

Jámbor Emőke

Budapesti Műszaki és Gazdaságtudományi Egyetem
Gazdaság- és Társadalomtudomány Kar
Idegen Nyelvi Központ

Angolul vagy spanyolul? A spanyol startup világ nyelvezte

<https://doi.org/10.48040/PL.2023.1.5>

A spanyol nyelvben, úgy, mint más nyelvek esetében az első anglicizmusok idegenül hatottak, de az egyre gyakoribb használat következtében, az élet számos területén a spanyol beszélők hozzászoktak az új terminusokhoz. Szükség volt-e, szükség van-e arra, hogy „spanyolosítsák” ezeket a szavakat, kifejezéseket? Egyes szerzők szerint pl. gazdasági területen, a felhasználók nem tartották fontosnak, hogy az angol kifejezést helyettesítsék annak spanyol változatával. (Vaquero, 1999; Bolaños, 2010) Véleményük szerint fordítás nélkül egyértelműbb a fogalom jelentése. A gazdasági területen belül a startupok nyelvezte még specifikusabb. Vagyis, ha egy gazdasági szakember „startup nyelvileg” felkészületlenül vesz részt egy startupos megbeszélésen, akkor a felét sem érti a diskurzusnak, annak ellenére, hogy a gazdaságban használt terminusokkal tisztában van. Kutatásomban arra kerestem a választ, hogy az interneten megtalálható spanyol startup glosszárúmok hogyan készítik fel a startupokkal foglalkozó befektetőket és leendő szakembereket erre a speciális szókincsre. A vizsgált online szótárakat a mikro- és a makro- struktúra alapján mutatjuk be. A glosszárúmokban található forrásnyelvi és célnyelvi terminusokat, magyarázatok és példák segítségével kategorizáljuk.

Kulcsszavak: *anglicizmusok, startup világ, online glosszárú, forrásnyelv, célnyelv*

Bevezető

Tanulmányomban a spanyol nyelvű startup vállalkozások honlapjain található glosszárúmok szókincsét vizsgálom abból a szempontból, hogy azok hogyan segítik a laikus, nem szakmabeli célközönség startup témájú szövegekkel kapcsolatos szövegértését.

Az élet szinte minden területén tapasztaljuk, hogy az angol nyelv hatása kétségtelen, saját anyanyelvünk is számtalan angol eredetű szóval, anglicizmussal gazdagodott az utóbbi évtizedekben. Fokozottan érvényes ez például a gazdaság vagy a tudományok területére. A startup vállalatok és a hozzájuk kapcsolódó szókincs kialakulása a Szilícium-völgyben kezdődött az 1990-es években. Miért a Szilícium-völgyben kezdtek el megjelenni az első startup vállalatok és milyen körülmények támogatták ezek létrejöttét? A földrajzi, tudományos, kulturális és nyelvi környezet értelemszerűen az angol nyelvi dominancia szempontjából meghatározó volt. Az angol szókincsen belül is számos új terminus született, vagy a már létező terminusok új fogalmi háttérrel jelentek meg. Tanulmányomban arra a kérdésre keresem a választ, hogy más nyelvekben, jelen esetben a spanyol startupok honlapjainak glosszárúmaiban milyen formában és magyarázatokkal jelennek meg ezek az új nyelvi fordulatok, találunk-e hozzájuk fordítást, magyarázatot vagy egyéb kiegészítést.

A domináns nyelvi hatás a spanyol nyelvhasználatban a történelem során

Röviden, a teljesség igénye nélkül szeretném bemutatni, hogy a spanyol nyelv esetében milyen idegen nyelvi hatások érvényesültek az évszázadok során.

A középkorban, az akkor a vulgáris latinból kialakuló spanyol nyelv az Ibériai-félszigeten megélt hét évszázados arab uralom (711-1492) alatt közel 4000, még ma is használatos arab eredetű szóval gazdagodott, így pl. *alcalde* „polgármester”, *aldea* „falu”, *ajedrez* „sakk”, *azúcar* „cukor”. A 15-17. században, elsősorban a reneszánsz korszakban az

olasz nyelvi hatás *pistacho* „pisztácia”, *brócoli* „brokkoli”, *balcón* „erkély”, majd a 18. századtól kezdve a francia nyelv befolyása vált jelentőssé *balance* „mérleg”, *argot* „szleng”, *café* „kávés”, *canal* „csatorna”. A 18. század előtről nagyon kevés angol jövevényszót tartanak számon, ilyenek voltak pl. a hajózás témaköréből az égtájak nevei: *norte*, *sud/sur*, *este*, *oeste* „észak, dél, kelet, nyugat”; *boat/bote* „csónak”, vagy a *puritano* „puritán” szavak. A 19. század során Nagy-Britannia, majd az USA világhatalmi szerepe következtében az angol nyelvi hatás egyre erősödött, de nemcsak a spanyol, hanem más európai nyelvek esetében is. Az angol nyelvi hatásra vonatkozó *anglismo* fogalmat először 1784-ben, majd a ma is használatos kifejezést, az *anglicismo* terminust először 1848 használták a spanyol nyelvben (Rodríguez González, 1998; 2012). A 19. században az iskolákban már elkezdtek oktatni az angol nyelvet, valamint megjelent az első angol–spanyol kétnyelvű szótár. A 19. század második felében a technológiai fejlődés következtében egyre több angol szó került be a spanyol nyelv szókincsébe, először a szállítás és a textilipar, majd a mindennapi élet területén, úgymint a zene, az italnevek, a tánc és legfőbbképpen a sporttal kapcsolatos kifejezések. A 20. század második felében, az 1960-as évektől kezdődően a Nagy-Britanniából érkező turisták által használt angol kifejezések egyre inkább elkezdtek megjelenni a spanyol nyelvben. Az 1970-80-as évektől kezdve a gyorsuló technológiai fejlődés eredményeképpen egyre több angol terminus került be a spanyol szaknyelvhasználatba, úgy a gazdasági életben, mint pl. a sport területén (Rodríguez González, 1998; 2012).

