021b).

V praktickej časti príspevku sme analyzovali odpovede respondentov na dotazník zaoberajúci sa variabilnými termínmi a ich preferenciu zo strany používateľov. Vzhľadom na výsledky získané z daného dotazníka pozorujeme skutočne vysoký výskyt variabilných termínov naprieč terminológiami spoločností Apple, Google a Microsoft, a tiež konštatujeme prítomnosť viacerých zdrojov terminologickej variability a príčin vzniku variabilných termínov.

Ako sme už uviedli, nekonzistentné používanie softvérovej terminológie v lokalizačných procesoch má priamy súvis s existenciou nežiadúcich variabilných termínov, nedostatočnou správou jednotlivých terminologických databáz spoločností, neexistenciou jednotnej a komplexnej lokalizačnej databázy, ale aj rýchlym vývojom IT oblasti a neustálou potrebou vzniku nových ekvivalentov termínov.

Bibliografia

- Byrne, Jody. 2006. Technical Translation: Usability Strategies for Translating Technical Documentation. Holandsko: Springer.
- Cabré, M. Teresa. 1999. Terminology, Theory, methods and applications. Preklad: Janet Ann DeCesaris. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing Co.
- Cíbková, Ingrid. Prínos socioterminológie do terminologickej práce na Slovensku. In.: Terminologické fórum II. Zborník z vedeckej konferencie, s. 26 – 32.
- Cook Alex; Jarvis, Jonathan a Lee, Jonathan. 2015. Evolving the Google Identity. <https://design.google/library/evolving-google-identity/>. Cit. 4. 12. 2021.

- Litvíková, Veronika. 2022. Terminologická variabilita v lokalizačných projektoch. In: L10N Journal. 1(1): s. 27 – 63.
- Corbolante, Licia. 2009. Working with terminology at Microsoft. <http://www.terminologiaetc.it/articoli/WorkingWithTerminologyAtMicrosoft.pdf>. Cit. 4. 12. 2021.
- Drouin, Patrick. 2006. Training for localization (replies to questionnaire); Localization and Translator Training (an online conference). In: Translation Technology and its Teaching, s. 49 – 53.
- Esselink, Bert. 2000. A practical guide to localization. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins.
- Esselink, Bert. 1999. The End of Translation as we Know it. In.: Language International, Issue 6, ss. 28 – 30.
- Gromová, Edite. 2011. Terminologický výskum na Slovensku. In.: Terminologické fórum III. Zborník z vedeckej konferencie, s. 8 – 17.
- Ionos. 2020. What is a plug-in? In.: Ionos – Digital guide. <https://www.ionos.com/digital-guide/server/know-how/what-is-a-plug-in/>. Cit. 09. 10. 2020.
- Kabát, Marián. 2020. The Competences of Software Translators from the Point of View of Slovak Translation Studies. In: Bridge, 1(1), s. 57 – 67.
- Kabát, Marián. 2021a. Toward a Context-Based Definition of Localization. In: Translation, interpreting and culture. Berlín: Peter Lang, s. 205 – 219.
- Kabát, Marián. 2021b. Model lokalizačnej terminologickej databázy. In: Od textu k prekladu XIV (1. časť). Praha: Jednota tlumočníkov a prekladateľov, s. 40 – 45.
- Kabát, Marián a Koscelníková, Mária. 2021. Training localization. In: Translation and interpreting training in Slovakia. Bratislava: Stimul, s. 157 – 170.
- Koželová, Adriána a Kulbak, Gabriel. 2019. Vybrané problémy prekladu: prekladateľské kompetencie a audiovizuálny preklad. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.
- Koželová, Adriána. 2018. Prekladateľské kompetencie v kontexte domácej translatológie. Prešov: Prešovská univerzita v Prešove.
- Kraviarová, Zuzana. 2014. Integrovaná výučba odborného prekladu. In.: Prekladateľské listy 3. Bratislava: Univerzita Komenského v Bratislave, s. 66 – 81.
- Levická, Jana. 2005. Proces ustáľovania terminologických sústav a prínos terminologických databáz. In: Vedecká rozprava k problémom terminológie obchodu, obchodných vied a marketingu obchodu. Bratislava: Ekonomická univerzita, s. 22 – 29.
- Levická, Jana. 2006. Terminologické implikácie štruktúrnej a kontextovej analýzy francúzskej a slovenskej stavebnej lexiky. Nepublikovaná dizertačná práca. Bratislava: Univerzita Komenského.
- Lommel, Arle. 2007. The Globalization Industry Primer. Switzerland: The Localization Industry Standards Association.
- Lowensohn, Josh. 2014. A brief history of widgets. In.: The Verge. <https://www.theverge.com/2014/6/6/5786814/a-brief-history-of-widgets#konfabulator-2003>. Cit. 09. 10. 2020.
- Masár, Ivan. 1986. Jazyková a terminologická kultúra. In.: Kultúra slova, 20(5), s. 135 – 143.
- Miková, Terézia. 2015. Microsoft – história softvérového giganta. In: Techbox, Denník N. <https://techbox.dennikn.sk/temy/microsoft-historia-a-sucasnost-softveroveho-giganta/>. Cit. 09. 10. 2020.
- Montero Martinez, Silvia a Faber, Pamela. 2009. Terminological competence in translation. In: Terminology International Journal of Theoretical and Applied Issues in Specialized Communication, (15)1: s. 88 – 104.
- Mullamaa, Kristina a Núñez Piñeiro Olga. 2006. Summary of discussion on Is localization just technology? In: Translation Technology and its Teaching. Tarragona, s. 59 – 61.

