

Huszár Erika – Hamsovszki Szvetlana

Budapesti Gazdasági Egyetem
Nemzetközi Üzleti Szaknyelvek Tanszék

A startup vállalkozások terminológiája angol–oros internetes glosszárúimokban

<https://doi.org/10.48040/PL.2023.1.6>

A startupok működésével kapcsolatos terminológia nagyrészt angol nyelvű. A Budapesti Gazdasági Egyetem (BGE) Nemzetközi Üzleti Szaknyelvek Tanszék Kontrasztív Terminológia Kutatócsoportja több éve tanulmányozza, hogy egyes nyelvek hogyan fordítják ezt a terminológiát. Megállapítottuk, hogy míg a nyomtatott szótárak nem képesek követni a terminológia bővülését, illetve változásait, rendelkezésre áll több, a startup világhoz kapcsolódó online glosszárúim. Angol–oros viszonylatban összesen hat ilyen szó- és kifejezésgyűjtemény volt fellelhető az interneten, amelyből 374 terminuspár volt kinyerhető. Kutatásunk célja az volt, hogy feltárjuk, az internetes startup glosszárúimokban összegyűjtött terminusok milyen megfeleltetési és fordítási módok alkalmazásával kerültek át az orosz nyelvbe. A keletkezett célnyelvi terminusok interferenciajellemzőit szintén vizsgáltuk. Megállapítottuk, hogy startup témakörben a szakma és a laikusok közötti kommunikáció minden bizonnyal nehézkes, hiszen mind a hat glosszárúim áttanulmányozása esetén is csak az esetek 52,31 százalékában lelhető fel nyelvileg transzparens terminus. Azt láttuk azonban, hogy az orosz nyelv meglehetősen nyitott az idegen szavak (átemelések, nemzetközi szavak) használatára, így amennyiben a hatékonyabb kommunikációra való igény erősödik, a ma még interferenciát okozó terminusok szélesebb körben való elterjedése várható.

Kulcsszavak: *startup terminológia, terminusfordítás, online glosszárúimok, domináns nyelvi hatás, kódkeverés*

Bevezető

A 21. század elején a startupok a világgazdaság főszereplői közé tartoznak. Mind a gazdasági élet egyéb szereplőinek, mind az átlagembernek az életét napi szinten befolyásolják az olyan startup cégek, mint a Facebook, az Amazon, a Netflix, vagy az Apple.

Miben különböznek a startupok a többi vállalkozástól? Balridge és Curry (2021), a Forbes Advisor szerkesztői a következő definíciót adják: „*A startupok innovációban gyökereznek, a piacon lévő termékek hiányosságait lovagolják meg, vagy pedig termékeknek, illetve szolgáltatásoknak merőben új fajtáit hozzák létre, ily módon megváltoztatva teljes iparágak megrögzült gondolkodásmódját és üzletmenetét.*”¹

A startupok működésével kapcsolatos terminológia nagyrészt angol nyelvű, ennek okaira tanulmányunk későbbi fejezetében még visszatérünk. A Budapesti Gazdasági Egyetem (BGE) Nemzetközi Üzleti Szaknyelvek Tanszék Kontrasztív Terminológia Kutatócsoportja több éve vizsgálja, hogy bizonyos nyelvek hogyan honosítják ezt a terminológiát. Kutatócsoportunk öt nyelvpárban vizsgálódik, ezek a következők: angol–magyar, angol–francia, angol–olasz, angol–spanyol és angol–oros. Minden nyelvpárban egyértelművé vált, hogy a nyomtatott szótárak nem tudnak lépést tartani a terminológia bővülésével, illetve változásaival, ugyanakkor fellelhető több, a startup világhoz kapcsolódó online glosszárúim. Angol–oros relációban hat ilyen szó- és kifejezésgyűjteményt találtunk az interneten, amelyek összesen 374 terminuspárt tartalmaztak.

Jelen tanulmányunk célja, hogy feltárja a startup glosszárúimok összeállítói által alkalmazott megfeleltetési és fordítási módokat, valamint a keletkezett terminusok jellemzőit angol–oros nyelvpárban. Az eredményekből következtetések vonhatók le az angol nyelvű

¹ Saját fordítás. Az eredeti definíció: „*Startups are rooted in innovation, addressing the deficiencies of existing products or creating entirely new categories of goods and services, thereby disrupting entrenched ways of thinking and doing business for entire industries.*” (Balridge–Curry, 2021).

terminológia orosz nyelvre gyakorolt hatásával kapcsolatban, illetve láthatjuk, hogy a nyelvhasználók milyen segítséget kaphatnak a vizsgált glosszáriumoktól, amikor a startup terminusok orosz nyelvű megfelelőit keresik.

Domináns nyelvi hatás az orosz szaknyelvhasználatban

A frissebb szaknyelvi és terminológiai kutatások az orosz üzleti-gazdasági terminológiával kapcsolatban is az angol nyelv hatását tekintik a legjelentősebb idegennyelvi hatásnak. Az amerikai angol presztízse megnőtt a II. világháború után, ami az angol eredetű jövevényszavak számának növekedéséhez vezetett. A növekedés felgyorsult az 1980-as évek közepétől (peresztrojka), de különösképpen a piacgazdaság megjelenésével, amit a 90-es évek elejéhez köthetünk. A peresztrojka után a nyelvi normák eleve megváltoztak, az orosz nyelv nyitottabb lett a különböző variációkra, illetve a szovjet éra nyelvétől való elhatárolódás sok területen a szaknyelv, a terminológia teljes megújulását eredményezte (Kostomarov, 1999). Ma, a globalizáció korában mind a köznyelv, mind a szaknyelvek szinte csak az amerikai angoltól vesznek át szavakat. Ez annyira igaz, hogy az új, angol eredetű jövevényszavak sok esetben kiszorítják a régebbi, német vagy francia eredetű elődeiket, például az *офис* (*office*) elnevezés kiszorítja a korábbi *контора* (*kontor*) német, illetve a *бюро* (*bureau*) francia szavakat (Janurik, 2015).

Mivel az angol nyelv dominanciája a piacgazdaság megjelenésével és fejlődésével együtt erősödött, nem meglepő, hogy először a piachoz, kereskedelemhez kötődő területeken vált igazán szembetűnővé. Podcsaszova (1995a; 1995b) a hirdetésekben (*адвертайзинг*) megjelenő nagyszámú angol eredetű szót, terminust vizsgálta. Jelenlétüket több okkal magyarázta: egyrészt átvételre kerül a reklámozott termék neve, ha import vagy korábban nem létező termékről van szó, másrészt az angol szavak használata önmagában is presztízsertékű. Ezekén kívül át kellett venni az egész, többnyire angol nyelvű reklámszakmában felgyűlt tapasztalatot. Podcsaszova egy tematikus angol eredetű idegenszó-gyűjteményt állított össze életmód, turizmus, sport, munkahely témákban. Az idegen szó megjelenésének, használatának történetét, a szó jelentését vizsgálta sok példával illusztrálva.

Dedyukhin és Dedyukhina (2015) a reklámok egy szűkebb szegmensét, a nyomtatott sajtóban, pontosabban a magazinokban megjelenő nyomtatott reklámokat vették górcső alá (pl. a *Cosmopolitan* és a *Glamour* magazinok orosz kiadásáiban megjelenő reklámokat). A szerzők összesen 13 kiadványban megjelent reklámokból gyűjtötték ki az angol eredetű idegen szavakat, azokat tematikus csoportokba rendezték, majd az ismétlődések figyelembevételével kiszámították, hogy az egyes csoportok hány százalékát teszik ki a reklámokban előforduló összes anglicizmusnak. Tematikus csoportjaik a következők:

1. különböző szakterületek szakterminológiájának átemelései:
 - a.) informatikával kapcsolatos szavak, pl. *сайт* (*site*)
 - b.) autópárral, autózással kapcsolatos szavak, pl. *тюнинг* (*tuning*)
 - c.) zenével kapcsolatos szavak, pl. *поп-музыка* (*pop music*)
 - d.) sporttal kapcsolatos szavak, pl. *питчинг вэдж* (*pitching wedge*, jégkorongütő fajta) – összesen 30%;
2. különböző szakmák és hozzájuk köthető tevékenységek nevei, pl. *нейл-дизайнер* (*nail designer*) – 23%;
3. kozmetikai termékek és szolgáltatások megnevezései, pl. *брашинг* (*brushing*) – 17%;
4. ruházat, kiegészítők, divatcikknek nevei, pl. *леггинсы* (*leggings*) – 15%;
5. ételek, italok nevei, pl. *маффин* (*muffin*) – 11%;
6. vállalatok, éttermek, boltok-üzletek nevei, pl. *стейкхаус* (*steakhouse*) – 4%.