Hipotézis és kutatási kérdések

A BGE és a BME oktatóinak több nyelvpárra kiterjedő terminológia kutatása abból indul ki, hogy az interneten megtalálható startup szótárakban vagy glosszáriumokban jelentős arányban szerepelnek olyan kifejezések, amelyek forrásnyelvből átvett terminusok, azaz nem feltétlenül segítik a hétköznapi felhasználót a szöveg pontos megértésében. Ebben a tanulmányban csak a spanyol startup szótárak terminusaival foglalkozom.

1. Hogyan szerepelnek a forrásnyelvi terminusok a vizsgált glosszáriumokban?
2. A glosszáriumokon túl, a startupok honlapjainak szövegeiben kap-e magyarázatot a laikus felhasználó az angol terminusokra, azaz érthetőbbé válik-e egy terminus egy adott szövegkörnyezetben, mint ahogy a glosszáriumban szerepel?

A startup fogalma, terminológiai forrásai és a nyelvhasználat

A startup a magyar jogszabályok szóhasználatában korai fázisú vállalkozást jelent¹. A spanyol terminológiában több szóval is kifejezik: *empresa emergente*² „kiemelkedő vállalkozás” (hasonlóképpen a *páis emergente* kifejezéshez „feltörekvő, gyorsan fejlődő ország”, „gyorsan növekvő vállalat”), *startup*, *compañía de arranque* „start vállalkozás”; *compañía incipiente* „kezdő vállalkozás”. Minden elnevezés egy újonnan alapított, nagy növekedési potenciállal rendelkező induló vállalkozásra utal, amelyek többsége termék- vagy üzleti modell innovációjával foglalkozik. Ezek a cégek a nemzetközi piacokon való jelenlétet tűzik ki célul, tehát nem kizárólag a helyi piacra koncentrálnak. A startup vállalkozások esetén a magas növekedési potenciál alapvetően a nemzetközi piacokon értendő, így a nemzetközi skálázhatóság különösen fontos eleme ennek a típusú vállalkozásnak. A startup világ az 1990-es években a Szilícium-völgyben kezdett kialakulni, amikor az első inkubátor és akcelerator programokat kínáló cégek megjelentek. Fő profiljuknak a kezdő vállalkozások támogatását

¹ <https://njt.hu>

² https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa_emergente

tekintették. A ma létező startup cégek közül a legkiemelkedőbbek és legismertebbek a Google, az Oracle vagy a Facebook, noha ezek a cégek ma már túlvannak a tőzsdei kibocsátáson is és nemzetközi globális nagyvállalatnak minősülnek. A Prezi az egyik legismertebb magyar startup cég nemzetközi szinten.

Startup ökoszisztéma

A fogalmat már 2010 előtt is használták, de Isenberg 2010-es tanulmánya után terjedt el. A startup ökoszisztéma a vállalkozók, befektetők, blogok, szaksajtó, inkubátor házak, illetve különféle szakemberek és szervezetek által alkotott közösség, amely az induló vállalkozások körül alakul ki.

Isenberg fogalmazta meg azt is, hogy miért a Szilícium-völgyben kezdtek el megjelenni az első startup vállalatok és milyen körülmények támogatták ezek létrejöttét. A Szilícium-völgyben minden megtalálható (volt), ami egy startup létrejöttéhez szükséges: technológia, pénz, tehetség, elég nagy számú vállalat, innovatív, ugyanakkor a kudarcot is elviselő vállalkozási szemlélet. De ha most jelölnének ki egy helyet a világban, hogy ott alakítsanak ki egy hasonló ökoszisztémát, nem feltétlenül sikerülne. A Szilícium-völgy ökoszisztémája lassan, évek alatt és egyedülálló körülmények között alakult ki. Az erős helyi gépipar, a nyílt kaliforniai kultúra, a Stanford Egyetem együttműködése az ott jelen levő ipari cégekkel, a doktori képzésben tanuló hallgatók aktív részvétele ezekben a projekteknél és a pusztán szerencse, mind szerepet játszottak abban, hogy ez a térség a világ technológiai fejlődésének fellelegvára lett (Isenberg, 2010).