Litvíková, Veronika. 2022. Terminologická variabilita v lokalizačných projektoch. In: L10N Journal. 1(1): s. 27 – 63.

O'Hagan, Minako. 2006. Training for localization (replies to questionnaire); Localization and Translator Training (an online conference). In: Translation Technology and its Teaching. Tarragona, s. 39 – 43.

Pym, Anthony. 2001. Localization and Linguistics: Paper Presented to the SLE Conference, August 2001. <https://usuaris.tinet.cat/apym/on-line/translation/loclinguistics.pdf>. Cit. 16. 12. 2022.

Quirion, Jean. 2003. Methodology for the design of a standard research protocol for measuring terminological usage. In: Terminology: international journal of theoretical and applied issues in specialized communication: 9(1), s. 29 – 49.

Rakšányiová, Jana. 2014. Inšpiratívne križovatky textovej lingvistiky a translatológie. In: Akta Fakulty filozofické Západočeské univerzity v Plzni, s. 32 – 49.

Sanden, Guro R. 2015. Corporate Language Policies – What Are They. In: Journal of Economics, Business and Management: 3(11), s. 1097 – 1101.

Schmitz, Klaus-Dirk. 2009. Terminological recommendations for software localization. In: Language at Work - Bridging Theory and Practice: 3(5).

Sikora, Iwona. 2014. Contemporary approach to terminological competence, management and terminology teaching on the basis of courses for translators offered by Polish higher educational institutions. In: Languages for Special Purposes in a Multilingual, Transcultural World, Proceedings of the 19th European Symposium on Languages for Special Purposes, s. 500 – 508.

STN ISO/TR 22134:2007. Practical guidelines for socioterminology; 1. vyd., 17 s.

Stoffa, Ján. 2008. Terminologická gramotnosť a terminologická kultúra. In: Terminologické fórum II. Zborník z vedeckej konferencie. Trenčín, s. 166 – 172.

Štefková, Markéta. 2018. Úradný preklad a úradné tlmočenie – od nárokov praxe k modelom vzdelávania. In: Didaktika prekladu a tlmočenia. Bratislava: Univerzita Komenského, s. 154 – 176.

Vysekalová, Jitka a Mikeš, Jiří. 2009. Image a firemní identita. Praha: Grada Publishing a.s.

Wilcock, John a kol. 2022. Locale names and LCID deprecation. <https://learn.microsoft.com/en-us/globalization/locale/locale-names>. Cit. 09. 09. 2022.

SLOVNÍKOVÉ HESLÁ

Posúvač. In: Krátky slovník slovenského jazyka 4 z r. 2003. Slovníkový portál Jazykovedného ústavu L. Štúra SAV. <https://slovník.juls.savba.sk/posuvac>. Cit. 14. 12. 2021.

Posuvník. In: Jazyková Poradňa JÚLŠ SAV. <https://jazykovaporadna.sme.sk/q/8741/>. Cit. 18. 12. 2021.

Public Works and Government Services Canada: Terminometrics. In: TERMIUM Plus. <https://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2alpha/alpha-eng.html?lang=eng&i=1&index=enr&srchtxt=TERMINOMETRICS>. Cit. 15. 12. 2021.

Užívateľ. In: Krátky slovník slovenského jazyka 4 z r. 2003. Slovníkový portál Jazykovedného ústavu L. Štúra SAV. <https://slovník.juls.savba.sk/uzivatel>. cit. 14. 12. 2021.