A szerzők arra a konklúzióra jutottak, hogy a reklámokban előforduló, számítástechnikával, autózással, zenével, sporttal, valamint szakmákkal, szakmai tevékenységekkel kapcsolatos angol eredetű jövevényszavak az összes anglicizmus több mint felét teszik ki.

Kolupajeva (2015) a számítástechnikával kapcsolatos angol eredetű jövevényszavakat vizsgálta. Megállapította, hogy a számítástechnikával kapcsolatos terminológia egyike az orosz nyelv legdinamikusabban bővülő szegmenseinek. Ez nyilvánvalóan azzal magyarázható, hogy az iparág gyorsan fejlődik, új eszközök jelennek meg, a régebbiek pedig folyton modernizálódnak. Az új terminusok nagy része angolból kerül át az oroszba, mivel feltételezése szerint a számítástechnikával kapcsolatos fejlesztések nagy része angol nyelvű országokban zajlik. Kolupajeva a számítástechnikai terminusok átvételének három módját azonosította:

1. közvetlen átemelések, ezen belül transzkripciók, amikor is az angol szó kiejtett változatát írják át cirill betűkkel (pl. *driver-драйвер*) és transliterációk, amikor az írott változatot (pl. *processor-процессор*)
2. tükörfordítások, ezen belül szemantikai alapú tükrök – ilyenkor a szó korábban már létezett, de új, speciális jelentést kap, pl. *installation-установка*, illetve lexikai alapú tükrök, amelyek az angol terminusok mintájára orosz szavakból vannak kreálva, pl. *data carrier-носитель информации*
3. hibridek, a fenti két módszer ötvözei, pl. *flash drive-флеш-накопитель*.

Megjegyzendő, hogy Kolupajeva szélesebb értelemben vizsgálta az angol nyelvi hatást, mint az előtte említett források, hiszen az általa tükörfordításoknak nevezett eseteket is figyelembe veszi. Összesen 476, számítástechnikához kapcsolódó, nyomtatott szótárakban megjelenő, angol nyelvi hatás eredményeként létrejött terminust vizsgált, és megállapította, hogy ezek nagy része, 51%-a, tükörfordítás, 31% közvetlen átemelés, azaz transzkripció és transliteráció, 19% pedig hibrid.

Janurik (2010) általánosságban vizsgálta az angol eredetű szavak integrációját az orosz nyelvben. A szókölcsönzés gazdasági, társadalmi hátterét vizsgálva megállapította, hogy az angol eredetű szavak nagy száma több okra vezethető vissza. Először is a kiélezett versenyben az orosz médiának gyakran nincs ideje arra, hogy a hírekben szereplő kifejezések pontos orosz megfelelőjét megkeresse, így az újságírók egyszerűen bent hagyják az idegen lexikai elemeket a szövegben. Másodsorban Janurik is a reklám és általánosságban a marketing nyelvének szerepét hangsúlyozza. Ez a szaknyelv nem létezett az oroszban a rendszerváltás előtt, a kilencvenes évek elejétől kezdve alakult ki erős amerikai hatásra. Végül felhívja a figyelmet az angol médiának (internet, TV-csatornák) az ifjúság nyelvére és a szlengre kifejtett hatására.

A társadalmi, gazdasági okokon kívül Janurik nyelvészeti szempontból is rendszerezte az angol eredetű szavak átvételének motivációit, kiemelve a terminushiányt, a rövidegre való törekvést, valamint azt a tényt, hogy ha egy adott szaknyelvben, terminológiában már nagyszámú angol eredetű szó van jelen, a rendszer konzisztenciáját kevésbé zavarja egy újabb ilyen szó. A Janurik által szociolingvisztikai motivációknak nevezett okok között szintén szerepel az angol eredetű szavak presztízsértéke, mivel használatukat sok esetben a technikában való jártasság, szakmai felkészültség jeleként értelmezik. Az elemzések egyike sem kezeli problémaként az angol jövevényszavak jelenlétét a nyelvben, azt egyfajta adottságnak tekintik.

Hipotézis és kutatási kérdések

Abból a hipotézisből indulunk ki, hogy az orosz szakmai internetes oldalakon megjelenő startup glosszáriumokban közel 50 százalékos arányban szerepelnek a forrásnyelvből átemelt terminusok. Ez azt jelenti, hogy a szerkesztők vagy teljes kölcsönzéssel átveszik az angol

terminust, vagy pedig definíciót adnak meg orosz ekvivalens nélkül. Ilyenkor a nyelvhasználó terminushiánnyal szembesül, ami teret adhat a szakmai szövegekben tapasztalható kódkeverésnek. Ez az a jelenség, amikor a nyelvhasználó két különböző nyelv elemeit használja egy adott szövegen belül (Wardhaugh, 2010). A hipotézist a fent taglalt kutatások, illetve Polcz (2020) angol–magyar viszonylatban végzett kutatásának eredményeire alapozzuk.

A hipotézis igazolása mellett kutatócsoportunk minden nyelvpárban, így angol-orosz viszonylatban is, a következő kérdésekre keresi a választ:

1. Milyen eljárással történik a forrásnyelvi terminusok fordítása/megfeleltetése a vizsgált glosszáriumokban?
2. Hogyan jellemezhetők nyelvi transzparencia szempontjából az alkalmazott fordítási módok eredményeként létrejött célnyelvi terminusok?
3. A célnyelvi terminushiány csak a vizsgált glosszáriumokra jellemző, vagy pedig a célnyelv egészére?

Az orosz startup terminológia forrásai

Az oroszországi startup ökoszisztéma igen sajátos. A vállalkozások önfinanszírozása és a 3F (*family, friends, fools* - család, barátok, bolondok, ők hajlandók befektetni az új vállalkozásba) mellett hamar megjelent az állami szerepvállalás is. Egy 2005-ben indított kormányprogram keretében 20, részben állami tulajdonban levő regionális befektetési alapot hoztak létre, amelyek tevékenységét a *Российская Венчурная Компания* (Orosz Kockázati Alap) koordinálja. Az akárcsak részleges állami tulajdon nem kedvez a kockázatvállalásnak, ami a startupok egyik ismérve. Marina Trescsova (2014) felhívja a figyelmet arra is, hogy az orosz vállalkozók nincsenek rákényszerítve arra, hogy új termékkonceptiókkal álljanak elő, mivel például az orosz online kereskedelmi piac vagy az online fizetési eszközökkel foglalkozó piac még mindig telítetlen. A nyugatról származó termékek, szolgáltatások másolásával jelentős jövedelemre lehet szert tenni. Mindezek alapján megkockáztatható a kijelentés, hogy az orosz nyelvben a startupokkal kapcsolatos terminusokat a külföldi startupokkal kapcsolatos diskurzusban használják teljeskörűen. Amennyiben orosz vállalatokról van szó, a terminusoknak csak egy szűkebb köre értelmezhető.

Az általunk vizsgált orosz terminusok mindegyikének létezik angol eredetije, és egyetlen esetben sem volt okunk feltételezni, hogy az orosz terminus létrejötté megelőzte volna az angol terminus létrejöttét. Ez azt jelenti, hogy új, startuppal kapcsolatos fogalom és azt megnevező terminus az orosz gazdasági életben gyakorlatilag nem jön létre, hanem az angol terminológia átvétele zajlik a későbbiekben bemutatott fordítási eljárások segítségével. Az angol, és így az orosz nyelvű startup terminológia fő forrásai között a következő területeket kell említeni:

- a) A gazdasági-üzleti területek terminusait jelentésmódosulás nélkül használják, mivel ugyanarra a fogalomra utalnak velük. Példaként említhetjük a marketing szaknyelvéből a *B2B* (*бизнес для бизнеса*) vagy *B2C* (*бизнес для потребителя*) terminusokat, az online marketingből a *contextual advertising system* – *контекстно-медийные сети* terminust, pénzügyből a *due diligence* – *дю-дилидженс*, *break-even point*-*точка безубыточности*, *EBIT* vagy *EBITDA*, *stock*-*акция* kifejezéseket, vagy a menedzsment-munkaszervezés területéről származó *kanban*, *agile*, *business plan* - *бизнес-план*), *CEO*, *CFO*, etc. terminusokat. Megjegyzendő, hogy a jelentésmódosulás nélkül átvett terminusok egy része korábban terminologizációval jött létre, pl. a *gatekeeper* – *гейткунер* terminus pénzügyi területeken a befektetők tanácsadójának megnevezése.