A startup terminológia forrásai és nyelvezete

Az első startup vállalatok indulásakor számos új fogalom, kifejezés látott napvilágot angol nyelven. Ezek az új terminusok egy teljesen új nyelvezetet hoztak létre, és a kifejezések nagy része a mai napig használatban van az angol startup nyelvezetben. A kérdés az, hogy a többi nyelv esetében hogyan kerültek át ezek az új angol terminusok. Az internetes oldalakhoz kapcsolódó glosszárriumokban hogyan találhatjuk meg ezeket a kifejezéseket, szó szerinti fordítást, teljesen új terminust vagy más megoldást javasolnak-e a szövegekben?

A spanyol nyelvben, akár csak más nyelvek esetében, az első anglicizmusok idegenül hatottak, de az egyre gyakoribb használat következtében a spanyol anyanyelvi beszélők idővel hozzászoktak az új terminusokhoz az élet minden területén. Mennyire volt szükség arra, hogy „spanyolosítsák” ezeket a szavakat, kifejezéseket? Egyes szerzők megjegyzik, hogy pl. a gazdasági területen a felhasználók nem tartották fontosnak, hogy az angol kifejezést helyettesítsék annak spanyol változatával (Vaquero, 1999; Bolaños, 2010). Véleményük szerint fordítás nélkül egyértelműbb a fogalom jelentése. Azt azonban fontos kiemelni, hogy ha valaki jártas a gazdasági, üzleti spanyol nyelvben, akkor még közel sem biztos, hogy elboldogul a startup világában. A startup szótárak átvizsgálása során arra a következtetésre juthatunk, hogy a gazdasági életben használt szókincsnel jelentősen bővebb szókincset találunk ezekben a szógyűjteményekben. Olyan jelenséggel is találkozunk, hogy a mindennapi életben használt anglicizmus egészen új jelentéstartalommal bír a startup vállalkozások esetében, pl. *Valle de la Muerte* (Halál-völgy, Nemzeti Park neve az USA-ban). A startup nyelvezetben a *Halál-völgy* az a kezdeti időszak, amikor a legtöbb startup cég nem tudja folytatni a tevékenységét, vagyis megszűnik. Kétségtelen, hogy ha egy gazdasági szakember „startup nyelvileg” felkészületlenül vesz részt egy startupos megbeszélésen, akkor a felét sem érti a diskurzusnak, annak ellenére, hogy az általános szókincsben vagy a gazdasági szaknyelvben használt terminusokkal tisztában van. A befektetőkkel történő sikeres kommunikáció érdekében a startupokban dolgozó vállalkozóknak és a befektetőknek is ismerniük kell a startup nyelvezetét, a nyelvi kódját ahhoz,

hogy a kommunikáció sikeres legyen. De ha csak általában a spanyol startup cégekről szeretnénk információt szerezni, akkor is már tisztában kell lennünk egy-egy általuk használt angol kifejezéssel.

Kódkeverés a startup honlapok szövegeiben

Kódkeverésnek azt jelenséget nevezzük, amikor két, illetve három nyelv elemeit használja a beszélő egy adott szöveggörnyezetben (Wardhaugh, 1995). Nézzünk két példát arra, hogy milyen kódkeveréssel találkozhatunk egy-egy spanyol startup spanyol honlapján.

1. *„El ciclo de vida siempre deberá estar enfocado a crecer y convertirse posteriormente en una scale up³ [„A startup cégek minden életszakaszában a növekedésre kell törekedni.”]*

Ebben a mondatban megismétlik, illetve az angol változattal megerősítik a spanyol terminust: azaz nőni és később is növekedni kell a cégnek.

2. *„El crowdfunding ha experimentado en España un crecimiento considerable durante los últimos años.”⁴ [„A közösségi finanszírozás jelentős mértékben elterjedt az utóbbi években Spanyolországban.”]*

Ebben a mondatban az angol kifejezés magyarázat nélkül szerepel.

Az online glosszárúumok makro- és mikrostruktúrája

A szójegyzék vagy glosszárúum szavak és kifejezések betűrendes magyarázó jegyzéke. (Ért. Kéz, 1994). Azzal kiegészítve, hogy elsősorban egy speciális tudásterületen használatos kifejezések listáját tartalmazza, illetve azzal a területtel kapcsolatos szavak jelentését magyarázza. Hagyományosan a könyv végén jelenik meg, ahol a könyvben használt új (vagy legalábbis nem közismert) szavakat, kifejezéseket sorolják fel és értelmezik a szerzők. Az általam vizsgált glosszárúumokat a startup honlapok felületein találtam, terjedelmük eltérő hosszúságú, szókincsük részben fedik egymást, de el is térnek egymástól. Öt jelentős internetes startup szójegyzéket találtam, ezeket a makro- és mikrostruktúra alapján vizsgáltam. A szótárakat a felhasznált irodalomnál tüntetem fel.