- b) A nem üzleti-gazdasági szakterületekről származó terminusok esetében két jelenség figyelhető meg. Az első esetben a terminust jelentésmódosulás nélkül használják. A másik esetben jelentésmódosulás jön létre, vagyis a startupok kontextusában a terminus speciális jelentéssel bír. Az előbbi jelenségre több példát találhatunk az informatika területén, pl. *server-side*, *client-side*, *dashboard* – *дашборд*. A jog területéről kölcsönzött terminusok tartalma szintén változatlan marad, pl. *joint stock company* – *открытое акционерное общество*, *non-disclosure agreement* – *соглашение о неразглашении конфиденциальной информации*. Ugyanakkor speciális jelentést kap, terminológizálódik startup környezetben például a *stealth mode* – *стэлс режим* kifejezés, amely a katonai szaknyelvből került át a startup szaknyelvbe, ahol egy új termék kibocsátását megelőző titoktartásra utal, vagy a *piloting* – *пилотирование* kifejezés, amely a közlekedés szaknyelvéből lett kölcsönözve és tesztelést jelent. Megemlítendő még az építészet területéről vett *mezzanine* – *мезонин* terminus, ami a részvénykibocsátás előtti utolsó befektetési körre utal.
- c) A köznyelvi szavakból terminológizációval létrejött terminusokra példa a *business incubator* – *бизнес-инкубатор*, vagy a *business accelerator* – *бизнес акселератор* kifejezés. Mindkettő olyan vállalkozás, amely a startupok fejlődését elősegíti, gyorsítja.
- d) A *unicorn* – *единорог*, *business angel* – *бизнес-ангел*, *death valley* – *долина смерти*, *death star* – *звезда смерти* terminusok a mesék, mítoszok világából eredeztethetők. Az *evangelist* terminus bibliai eredetű.
- e) Híres startup alapítók szóhasználata szintén forrás: a *dangerous Bozo* – *опасный вид Bozo* terminus Guy Kawasakitól (2009), az Apple egyik első marketing szakemberétől származik. Olyan sikeres embert jelent, aki alaptalanul kritikus megjegyzéseivel megtöri a startup alapító lendületét. A *Bozo* elnevezést önmagában Steve Jobs használta a kevésbé minőségi munkaerőre.

Startup terminológia és nyelvhasználat az orosz gazdasági szaknyelvben

Az orosz nyelvű startup irodalom tanulmányozásakor felfigyeltünk bizonyos nyelvhasználati sajátságokra. Ezek a következők:

- a) A vállalatok, intézmények és sajtóorgánumok nevei jellemzően latin betűs írásmóddal kerülnek át az orosz szövegbe:
- В отчёте **Ernst&Young** отмечено, что российские фонды фокусируются на стартапах из области информационных технологий...²
 - Почему в России не появляются инновационные проекты, способные, как **Facebook** или **Twitter**, покорить мир?³
 - Термин впервые использован в журнале **Forbes** в августе 1976 года и **Business Week** в сентябре 1977 года...⁴

² <https://ru.wikipedia.org/wiki/Стартап>

³ <https://www.kommersant.ru/doc/2478807>

⁴ <http://www.gpntb.ru/vystavki-v-gpntb-rossii/2020-god/113-chitateliam/6/7172-startap.html>

b) A személynevek transliterációval vagy transzkripcióval:

- ...*Американский предприниматель **Стивен Бланк** определил стартапы как временные структуры...*⁵
- ...*компания основана в Калифорнии **Стивом Джобсом, Рональдом Уэйном и Стивом Возняком...***⁶

c) Az informatikában használt tulajdonnevek (különböző termékek, alkatrészek nevei) szintén latin írásmóddal kerülnek a szövegbe:

- *Производство **iPod, iPhone и iPad...***⁷
- *Apple начала серийное производство 64-битных чипов **ARM** архитектуры...*⁸
- *микропроцессор **Apple A7***⁹
- ...*собранными свой первый персональный компьютер на базе процессора «**MOS Technology 6502**»...*¹⁰

A fenti típusokon kívül sok más példát találhatunk kódkeverésre. Az esetek többsége átemelés transzkripcióval vagy transliterációval:

- *Если вам денег никто ни дал, значит вы идёте по **бустстрэппингу**.*¹¹
- ***Киллер-фича** конкурентов перекрыла **дилфлоу**.*¹²
- ***Гейткипер** выступил против **фандрайзинга, сторителлинг** ему не понравился.*¹³

Bőven van példa a latin betűs változat átemelésére is, különösen betűszavak esetén:

- *Также **MVP** помогает найти поддержку — **early adopters** вашего продукта и узнать о том, как его примут на рынке.*¹⁴
- ... *аналитики, которые ожидали **EBITDA** в объеме 375 миллионов долларов...*¹⁵

Ugyanakkor betűszavak esetén is megfigyelhető a cirill betűs változat megjelenése:

- *Оценить свои мечты о будущем можно с помощью **НПВ**. (NPV= Net Present Value)*¹⁶

További kutatásra lenne szükség, hogy eldönthessük, ezek a sajátosságok mennyire jellemzőek a startup, vagy általánosságban a gazdasági szakirodalom egészére.

⁵ <https://ru.wikipedia.org/wiki/Стартап>

⁶ <https://ru.wikipedia.org/wiki/Apple>

⁷ <https://ru.wikipedia.org/wiki/Apple>

⁸ [https://ru.wikipedia.org/wiki/ARM_\(архитектура\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/ARM_(архитектура))

⁹ https://ru.wikipedia.org/wiki/Apple_A7

¹⁰ <http://applepushistik.blogspot.com/2013/04/blog-post.html>

¹¹ <https://habr.com/ru/company/taucraft/blog/140601/>

¹² http://firrma.ru/projects/kratkiy_slovar_startapera/

¹³ http://www.firrma.ru/projects/kratkiy_slovar_startapera/?view_comments=yes

¹⁴ <https://tech.liga.net/technology/opinion/mvp-i-esche-21-termin-kotorye-doljen-znat-kajdyy-startapera>

¹⁵ http://www.firrma.ru/projects/kratkiy_slovar_startapera/?view_comments=yes

¹⁶ http://www.firrma.ru/projects/kratkiy_slovar_startapera/?view_comments=yes

A fellelt glosszárúumok makró- és mikrostruktúrája

A felhasznált glosszárúumok a következők:

1. *Краткий словарь основных терминов стартап комьюнити* – habr.com¹⁷

Egy Taucraft Limited nevű Cipruson bejegyzett befektetési céghez köthető blogbejegyzés. Célja az angol eredetű startup terminológia magyarázata orosz anyanyelvű befektetők és érdeklődők számára. 45 terminuspárt tartalmaz.

2. *Язык стартапа* – spark.ru¹⁸

Dmitrij Volosin, a Preply nevű nyelvtanárközvetítő oldal gazdája által összeállított glosszárúum a startupok alapítói, illetve munkatársai számára, a kommunikáció megkönnyítésére. 46 terminuspárt tartalmaz.

3. *MVP и еще 21 термин, которые должен знать каждый стартапер* – tech.liga.net¹⁹

Alexandr Loszevicsev, a GR Capital befektetési alap elemzője által összeállított glosszárúum. Célja a startup alapítók és a befektetők közötti kommunikáció megkönnyítése. 27 terminuspárt tartalmaz.

4. *Словарь стартапера* – [investment.24tv](https://investment.24tv.ua)²⁰

Ukrán székhelyű TV-csatorna állította össze az angol-orosz glosszárúumot a Startup Wise Guys nevű startup akszelerátor cég segítségével. Célja szintén a startup alapítók és a befektetők közötti kommunikáció megkönnyítése. 18 terminuspárt tartalmaz.

5. *Краткий словарь юного стартапера* – firma.ru²¹

A Firma Group nevű médiavállalat által összeállított glosszárúum. A cég technológiai és IT cégeknek, befektetési alapoknak kínál médiaszolgáltatásokat. A glosszárúum célja, hogy segítse a startup ökoszisztéma résztvevői között a kommunikációt. 61 terminuspárt tartalmaz.

6. *Список базовых терминов для учебной дисциплины (Startups and Technological Entrepreneurship)* – [startup-course](https://startup-course.com)²²

Vlagyimir Popov, a Kazah-Brit Műszaki Egyetem (KBTU) tanára állította össze a *“Startups and Technological Entrepreneurship”* tárgy hallgatói számára. A legbővebb glosszárúum, 177 terminuspárt tartalmaz.