A makrostruktúra vizsgálatkor a szótári címszavak típusa és elrendezése kerül osztályozásra, a mikrostruktúra vizsgálatkor pedig a szótári bejegyzések felépítése (Atkins és Rundell, 2008). A makrostruktúra alapján a vizsgált online glosszárúumokat a következő szempontok szerint jellemezhetjük: terjedelem, felépítés, szócikkek sorrendje. Mind az öt glosszárúum elején röviden jelzik a szerzők, hogy olyan szógyűjteményt akartak összeállítani, amely segít elkalauzolni a startup világában. Leszögezik azt is, hogy csak egy alapszókinszgyűjteményről van szó, amelynek célja, hogy alapszinten értsék egymást a startupokban résztvevő kommunikáló felek. A célcsoportot úgy határozzák meg, hogy abba minden olyan fél beletartozik, aki bármilyen szinten részt vesz a startupokkal kapcsolatos eseményeken, megbeszéléseken. Akár konferencián részt vevő érdeklődő, befektető, vagy a startupban dolgozó munkatárs.

³ <https://emprededor.com/cuales-son-las-etapas-de-vida-de-una-startup/>

⁴ <https://prometeoemprende.es/plataformas-de-crowdfunding-equity-y-crowdlending-de-espana/>

Az öt vizsgált online szógyűjtemény mindegyikében ABC sorrendben találhatóak a címszavak. Van olyan szótár, amelynek a címében is szerepel, hogy „A-tól Z-ig” (*Diccionario startup: palabras que utilizan los emprendedores a diario, de la A a la Z*). Tematikus csoportosítással nem találkoztam. A vizsgált szótárakban a 12-24 -38- 43 és 72 szócikk szerepel ABC sorrendben.

A szótárak mikrostruktúrája minden vizsgált szótár esetében hasonlóan épül fel. A szócikk a forrásnyelvi terminust hozza elsőként, majd következik egy rövid definíció. A magyarázatban van, ahol találunk célnyelvi terminust, és van, ahol csak körülírást. Vegyünk néhány példát. Egyes szócikkeknél a szótárszerkesztő definiálja a szót és meg is magyarázza a szóösszetételt, azonban egyszavas megfeleltetést, azaz spanyol terminust nem ad segítségképpen: pl.: *benchmark* bench (pad, asztal) mark (márka). Egy másik szótár pl. ugyanerre a kifejezésre ad célnyelvi megfeleltetést, a *referencia* *pontot* adja meg, de magyarázattal már nem szolgál.⁵ Egy másik szócikk esetében: *levantar inversión*, magyarázattal együtt találjuk meg a célnyelvi terminust. Ebben ez esetben azért van szükség magyarázatra, mert a gazdasági életben ez a szóösszetétel azt jelenti, hogy *beruházást növel*, de a startup cégek esetében viszont azt, hogy a cégbe fektettek be, vagyis, hogy a cég kapott támogatást. Az angol *raise* szó alapján, szó szerint fordították le „befektetésemelésre”.⁶

A szócikkek nagy részére jellemző, hogy nem ad meg spanyol terminust, azonban körülírja a fogalmat. Egyetlen esetben sem fordul elő, hogy csak a spanyol, célnyelvi terminust találjuk a forrásnyelvi terminus mellett, azaz minden szócikk esetében találunk rövidebb-hosszabb magyarázatot a terminusra. A definíción vagy a célnyelvi terminuson kívül a kiejtéssel, szófajjal, ragozással kapcsolatban további információt a jellegükből fakadóan nem tartalmaznak a glosszáriumok.

Pragmatikai aspektusok

Morris értelmezése szerint a pragmatika a nyelvi formák és azok felhasználói közötti kapcsolatot vizsgálja (Morris, 1938). Ezek alapján figyelembe kell vennünk a kommunikációban részt vevő feleket, amikor egy szakember, hozzáértő beszélő kommunikál egy laikus beszélővel, akkor a laikus úgy érezheti, hogy a számára ismeretlen terminusok gátolják a megértést. A glosszáriumok abban próbálnak segítséget nyújtani a szakemberek és a laikusok közötti sikeres kommunikációban, hogy a forrásnyelvi terminust vagy körülírják és úgy értelmezik a laikus számára az üzenetet, vagy találnak egy olyan terminust, amely alapján a laikus számára is érthetővé válik a közölt információ. A glosszáriumok vizsgálata során arra kerestem a választ, hogy a szógyűjtemények mennyire segítik a laikus számára a szövegértést. Minél több idegen szót talál a szövegben, annál inkább fog kódváltást érezni, és annál nehezebb lesz számára a szöveg értelmezése.

A szócikkeket kétféleképpen kategorizáltuk, a transzparencia szempontjából, azaz hogy mennyire érthető a befogadó számára, és a fordítási módok alapján. Az ISO 704:2009 szabvány szerint egy terminus akkor transzparens, ha az a befogadó számára minden magyarázat nélkül érthető. Polcz Károly nyomán (2020) a laikus felhasználó szempontjából a transzparenciának három szintjét különböztetem meg. Néhány példával illusztrálom a kategóriákat, a spanyol példák szó szerinti fordításait magyarul is megadom:

⁵ <https://startupxplore.com/es/blog/diccionario-startup-las-palabras-que-utilizan-los-emprendedores-a-diario-de-la-a-a-la-z/>

⁶ <https://medium.com/startups-es/terminolog%C3%ADa-b%C3%A1sica-y-vocabulario-para-startups-que-no-est%C3%A1-de-m%C3%A1s-conocer-8b2c6c2b1a66>