¹⁷ <https://habr.com/ru/companies/taucraft/articles/140601/>

¹⁸ <https://spark.ru/startup/51f77f4b2cd68/blog/38282/yazik-startapa-termini-kotorie-stoit-viuchitnachinayuschim>

¹⁹ <https://tech.liga.net/technology/opinion/mvp-i-esche-21-termin-kotorye-doljen-znat-kajdyy-startaper>

²⁰ https://investment.24tv.ua/ru/slovar_startapera_kak_najti_obshhij_jazyk_s_investorom_n1048497

²¹ http://firma.ru/projects/kratkiy_slovar_startapera/

²² <https://startup-course.com/ru/glossary.html>

A professzionális szótárakhoz hasonlóan az online glosszáriumok tartalma a makró- és mikrostruktúrájuk alapján írható le. A makrostruktúra a szótári címszavak típusára és elrendezésére, valamint a szótárban található kiegészítő anyagokra utal, míg a mikrostruktúrán a címszó alatti bejegyzések felépítését és tartalmát értjük. E kétféle struktúra elemzése az Atkins és Rundell (2008), valamint Fuertes-Olivera és Tarp (2014) által megadott szempontok alapján történt.

Mindegyik glosszárium ismerteti a célcsoportját és célját. A célcsoport a startup világot érteni akaró átlag- vagy üzletembertől (habr.com/ru, firma.ru) az üzleti tanulmányokat folytató egyetemi hallgatón át (startup-course.com/ru) a startup alapításon gondolkodó üzletemberekig, illetve startup tulajdonosokig terjed (investment.24tv, tech.liga.net, spark.ru). A glosszáriumok összeállításának célja minden esetben az, hogy a célcsoport jobban megértse a startupok működését, illetve könnyebben szót értsen a potenciális befektetőkkel. Így kijelenthetjük, hogy a Bergenholtz és Agerbo (2017) által megkülönböztetett három lényeges lexikográfiai információs igény közül e glosszáriumok elsősorban a felhasználók kognitív és kommunikatív szükségleteit igyekeznek kielégíteni.

Makrostruktúra tekintetében megfigyelhető továbbá, hogy a hat glosszárumból három – a habr.com, a tech.liga.net és a spark.ru – tematikus felépítésű. A habr.com előbb az alapfogalmakat (pl. *entrepreneur*, *startupper*) tisztázza, majd a startupok fejlődésének kronológiáját követve képez terminuscsoportokat, amelyeket folyamatos orosz nyelvű szöveggel interpretál. Az egy-egy szakaszban tárgyalt terminusok angol változatai a szakasz címét képezik. A terminusok orosz megfelelői dőlt betűvel vannak kiemelve a szakaszon belül. A párosítási munkát sokszor a glosszárium használójának kell elvégeznie, ami nem okoz gondot, hiszen az esetek többségében az angol terminus transzkripciója vagy transliterációja lesz az orosz változat.

A tech.liga.net két részre osztja a terminusokat: a kimondottan startup vállalkozásokkal megjelenő, csak azokhoz köthető szókincsre, ilyenek pl. a *pitch* vagy a *pivot* terminusok, illetve a tágabb értelemben vett vállalkozások finanszírozásához kötődő szókincsre, pl. *due diligence*, vagy *venture capital investment*. Mindkét csoporton belül előfordulnak angol és orosz címszavak is, ez utóbbiak esetén az angol megfelelő zárójelben vagy / jellel elválasztva szerepel az orosz terminus után. Előbb az orosz terminusok szerepelnek (orosz) ABC sorrendben, majd a csak angolul megadott szavak és definícióik. A szorosan összetartozó terminusok több esetben együtt vannak tárgyalva, pl. a *pitch* különböző típusai.

A spark.ru a szervezés, vezetés és finanszírozás kategóriák köré csoportosítja a startup szókincset. A glosszárium a hagyományos szótár formáját követi annyiban, hogy a címszavakat definíciók követik. Az igazgatótanácshoz köthető pozíciók (*CEO*, *CFO*, *CTO*) megnevezésénél és definiálásánál ugyanakkor nincsenek címszavak, folyamatos a szöveg. Ez a forrás a három szegmensen belül a logikailag összetartozó fogalmakat egymás után tárgyalja, pl. *hard skill-soft skill*, *outsource-outstaff*, a címszavak tehát nem mindig betűrendben követik egymást. Egyes terminusok oroszul vannak megadva, mások angolul.

Egy glosszárium (firma.ru) az angol ABC sorrendjében adja meg a szavakat, majd a lista végéhez ad egy orosz terminust, amelynek angol eredetije nem szerepel a gyűjteményben. A [startup-course](http://startup-course.com) szintén ABC-sorrendben ad meg címszavakat, de előbb angol címszavakat, majd oroszokat, előbb az angol, majd az orosz ABC-t követve. Úgy tűnik, ezt a glosszáriumot utólag bővítették, ugyanis a végéhez minden rendezőelv nélkül hozzáadtak még néhány címszót – angolt és orosz vegyesen. Egy terminus (*scouting* – *скаутинг*) kétszer is szerepel, egyszer angol, egyszer orosz címszóként. Végül egy glosszárium (investment.24tv) folyamatos szövegben, kronologikus sorrendben haladva mutatja be a startupok alapításának és fejlődésének folyamatát, az orosz nyelvben használt terminusokat vastag betűkkel kiemelve, míg angol eredetijük zárójelben szerepel.

A *habr.com* glosszáríum egy grafikonnal és két illusztrációval (fotóval) is segíti a terminusok megértést. A grafikon a vállalkozások finanszírozásának alakulását mutatja az idő függvényében, angolul megnevezve a különböző finanszírozási szakaszok neveit. A két fotó szintén két terminus (*mezzanin* és *upside*) jelentését illusztrálja. Szerepel még két idézet és egy anekdota ismert startup alapítóktól, illetve alapítókról. Ugyanez a forrás egy viccet is tartalmaz, amely szintén nem kötődik szorosán egyik terminushoz sem. Ez utóbbi szövegrészek betűméretük, valamint háttérük különböző színe miatt elkülönülnek a terminusok definícióitól.

Az ISO kategorizálása szerint a megnevezések (designations) terminusokra (terms), egyedi elnevezésekre (apellations) és szimbólumokra (symbols) bonthatók (ISO 704 2009). Az egyszerű, vagyis egy tagból álló terminusokon kívül a glosszáríumok tartalmaznak többszavas kötőjellel írt (pl. *break-even point* – *точка безубыточности*) vagy kötőjel nélkül írt alakulatokat (*bridge financing* – *промежуточное финансирование*), szóösszevonásokat (*custdev* [*customer* + *development*] – *кастдев*, *techpreneur* [*technical* *entrepreneur*] – *техпренёр*), betűszavakat (*CTO*, *chief technical officer* – *технический директор*) és csonkított terminusokat (*corporation* – *корп*, *корпорат*). Az egyedi elnevezésekre is található példa (*Silicon Valley* – *Кремниевая Долина*). Idiomatikus kifejezésnek tekinthető pl. a *client's pain* – *боль клиента* szókapcsolat, vagy a *software will eat the world* kifejezés. Szimbólumokat a glosszáríumok nem tartalmaznak.

A szótárak mikrostruktúrája egyszerű felépítést mutat. A szócikk általában a forrásnyelvi terminust, a célnyelvi terminust és a célnyelvi definíciót foglalja magában. Néhány esetben a célnyelvi definíció helyett angol nyelvű szerepel: „*client-side: refers to scripts that are run in a viewer's browser, instead of on a web server (as in server-side scripts)*” (startup-course). Viszonylag gyakran előfordul, hogy a célnyelvi terminus hiányzik a szócikkből, pl. a fenti *client-side* terminushoz a glosszáríum nem ad meg orosz megfelelőt.

Több esetben a hiányzó célnyelvi terminus a definícióból nyerhető ki: „*pivot - Изменение курса развития стартапа с целью протестировать новое направление или бизнес-моделью. Некоторые стартапы проходят через целую серию пивотов*” (spark.ru). A célnyelvi terminus (*пивот*) a definícióban itt explicit módon szerepel. Előfordul, hogy a szócikk csak az orosz terminust és annak definícióját tartalmazza, a forrásnyelvi terminust a tarnszkripcióból, transliterációból vagy a definícióból tudjuk beazonosítani: *Бизнес-ангел — частный инвестор, который приобретает долю в новом проекте с расчетом на получение прибыли в будущем* (spark.ru). Bizonyos szócikkekből hiányzik a definíció: „*Cash Flow (Денежный Поток)*” (*habr.com*). A startup-course glosszáríumban három esetben előfordul, hogy csak az angol vagy orosz címszó kerül be a glosszáríumba és mind a cél- vagy forrásnyelvi terminus, mind a definíció hiányzik. Ezeket az eseteket nem vettük be a mintába, hiszen a nyelvhasználó semmilyen információt nem nyerhet ki belőlük.