- a) interferenciális terminusok – a felhasználó kódváltásnak érzékeli – pl. *bootstrapping* vagy *growth Hacking*, *fundraising*
- b) intranszparens terminusok – szűk szakmai közegben használt idegen vagy nemzetközi szavak, a felhasználó nem érzékeli egyértelmű kódváltásnak, pl. *gamificación* „játékosítás”; *monetización* „bevételszerzés”; *incubadora* „inkubátor”; *letter of intent* „szándéknyilatkozat”; *diseño responsive* „felelős dizájn”
- c) nyelviileg transzparens terminusok – a szóalak széles körben ismert, a teljes fogalmi tartalom azonban nem feltétlenül. A szó szerinti fordítást tüntetem fel, pl. *prueba de concepto* „a koncepció igazolása”, *unicornis* „egyszarvú”; *diligencia debida* – „kellő gondosság” *aceleradora* „gyorsító”; *situación de bloqueo* „blokkoló helyzet”

A szócikkeket fordítási módok alapján szintén Polcz Károly (2020) nyomán kategorizáltuk. A fordítási módokat, a fordítás teljes hiányától az értelemközpontú fordításig, példákkal szemléltetem. Ezek a következők:

- zéró fordítás: *business angel*; *closing*; *crowdfunding*; *crowdsourcing*; *drag along*; *elevator pitch*; *expansion stage*;
- átemelés: *exit*; *iterar*; *know-how*; *newsjacking*; *inbound marketing*
- nemzetközi szó: *geolocalización*; *holding*; *mentoring*; *monetizar*; *monopolio*; *networking*; *startup*;
- hibrid átemelés: *diseño responsive*; *estudio de cohortes*;
- hibrid nemzetközi szó: *venture capital/capital riesgo*;
- helyettesítés: *aceleradora*; *Mercado Alternativo Bursátil (MAB)*; *Angel Inversor*; *opción de compra*; *dragón*; *IPO – Oferta Pública de Venta*; *Hitos*
- helyettesítés értelmezéssel: *retorno sobre la inversión*; *Crowdfunding – micromecenazgo*; *situación de bloqueo*; *NDA – contrato de confidencialidad*; *acuerdo de confidencialidad*; *derecho de suscripción o asunción preferente*; *levantar inversión*; *SEO – posicionamiento web en buscadores*
- értelemközpontú fordítás: *Business Model Canvas – lienzo para diseñar modelos de negocio*; *CMO (Chief Marketing Officer) – el responsable de las actividades de Marketing*; *Golden Parachute – contrato blindado*

Adatok és azok vizsgálati módszere – Glosszárúmok leírása

A kutatásban öt spanyol startup internetes szótár szókincese alapján készítettem egy olyan szólistát, amely reprezentálja a leggyakrabban használt startup kifejezéseket. Az öt szógyűjtemény összesen 189 szót tartalmaz (12–24–38–43 és 72), de mivel egy-egy terminus több szótárban más-más fordítással szerepel, így összesen 208 szó került be a gyűjteményembe. Ilyen terminus volt például a *gamification* „gamificación”.

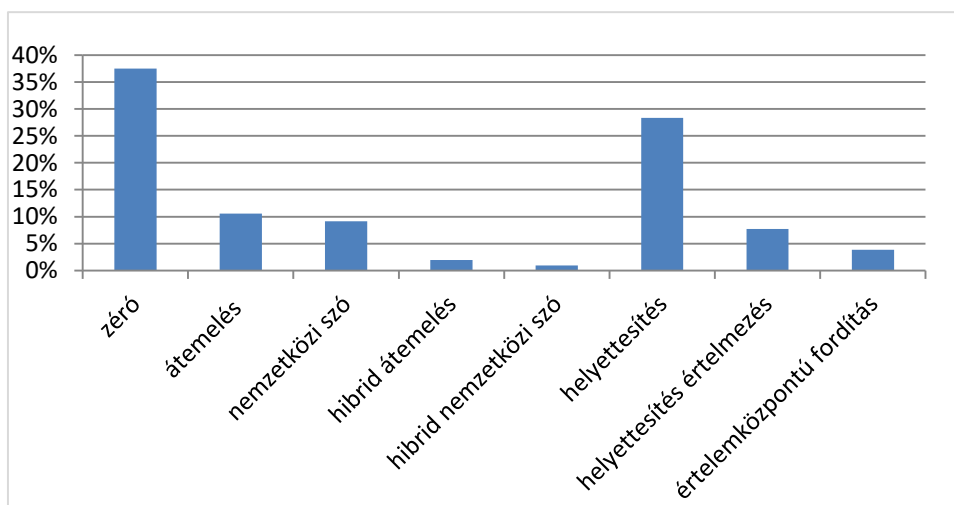
A Google-kereső az elsők között jeleníti meg ezeket a startup glosszárúmokat. Van olyan szógyűjtemény, amely nem kapcsolódik egyik céghez sem, de van közöttük olyan, amelyik igen. A glosszárúmok segítséget nyújtanak a startup-világ szókincsének megismeréséhez. Minden szógyűjtemény elején találunk egy rövid bevezetőt, amely felhívja a figyelmet, hogy a lista még kibővíthető, azaz a teljesség igénye nélkül összeállított gyűjtemény. A címszavak kiválasztása és adatbevétele után a terminusokat kategorizáltuk. Két kódoló egymástól függetlenül végezte a munkát. Az egyik egy magyar anyanyelvű, de spanyol nyelvet oktató tanár, a másik egy spanyol anyanyelvű spanyol, mint idegennyelv-tanár volt. A két kódolás között kevés eltérés adódott, az eltéréseket megbeszéltük. Az, hogy spanyol anyanyelvű volt az egyik kódoló, jelentős mértékben segített a kérdéses terminusok kódolásának megítélésében.