A kódkeverés a definíciókban is gyakran megjelenik: *EBITDA, Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization* – *англ. ЕБИТ плюс амортизационные отчисления. Пример употребления: ОК «Русал» в первом полугодии снизила скорректированную EBITDA по МСФО на 25,5%* (firma.ru). A *firma.ru* glosszáríum minden esetben ad példát a terminusok használatára, míg a többi forrásra ez nem jellemző. Egyéb, szótári bejegyzésekre jellemző információkat, úgymint kiejtés, szófaj, ragozás, etimológia stb. a glosszáríumok nem tartalmaznak. A bejegyzések stílusát tekintve szintén jelentős eltérés mutatkozik a források között: a *habr.com* forrás informálisabb nyelven íródott, mint a többi. Ennek oka, hogy a glosszáríum egy blog része.

Elméleti háttér

Amint azt korábban megállapítottuk, a startupokkal kapcsolatos terminusok az angol nyelvből kerülnek át az orosz nyelvbe különböző fordítási, megfeleltetési eljárások segítségével, azaz

másodlagos terminusalkotással. Másodlagos terminusalkotás esetén kontakthatás keletkezik a forrás- és a célnyelvi terminus között. A különböző fordítási módok különböző kontakthatást eredményeznek. A kutatási kérdések megválaszolásához (milyen eljárással történik a forrásnyelvi terminusok fordítása/megfeleltetése, milyen kontakthatások jönnek létre, illetve nyelvileg mennyire transzparens a létrejött célnyelvi terminusok) a Polcz Károly (2020) által összeállított taxonómiát használtuk.

Amint az az 1. táblázatból látható, a taxonómia rendezőelve a nyelvi kontakthatás, az azt létrehozó fordítási módok, valamint az interferencia mértéke. A nyelvi kontakthatás vizsgálatok az azt próbáltuk megállapítani, hogy a forrásnyelvi terminus közvetlenül (direkt hatás), közvetve (indirekt hatás) vagy egyáltalán nem (zéró hatás) hat a célnyelvi terminusra. A nyelvi transzparencia elemzésekor meghatároztuk, hogy a fordítás eredményeként keletkezett célnyelvi terminusok mennyire hatnak idegenszerűen a célnyelvben, használatuk milyen mértékben vezet kódkeveréshez.

A kontakthatások további alkategóriákba bonthatók, amelyekhez különböző fordítási módok kapcsolhatók. **Direkt hatás** (1. oszlop 1. sor) három fordítási mód esetén jön létre. Az első esetben a glosszárrium csupán definiálja a fogalmat, vagyis a célnyelvi terminus helye üresen marad. Ezt a megoldást zéró fordításnak nevezzük. Ilyen esetben a nyelvhasználó feltételezhetően az angol terminust használja majd. Példaként említhetjük a *dilution* és a *customer development* (startup-course) terminusokat. A direkt hatás második módja a direkt kölcsönzés, amely mindig morfémaátvétellel jár, eredménye pedig az idegen szó vagy kölcsönzó (Kontra, 1981). A direkt kölcsönzéshez kapcsolódó két fordítási mód az átemelés és az idegen vagy nemzetközi szó használata jelentéskölcsönzéssel vagy azonos jelentéssel. Amennyiben a forrás és a célnyelv azonos betűkészletet használ, átemeléskor a forrásnyelvi terminus változatlan formában kerül át a célnyelvbe. Amint arra korábban már utaltunk, az orosz nyelv esetén az átemelés létrejöhet transliterációval (*dashboard-дашборд*), transzkripcióval (*post-money - постмани*), illetve a latin betűs forma átvételével (*board-board*). Az előbbi két esetben az átemelt terminus illeszkedik az orosz nyelv fonetikai, fonológiai és morfológiai rendszerébe, azaz jól kiejthető lesz és ragozhatóvá válik, így az interferenciális hatás jelentősen csökken.

A direkt hatást létrehozó harmadik fordítási mód a nemzetközi szó használata. Ekkor a glosszárrium szerkesztője az angol nyelvbe leginkább a latin, görög forrásnyelvekből történő kölcsönzéssel került elem célnyelvi ekvivalensét adja meg. Példa erre az *incubator-инкубатор* a *mentor-ментор* vagy a *corporation-корпорация* terminuspár. Ez a fordítási mód tekinthető tükörfordításnak is, hiszen az idegen szó része a célnyelv szókincsének is. Az angol forrásnyelv direkt hatása ilyen esetekben azonban nyilvánvaló. Megjegyzendő, hogy a nemzetközi szó startup témakörben gyakran speciális jelentést kap, azaz jelentésbővülést figyelhetünk meg. Már láttuk, hogy az *incubator-инкубатор* a startupok működését segítő vállalkozás, a *mentor-ментор* pedig a startupot anyagi ellenszolgáltatás nélkül tanáccsal segítő szakember. Más esetekben a nemzetközi szó fogalmi tartalma startup témakörben is változatlan marad, pl. *corporation-корпорация*. Hibrid átemelésnek azt a legalább kételemű szókapcsolatot kódoltuk, amikor legalább egy elem átemeléssel került a szókapcsolatba, míg legalább egy másik elem már létezett az orosz nyelvben a szókapcsolat létrejötte előtt, azaz helyettesítéssel vagy értelemközpontú fordítással került a terminusba.

Az átemelésekhez hasonlóan a nemzetközi szavaknál is megfigyelhetünk hibridizációt. A hibrid nemzetközi alakulatoknál legalább egy elem nemzetközi szó, a másik elem vagy elemek pedig helyettesítéssel vagy értelemközpontú fordítással kerülnek a szókapcsolatba, pl. *direct competition-прямые конкуренты*. A glosszárriumok olyan terminusokat is tartalmaznak, amelyek egyik része átemeléssel került a szókapcsolatba, míg a másik fele nemzetközi szó. Ilyen esetekben hibrid átemelést kódoltunk, hogy az átemelés esetén rendszerint erősebb interferenciális hatást hangsúlyozzuk. Így pl. a *crash test-краш тест* kifejezés hibrid átemelés

kódot kapott, mivel a *краш* szó átemeléssel került az orosz terminusba, míg a *теcm* szó nemzetközi szó. Ugyanezt az elvet követtük az alább tárgyalt hibrid esetekben is, amikor az átemelt elem mellett pl. tükörfordítással került egy másik elem a célnyelvi terminusba.

Az 1. táblázat 1. oszlop 2. sora az **indirekt hatás** típusait mutatja be, amikor is a forrásnyelvi terminus csak közvetetten hat a célnyelvire. Ez a hatás indirekt kölcsönzéssel jön létre, az ehhez az eljáráshoz kapcsolható konkrét fordítási mód pedig a helyettesítés. Ekkor a forrásnyelvi terminus szemantikai, szótári megfelelője lesz a célnyelvi változat. A helyettesítés két típusa különböztethető meg, a tükörfordítás és a jelentéskölcsönzés. Tükörfordítástól akkor beszélhetünk, ha a forrásnyelvi terminus legalább két szóból áll, és minden forrásnyelvi szónak van célnyelvi megfelelője a célnyelvi kifejezésben (Balázs, 1983), mint például a *cash flow-денежный поток* vagy a *death valley-долина смерти* kifejezések esetében. A helyettesítés másik típusa a már többször említett jelentéskölcsönzés, amikor a forrásnyelvi terminus egyetlen morfémából áll (Balázs, 1983). A jelentéskölcsönzés eredményeként a köznyelvi szó terminologizálódik, vagyis olyan szakmai tartalmat jelenít meg, amely előzőleg nem kapcsolódott hozzá, például a már említett *unicorn-единорог* (eredetileg unikornis/egyszarvú) szó startup kontextusban a legalább 1 milliárd dollár piaci értékű magánkézben levő céget jelenti, míg a *funnel-воронка* (tölcsér) az a folyamat, amelynek végére az érdeklődőből vásárló válik. A helyettesítés eddig nem említett hibridizáld formája a helyettesítés értelmezéssel, vagyis a részben értelemközpontú fordítás. Ebben az esetben a célnyelvi terminus legalább egyik eleme a forrásnyelvi terminus szemantikai megfelelője, míg egy másik elem értelmezéssel jön létre. Erre példa a *cash gap-кассовый разрыв* terminus, ahol a *кассовый* szó a *cash* értelmezése, míg a *разрыв* szó a *gap* szemantikai-szótári megfelelője.

Az 1. táblázat 1. oszlop 3. sorában szereplő **zéró hatásról** akkor beszélünk, ha a forrásnyelvi terminus nyelvi szinten nem hat a célnyelvire. Zéró hatás értelemközpontú fordítás esetén jön létre, amikor is a szótárkészítő a fogalomból, nem pedig a forrásnyelvi szóalakból indul ki és olyan célnyelvi, nyelvileg transzparens ekvivalenst ad meg, amely rávilágít a fogalom tartalmára. Ez megfeleltetéssel vagy értelmező fordítással történhet. Megfeleltetés esetén a fogalom egyéb gazdasági kontextusokban már ismert a célnyelvben, a szótárkészítő pedig a definíció alapján beazonosítja ezt a fogalmat, pl. *profit-прибыль, income-доход*. Értelmező fordítás esetén a szótárkészítő a fogalom tartalmából kiindulva maga alkot célnyelvi elemekből álló új terminust: *stake-доля в компании* (részesezés egy vállalatban), *paywall-изначально платный* (csak előfizetőknek elérhető szolgáltatás jelzője).

Az ismertetett kontakthatások és az őket eredményező fordítási módok a nyelvi interferencia különböző szintjeit idézik elő. Ezek a szintek egy kontinuum mentén helyezkednek el, amelynek három pontjával jellemezzük a létrejött terminusokat: **interferenciálisak** azok a terminusok, amelyek használatát a művelt, de laikus nyelvhasználó kódváltásként érzékeli. A célnyelvi diskurzusban sem a nyelvi, alaki, sem pedig fogalmi szint nem érhető, értelmezhető. Az **intranszparens** terminusok általában valamilyen szaknyelvben használt idegen vagy nemzetközi szavak. A célnyelvbe rendszerint nyelvi honosítással (naturalization) kerülnek, azaz a forrásnyelvi elemet a célnyelv fonológiai és morfológiai rendszerének megfelelően átalakítják, mint például az *integration-интеграция* vagy a *monetisation-монетизация* terminusok esetében. A fonológiai és morfémaváltozások miatt az intranszparens terminusok használatát a nyelvhasználó nem érzékeli kódváltásként. A szóalak azonban kevésbé ismert, a fogalmi tartalom pedig ismeretlen az adott tárgykörben, használatuk ezért mindenképpen nehézséget jelent a kommunikációban. A nyelvileg **transzparens** terminusok esetében a szóalak maga gyakran használt, a fogalmi tartalom startup tárgykörben azonban nem feltétlenül ismert, pl. *piloting-пилотирование, viral-вирусный*.

Az 1. táblázat 3. oszlopa jelzi, hogy a különböző fordítási módok és keletkezett kontakthatások eredményeképpen a nyelvi interferencia milyen szintjén álló terminust kapunk. Látható, hogy a zéró fordítás és az átemelések szinte mindig nyelvi interferenciához vezetnek,

míg a nemzetközi szavak kölcsönzése intranszparens vagy nyelvileg transzparens terminust is eredményezhet, attól függően, hogy a szó a startup szókincs megjelenése előtt mennyire volt elterjedt a célnyelvben. A helyettesítések és az értelemközpontú fordítások mindig nyelvileg transzparens terminust adnak.

1. táblázat. Terminológiai kontakthatások és fordítási módok (Polcz, 2020)

Kontakthatás	Fordítási mód	Eredmény
-	zéró fordítás	
direkt kölcsönzés	átemelés	interferenciális terminus
direkt hatás	nemzetközi szó	intranszparens/nyelvileg transzparens terminus
	hibrid átemelés	interferenciális terminus
hibridizáció	hibrid nemzetközi szó	intranszparens/nyelvileg transzparens terminus
indirekt hatás	helyettesítés - tükörfordítás, - jelentéskölcsönzés	
indirekt kölcsönzés	helyettesítés értelmezéssel - részben értelemközpontú fordítás	nyelvileg transzparens terminus
zéró hatás	értelemközpontú fordítás	

Adatok

A vizsgálatban szereplő hat internetes glosszárrium összesen 374 terminuspárt tartalmaz. Ezek közül jónéhány több glosszárriumban is szerepel, az ismétlődések nélküli terminuspárok száma 260. A terminusok fordításában megfigyelhető tendenciák feltérképezése Microsoft Excel program segítségével történt. Az angol és az orosz terminusok, valamint a célnyelvi definíciók manuális adatbevitellel kerültek az adatbázisba. Célnyelvi terminushiány esetén az adatmezőbe (z) jelzés, a zéró megfeleltetés jele került. Ilyenkor a szerkesztő csak a forrásnyelvi terminust, valamint annak definícióját szerepelteti a glosszárriumban. Nem tekintjük zéró megfeleltetésnek azokat az eseteket, amikor a célnyelvi terminus a definícióból, vagy a megadott példamondatokból kinyerhető.

Az adatbevitel után a kódolás következett. Az 1. táblázatban ismertetett taxonómia alapján minden terminuspárt a fordítási módot jelölő kóddal láttunk el a következő módon: z = zéró fordítás; á = átemelés; n = nemzetközi szó; há = hibrid átemelés; hn = hibrid nemzetközi szó; h = helyettesítés; réf = részben értelemközpontú fordítás; é = értelemközpontú fordítás. A fordítási mód mellett jelöltük a fordítás eredményeként létrejött terminus célnyelvi interferencia szintjét: if = interferenciális terminus; it = intranszparens terminus; nyt = nyelvileg transzparens terminus. Az adatok kódolásának objektivitását dupla kódolással növeltük. Nyelvész kollégával a kódolást egymástól függetlenül végeztük el, az eredményeket összehasonlítottuk, az esetleges eltéréseket tisztáztuk. A Cohen's Kappa értékek a három vizsgált változó esetében a következőképpen alakultak: fordítási módok $k=0,809$; nyelvi transzparencia $k=0,80$; nyelvi transzparencia széles spektrumú vizsgálata $k=0,76$. A kódolók közötti megbízhatóságra vonatkozó értékek erős egyezést mutatnak. Az Excel adatbázis-kezelő programban a kódok alapján végzett lekérdezésekkel meghatározhatók a glosszárriumban használt leggyakoribb fordítási módok, valamint a fordítás eredményeként keletkezett terminusok jellemzői a célnyelvi interferencia tekintetében. Ily módon megerősíthető vagy elvethető a megfogalmazott hipotézis, illetve megválaszolhatóak a kutatási kérdések.

A harmadik kutatási kérdés arra vonatkozik, hogy a terminushiány csak a vizsgált glosszáriumokra vagy pedig a célnyelv egészére jellemző-e. Ennek megválaszolására széles spektrumú, az internet egészére kiterjedő vizsgálatra volt szükség. Ennek keretében rákerestünk azokra a terminusokra, amelyek a glosszáriumok alapján nem rendelkeztek nyelvileg transzparens megfelelőekkel. Az interneten felhalmozott nyelvi anyag nagysága miatt természetesen csak a legrelevánsabb találatok feldolgozására volt lehetőség.

Eredmények

A 1. ábra azt szemlélteti, hogy az 1. táblázatban bemutatott fordítási módok milyen arányban fordulnak elő a fellelt hat internetes glosszáriumban. Amint azt már jeleztük, bizonyos terminusok több glosszáriumban is szerepelnek, a százalékos arányok itt terminusisméltődésekkel értendők. Az adatok értelmezésének megkönnyítése végett eredményeinket a Polcz Károly (2020) által angol-magyar viszonylatban végzett kutatás eredményeihez viszonyítjuk.

Az orosz mintában szembevetendő az átemelések nagy száma. A teljes minta 39,3%-ánál alkalmazták ezt a fordítási módot, szemben a magyar minta 8,31%-ával. Már utaltunk rá, hogy az orosz nyelvben az átemeléseknek két típusa különböztethető meg. Az egyik esetben a szót latin betűs írásmóddal veszi át a glosszárium készítője, pl. *board-board*, míg a másik esetben az angol szó cirill betűkkel kerül be a glosszáriumba, transzkripció (pl. *online marketplace-онлайн маркетплейс*) vagy transliteráció (pl. *networking-нетворкинг*) eredményeként. Bizonyos esetekben morfémaaváltozás is megfigyelhető, pl. *monetisation-монетизация*, *microtransaction-микротранзакция*. Az átemelések magas aránya abból ered, hogy orosz nyelvhasználók, esetleg maguk a glosszáriumkészítők, ha nem is használnak-javasolnak célnyelvi terminust, többnyire elvégzik legalább a forrásnyelvi forma transzliterációját vagy transzkripcióját, következésképpen a terminust átemelésként és nem zéró megfeleltetésként vesszük számításba.