A Cohen's Kappa értékek a három vizsgált változó esetében a következőképpen alakultak: fordítási módok = 0,904; nyelvi transzparencia = 1: 0,964 és nyelvi transzparencia = 2: 0,97. A kódok közötti megbízhatóságra vonatkozó értékek erősek, majdnem tökéletes egyezést mutatnak. A kódolás eredményeképpen következtetéseket vonhatunk le arra vonatkozóan, hogy az internetes szótárak készítői milyen fordítási módokat alkalmaztak egy-egy terminus megfeleltetésére, és a célnyelvi fogalmak mennyire segítik a laikus felhasználót abban, hogy helyesen értelmezze a startupok terminológiáját.

Eredmények

A fordítási módokat és azt, hogy mennyire segítik a glosszáriumok a laikus felhasználót, az 1. ábra mutatja.

1. ábra. A fordítási módok megoszlása (%) (Polcz, 2020 alapján)



Az 1. ábrán a fordítási módok százalékos megoszlását láthatjuk, azaz, hogy a vizsgált szólistában milyen arányban fordultak elő a következő fordítási módok:

- zéró fordítás = 38 %
- átemelés = 11 %
- nemzetközi szó = 9%
- hibrid átemelés = 2%
- hibrid nemzetközi szó = 1%
- helyettesítés = 28%
- helyettesítés értelmezés = 8%
- értelemközpontú fordítás = 4%

Látható, hogy a teljes mintában a *zéró fordítás* képviseli a legnagyobb százalékot (38%). Ebben az esetben a szótárszerkesztő csak a definíciót adja meg, azaz nem keresett vagy nem talált a célnyelvben megfelelő terminust. Ez azt jelenti, hogy a nyelvhasználó nagy eséllyel a forrásnyelvi terminust használja a beszéd- vagy írásprodukciónak, amit a befogadó kódkeverésként fog érzékelni. Ez jelentős mértékben megnehezíti a megértését.

A következő, százalékban is kiemelkedő fordítási mód a *helyettesítés*, amikor a szótárszerkesztő a forrásnyelvi terminus szemantikai, szótári megfelelőjét adja meg. Két fajtája van: a tükörfordítás és a jelentéskölcsönzés. A vizsgált korpusz alapján látható, hogy a szótárszerkesztők a szavak 28%-nál próbáltak olyan célnyelvi megfelelőt találni, amely

legalább nyelvileg transzparenssé teszi a terminust. Ezek a megfelelések illeszkednek a célnyelvi környezetbe, de nem minden esetben segítik a terminus fogalmi megértését, mivel a beszélő nincs mindig tisztában a jelentésváltozással.

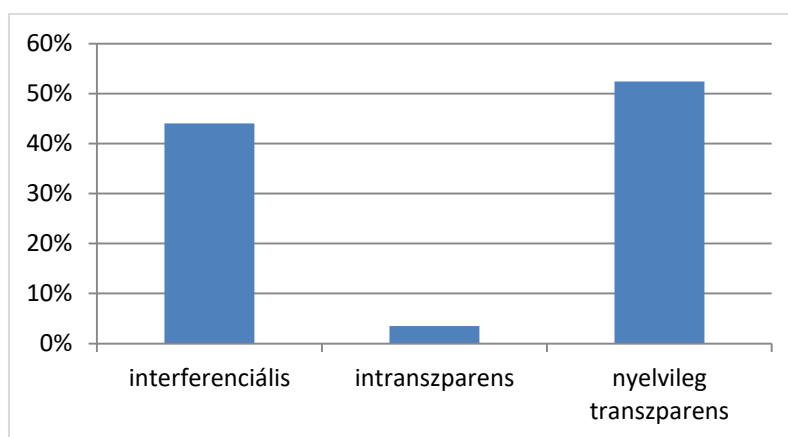
A harmadik, de már jelentős mértékben csökkenő százalékos arányt mutató fordítási mód az *átemelés* (11%). Ennél a fordítási módnál a glosszáríum szerkesztője a forrásnyelvi terminust változtatás nélkül emeli át a nyelvbe, így a nyelvhasználó a kifejezést kódváltásként érzékeli az interakciók során.