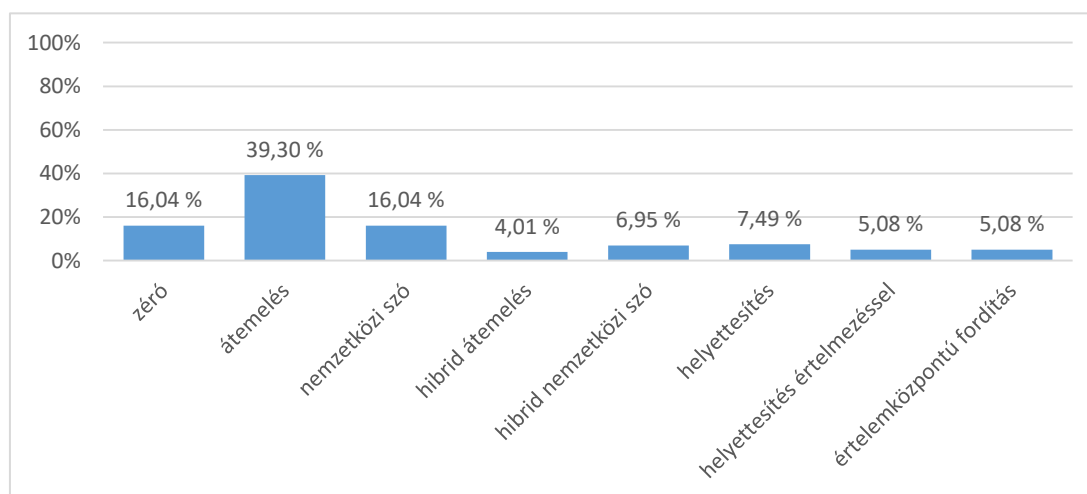
A hibrid átemelések aránya szintén magas, 4,01% a magyar mintában mért 1,76%-kal szemben. Ilyenkor a két vagy több szóból álló kifejezés legalább egyik eleme átemeléssel kerül a célnyelvbe, míg legalább egy másik elem célnyelvi vagy nemzetközi szó, pl. *IT-евангелист*. A fordítás teljes hiánya angol-orosz viszonylatban a második leggyakoribb jelenség. Ilyenkor a glosszárium készítője semmilyen orosz megfelelőt nem javasol az angol terminus helyett, azaz zéró megfeleltetéssel van dolgunk. Ez az esetek 16,04%-ban fordul elő, ami jelentősen kisebb, mint a magyar mintában kimutatott 37,02%, ahol ez a leggyakoribb eset. A különbség a fentebb tárgyalt átemeléseknél jelent meg, az elvégzett transliterációk, transzkripciók miatt.

A zéró fordítás és az átemelés célnyelvre gyakorolt hatása igen hasonló, hiszen a nyelvhasználó zéró fordítás esetén is valószínűleg a forrásnyelvi terminust fogja használni a célnyelvi társalgásban, ami kódkeverést, azaz interferenciát fog okozni. A zéró fordítással azonos arányban fordul elő a nemzetközi szavak használata, a teljes minta szintén 16,04 %-át teszik ki az ilyen módon fordított terminusok. Már említettük, hogy az orosz nyelv meglehetősen rugalmasan viszonyul az idegen eredetű szavakhoz, feltehetőleg ennek tulajdonítható a magyar mintához (8,81%) képest magas arány. Nemzetközi szóként, vagy hibrid nemzetközi szóként, szintén a magyar mintához hasonlóan, azokat a szavakat, kifejezéseket kódoltuk, amelyeknek legalább egy eleme szerepel az idegen szavak szótárában (Егорова Т. В., Словарь иностранных слов современного русского языка). Плен pl. a *конкуренция* szó, ilyen a *бизнес-модель* kifejezés mindkét eleme, vagy a *неявные конкуренты* kifejezés második eleme. Ilyenkor tehát a startup kontextusban használt szó már korábban jelen volt az orosz nyelvben valamilyen jelentésben. Az egyéb idegen eredetű jövevényszavakat a magyar mintához hasonlóan az orosz nyelv saját elemeiként kezeltük. A hibrid nemzetközi szavak aránya 6,95 %, ami a magyar mintához (7,3%) hasonló érték. Az

átemelést és nemzetközi szót is tartalmazó hibrideket hibrid átemelésként kódoltuk, hogy minden esetben ki tudjuk mutatni az angol nyelv interferenciális hatását. Figyelemre méltó, hogy mintánkban egy kivétellel (*dangerous Bozo* - *опасный вид Бозо*) valamennyi hibrid átemelés tartalmazott nemzetközi szót is. Ez a jelenség azt sugallja, hogy a nemzetközi szó jelenléte mintegy felbátorítja a nyelvhasználót az angol szó átemelésére, ennek igazolására azonban nagyobb mintára lenne szükség.

A célnyelvi helyettesítés két módon mehet végbe, tükörfordítással (*smart money*-*умные деньги*) vagy jelentéskölcsönzéssel (*unicorn*-*единорог*). Tükörfordítás és a jelentéskölcsönzés a minta 7,49%-ában figyelhető meg, szemben a magyar minta 14,36%-ával, azaz körülbelül feleannyi szó kerül ezzel a fordítási móddal az orosz nyelvbe, mint a magyarba. Az átemelések és a nemzetközi szavak magas aránya mellett ez az arány szintén igazolni látszik az orosz nyelv rugalmasabb, befogadóbb hozzáállását az idegen szavakhoz. Ezen megállapításunk további bizonyítékának tekinthetjük, hogy az orosz startup nyelv használói kevesebb figyelmet fordítottak az átvett terminus mögötti fogalom megvilágítására, értelmezésére, mint a magyar startup nyelvhasználók. Mind a helyettesítés értelmezéssel, mind az értelemközpontú fordítások aránya 5,08%, szemben a magyar minta 10,07, illetve 12,34%-ával. Helyettesítés értelmezéssel esetén a több szóból álló kifejezés legalább egyik eleme igyekszik magyarázni, értelmezni a terminus mögötti fogalom jelentését, pl. amikor a *market segment* kifejezést *клиентский сегмент*-nek fordítják. Értelemközpontú fordítás esetén a célnyelvi nyelvhasználó megkeresi a célnyelvben a forrásnyelvi kifejezés már létező megfelelőjét: pl. az *income* szót *доход*-nak fordítja, vagy maga kreál célnyelvi szavakból a mögöttes fogalomra valamilyen módon utaló új terminust pl. *stake-доля в компании*.

1. ábra. A fordítási módok százalékos megoszlása (n=374)



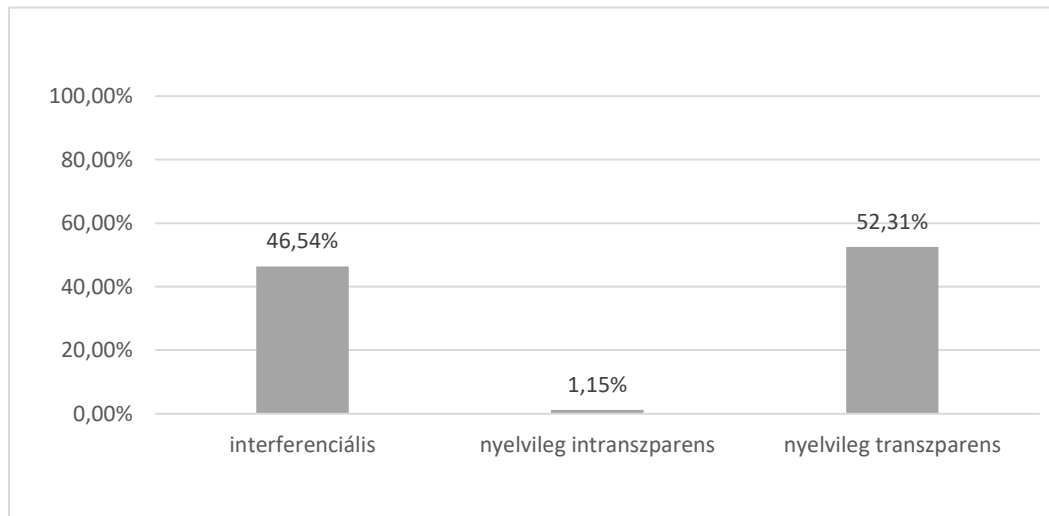
A 2. ábra az interferenciális, intranszparens és nyelvileg transzparens terminusok arányát mutatja be a teljes mintában terminusisméltódések nélkül. Arra a kérdésre kerestük tehát a válasz, hogy ha nyelvhasználó mind a hat glosszáriumot hajlandó átnézni, az esetek milyen százalékában fog találni transzparens terminust. Ha nyelvileg transzparens megfelelőt egyik forrás sem adott meg, a következő körben nyelvileg intranszparens megfelelőt kerestünk, végül pedig az interferenciális terminusokat kódoltuk. Az interferenciális terminusok zéró fordítással, átemeléssel vagy hibrid átemeléssel jöttek létre. Arányuk a mintában 46,54 %, ami nem mutat jelentős eltérést a magyar minta 42,02% értékétől. Ennek oka, hogy az orosz mintában a zéró megfeleltetések viszonylag alacsony számát ellensúlyozza az átemelések nagy száma. Az intranszparens terminusok aránya csak 1,15% a teljes mintában. Ezek a nemzetközi

szavak és hibrid nemzetközi kifejezések átmenetet képeznek az interferenciális és nyelvileg transzparens terminusok között. Az intranszparens terminusok aránya a magyar mintában is hasonlóan alacsony, 4,62%. Ez az alacsony arány azt sugallja, hogy a terminusok rövid ideig tartózkodnak az interferenciális-transzparens határmezsgyén, és hamar nyelvileg transzparensé válnak, esetleg eltűnnek a nyelvből.