A három fenti kategória dominanciája alapján (összesen 77%) azt mondhatjuk, hogy a szótárkészítők alapvetően körülírással akarják, tudják értelmezni, vagy tükörfordítással próbálják megfeleltetni az angol jövevényszavakat. Nem jellemző az új célnyelvi terminusok használata. Ez a jelenség mindenképpen megnehezíti a megértést a laikus felhasználó számára. Ezen kívül kiemelendő a *nemzetközi szavak* aránya: 9%. Olyan széles körben elterjedt terminusokról van szó, hogy azok ismerősen csengenek a laikus fül számára is. Ilyenek pl. a *geolocalización, holding, mentoring, monetizar, monopolio, networking* és *startup*. Ezek a szavak nemcsak a startup világában járatos, hanem az átlagosan művelt spanyol beszélő számára is ismerősnek hangzanak, de a mögöttes tartalmat nem feltétlenül ismerik.

Kódolásunk alapján a vizsgált terminusok 8%-a a *helyettesítés értelmezéssel* kategóriába tartozik. Ez a kategória átmenetet képez a helyettesítés és az értelemközpontú fordítási mód között. Ez a fordítási mód nyelvileg transzparenssé teszi a terminust, így nagyobb segítséget nyújt a megértésben a laikus számára, mint az első három kategória. De valójában a fogalmi háttér ismerete nélkül nem érthető a már az előzőekben is példaként hozott kifejezés: *levantar inversión* „befektetést növel”. A hibrid átemelés, a hibrid nemzetközi szavak és az értelemközpontú fordítás nagyon alacsony arányban szerepelnek a szöszedetekben.

A 2. ábra a terminusok transzparenciáját szemlélteti, azaz, hogy interferenciális, intranszparens vagy nyelvileg transzparens-e a terminus. Jól látható, hogy a legmagasabb arányban a nyelvileg transzparens terminusok (52%) találhatóak a vizsgált szógyűjteményekben. Az interferenciális terminusok 44%-ban és az intranszparens terminusok 3%-ban szerepelnek az adatbázisban.

2. ábra. Az interferenciális, intranszparens és nyelvileg transzparens terminusok százalékos megoszlása (n=143)

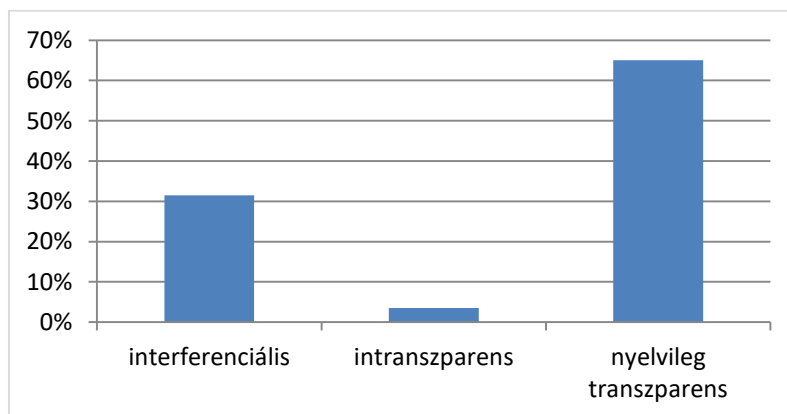


A nyelvileg transzparens terminusok magas aránya (52%) azt jelzi, hogy ha a nyelvhasználó a vizsgálatban szereplő glosszáríumokat hívja segítségül a diszkurzus során, akkor valószínűleg idegenszerűség érzése és kódváltás nélkül tud részt venni a kommunikációban. Az is igaz azonban, hogy mivel a nyelvhasználónak olyan érzése van, hogy érti a szavakat, de a fogalmi tartalmat mégsem, ez félrevezetheti őt. Így félreértelmezések és félrefordítások adódhatnak a jelenségből.

Az interferenciális terminusok is viszonylag magas arányban fordulnak elő a vizsgált adatbázisban (44%). Ezek a forrásnyelvből átemelt terminusok, amelyeket a nyelvhasználó kódváltásként érzékel. Ezen terminusok magas aránya azt jelzi, hogy a vizsgált glosszáriumban kevés olyan célnyelvi megfelelés található, amely segíti a nyelvhasználót. Az intranszparens terminusok aránya nagyon alacsony (3%). Ezek a terminusok általában kevésbé ismertek a laikusok körében, így nyelvi és fogalmi szinten is homályosak számukra. Pl. *incubadora* „inkubátor”. A szóalak ismerősnek tűnik az átlagos beszélő számára, de fogalmi háttérrel nem tud kapcsolni hozzá. Ezek a terminusok szinte kizárólag a startup világában otthonosan mozgó felhasználók számára érhetőek.

A széles spektrumú vizsgálat keretében az adatbázisomban megtalálható forrásnyelvi terminusokat megvizsgáltam startup cégek leírásában is, azaz olyan szövegekben is, amelyek szélesebb célközönség számára készültek. Ha összehasonlítjuk a 2. diagram és a 3. diagram eredményeit, láthatjuk, hogy változás állt be a terminusok transzparenciájának arányában. A nyelvi transzparens terminusok aránya 66%-ra emelkedett, ami azt jelenti, hogy a glosszáriumban és más szakmai szövegek szerzői alapvetően fontosnak tartják, hogy a fogalmi definíció megadásával, kódváltás nélkül segítsék a kommunikációt a szakmai és a laikus közönség között. Az interferenciális terminusok aránya értelemszerűen 31%-ra csökkent és az intranszparens terminusok aránya 3%-on maradt. Azaz a szűkebb és a tágabb spektrumú vizsgálatban is hasonló arányban találjuk meg azokat a terminusokat, amelyek csak a szakmailag felkészült célközönség számára világosak tartalmi szempontból is.

3. ábra. Terminusok széles spektrumú vizsgálata (n=143)



Összefoglalás

A vizsgálat eredménye azt mutatja, hogy a glosszáriumban szerkesztői csak részben törekednek arra, hogy megtalálják a forrásnyelvi terminus célnyelvi megfelelőjét. Ezért a laikus felhasználó bizonytalanul érezheti magát a startup szövegek világában, kódkeverésként élheti meg a startup cégekkel kapcsolatos leírások, szövegek megértését. A fordítások sem segítik valójában a laikus felhasználót, mert a mögöttes tartalmat nem ismerik. Számos esetben a szerkesztők körülírással próbálják meg értelmezni egy-egy terminus mögöttes tartalmát.

A nyelvi transzparens terminusok részben segítik a felhasználót, de félre is vezethetik, mert annak ellenére, hogy a szóalak ismerős, az átlagos beszélő fogalmi háttérrel nem tud kapcsolni hozzá. A startupokkal kapcsolatos leírásokban már több figyelmet fordítanak a tartalmi háttérismeret átadására, így ezekben a szövegekben az átlagos felhasználó kevésbé érzékel kódkeverést, illetve valamilyen magyarázatot talál kódkeverés esetén. Napjainkban a startup cégek világát éljük, ezért érdemes lenne egységesíteni a vizsgált glosszáriumban és egy nagyobb, mindenki számára hozzáférhető adatbázist összeállítani.

Hivatkozások

- Bakos, F. (1995): *Idegen szavak és kifejezések szótára*. Akadémiai Kiadó: Budapest
- Fischer, R. (2008): *Introduction: Studying Anglicisms*. In: Fischer, R. – Pulaczewska, H. (eds.). *Anglicisms in Europe: linguistic diversity in a global context*. Cambridge Scholars: Newcastle. 1-14
- Isenberg, D.J. (2010): *The big idea: How to start an entrepre-neurial revolution*. Harvard Business Review: Cambridge, MA, Egyesült Államok
- Polcz, K. (2020): A startup vállalkozások terminológiája angol–magyar internetes glosszárúmban. *Fordítástudomány* 22/2. szám 5–29. DOI: <https://doi.org/10.35924/fordtud.22.2.1>
- Rodríguez González, F. (1998): *Anglicisms in contemporary spanish, an overview*. *Atlantis*, 21/1-2. 103-139. Alicante
- Rodríguez González, F. (2012): *Anglicismos en el mundo del deporte: variación lingüística y sociolingüística*. *Boletín de la Real Academia Española*, 92/306. 285–309
- Wardhaugh. (2006): *Introducción a sociolingüística* ; Editorial: Univ.de Santiago de Compostela, Santiago de Compostela
- Vaquero, A. (1999): *La Lengua Española en el Contexto Informático*. *Revista de Enseñanza y Tecnología*, 1-13, 6-13

Internetes források

- ¿Qué significan anglicismos como 'startups', 'selfie' o 'Spam'? ¡Mira esta guía!.
https://www.lainformacion.com/asuntos-sociales/que-significan-anglicismos-como-startups-selfie-o-spam-mira-esta-guia_83XF7EjqS47h5k9TZXiUM1
- Emprendedores News. <https://emprendedoresnews.com/emprendedores/estas-son-las-etapas-de-vida-de-una-startup.html>
- Empresa emergente. https://es.wikipedia.org/wiki/Empresa_emergente
- Forbes Startup Kisokos. <https://forbes.hu/extra/startup-szotar>
- Nemzeti Jogszabálytár. <https://njt.hu>
- Prometeo. <https://prometeoemprende.es/plataformas-de-crowdfunding-equity-y-crowdlending-de-espana/>
- Soy emprendedor.com. <https://emprendedor.com/cuales-son-las-etapas-de-vida-de-una-startup>

Online spanyol glosszárúmbok

- 5 Startups. <http://web.archive.org/web/20210411101040/http://5startups.es/diccionario>
- Diccionario StartUp Ecosystem. <https://www.roedl.es/es/articulos/diccionario-startup-ecosystem-parte-1>
- Diccionario startup: palabras que utilizan los emprendedores a diario, de la A a la Z.
<https://startupxplore.com/es/blog/diccionario-startup-las-palabras-que-utilizan-los-emprendedores-a-diario-de-la-a-a-la-z/>
- Glosario y definiciones de términos Startup. Todo lo que tienes que saber. <https://theherocamp.com/product-lab/glosario-terminos-startup/>
- Terminología básica y vocabulario para startups (que no está de más conocer). <https://medium.com/startups-es/terminolog%C3%ADa-b%C3%A1sica-y-vocabulario-para-startups-que-no-est%C3%A1-de-m%C3%A1s-conocer-8b2c6c2b1a66>