Az interferenciális és a nyelvileg intranszparens terminusok jelenléte mindenképpen nehezíti a szakma és a laikusok közötti kommunikációt. E két kategória az orosz mintában összesen 47,69%-ot tesz ki. Ebből arra következtethetünk, hogy a hat glosszárú az esetek közel felében nem képes érdemben segíteni a szakember és a laikus közötti kommunikációt. Ezzel igazoltuk a korábban megfogalmazott hipotézisünket. A magyar mintában a megfelelő arány igen hasonló, 46,64%. Amennyiben a többi nyelvpárban is hasonló eredmények születnek, hipotézisünket általánosíthatjuk további nyelvpárokra, illetve a gazdasági élet további területeire.

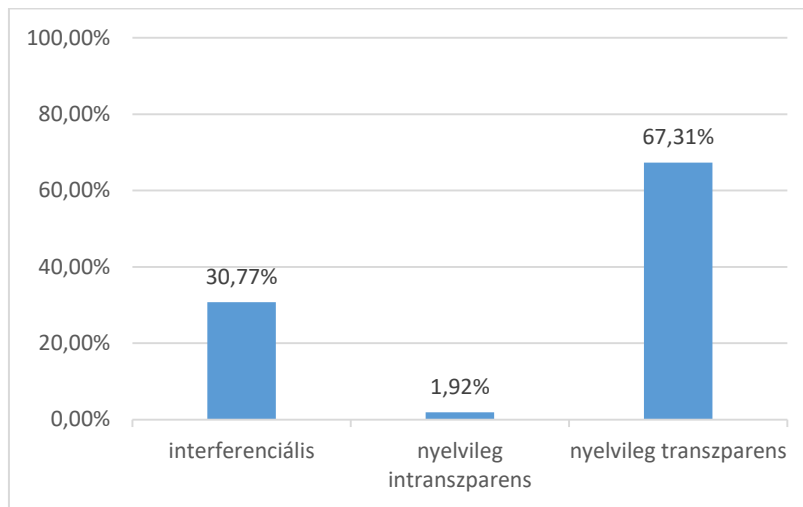
A nyelvileg transzparens terminusok a minta 52,31%-át adják. Ez azt jelenti, hogy amennyiben a nyelvhasználó mind a hat glosszárúat átnézi, akkor az esetek valamivel több mint felében talál célnyelvi elemekből vagy transzparens nemzetközi szavakból létrejött terminusokat. Ezek nagymértékben megkönnyítik a szakember és a laikus közötti szakmai kommunikációt, hiszen használatuk során a laikus nem érzékel kódváltást vagy idegenszerűséget. Hangsúlyozni kell azonban, hogy a terminusok fogalmi tartalmát ekkor is világossá kell tenni számára, hiszen pl. a jelentéskölcsönzéssel fordított terminusok tartalma startup kontextusban lényegesen különbözik a mindennapi jelentéstől, gondoljunk itt megint a *единорог-unicorn* példára.

2. ábra. Az interferenciális, intranszparens és nyelvileg transzparens terminusok százalékos megoszlása (n=260)



Kutatásunkban azt a kérdést is szeretnénk volna megválaszolni, hogy a célnyelvi terminushiany csak a vizsgált glosszárúakra vagy a célnyelv egészére jellemző-e. A kérdés megválaszolására a vizsgálatot kiterjesztettük egyéb, nem glosszárú jellegű internetes forrásokra, mint például folyóiratok, szakmai oldalak, terminológiai és fordítói fórumok, párhuzamos szövegek stb. A vizsgálat megmutatja, milyen eséllyel talál nyelvileg transzparens vagy intranszparens terminust a nyelvhasználó az interferenciális terminus helyett, amennyiben hajlandó jelentős időigényű keresést végezni a rendelkezésre álló internetes forrásokban. A széles spektrumú vizsgálat eredménye a 3. ábrán látható.

3. ábra. Az interferenciális, intranszparens és nyelvileg transzparens terminusok százalékos megoszlása egyéb internetes források bevonásával (n=260)



Megállapítható, hogy az interferenciális terminusok aránya jelentősen, 30,77%-ra csökken. E csökkenés eredményeképpen a nyelvileg transzparens terminusok aránya szintén jelentősen, 67,31%-ra, míg az intranszparens terminusoké némileg, 1,92%-ra növekszik. A jelenség oka többérté. Amint azt már jeleztük, a glosszárúmok készítói nem professzionális szótárkészítők, céljaik között feltehetően nem szerepelt a teljes spektrum áttekintése, nyelvileg transzparens fordítási megoldások megtalálása. A glosszárúmokban egyszerűen összegyűjtötték az általuk már ismert, használt terminusokat. Másrészt a széles spektrumú vizsgálat során találkoztunk fordítói és terminológiai fórumokkal, amelyek céljai között az aktív terminusalkotás is szerepelhet. További kutatás tárgyát képezheti az, hogy az így létrejött terminusok milyen mértékben felelnek meg a nyelvhasználók kommunikációs igényeinek, kerülnek be a szakmai diskurzusokba.

Konklúzió

A hasonló jellegű kutatások kimenetelét értelemszerűen nagymértékben meghatározza a használt taxonómia. A jelenleg használt kódrendszer kutatásunk során is finomodott. Világossá vált, mennyire fontos a prioritások felállítása a kódolás során, ugyanis, ahogy azt láttuk, mindig vannak kevésbé egyértelmű esetek, elsősorban a több elemből álló terminusok esetén. A már említett preferencián túl (az átemelést tartalmazó hibrídeket átemelésként kódoljuk az interferenciális hatás hangsúlyozása végett, pl. a *бридж-финансирование* – *bridge financing* terminus hibrid átemelés és nem hibrid nemzetközi kódot kapott) szintén prioritást adtunk a célnyelvi hatásnak a célnyelvi és nemzetközi szavakból álló hibrídek esetén. Így a *клиентский сегмент*–*market segment* kifejezés helyettesítés értelmezéssel (réf) kódot kapott, noha lehetett volna nemzetközi szó is. Itt fontosnak tartottuk az célnyelvi hatás hangsúlyozását. Ugyanez a prioritás érvényesült a *конкурентное преимущество* *competitive advantage* kódolásakor, ami helyettesítés – tükörfordítás kódot kapott, de szintén lehetett volna hibrid nemzetközi szó is. Ezzel megint csak a célnyelvi hatás és nyelvi transzparencia erősségét kívántuk hangsúlyozni.

Megállapítottuk, hogy a startup témakörben a szakma és a laikusok közötti kommunikáció minden bizonnyal nehézkes, hiszen mind a hat glosszárúm áttanulmányozása esetén is csak az esetek 52,31%-ában lelhető fel nyelvileg transzparens terminus. A gazdasági életben ez a kommunikáció azonban igen fontos, hiszen a laikusok potenciális befektetőként fontos gazdasági tényezőt képviselnek. Azt láttuk azonban, hogy az orosz nyelv meglehetősen nyitott az idegen szavak (átemelések, nemzetközi szavak) használatára, így amennyiben a

hatékonyabb kommunikációra való igény erősödik, a ma még interferenciát okozó terminusok szélesebb körben való elterjedése várható. Tekintve a fellelt glosszárriumok nem professzionális jellegét, indokolt lenne egy tudományosabb igénnyel készült, ám közérthető, áttekinthető startup-befektetési szótár elkészítése, amely a fogalmak világos definiálásával egyrészt egyértelműbbé tenné a diskurzust, másrészt a pénzügyi kultúra fejlődéséhez is hozzájárulna.

Felmerül a kérdés, hogy az orosz gazdasági szaknyelvet oktatók milyen nehézségekkel találkoznak a startup, illetve általánosságban, a befektetésekhez kapcsolódó szókinccs oktatása során. A nyelvtanár és nyelvtanuló munkáját minden bizonnyal könnyítik a már ismert nemzetközi szavak, pl. maga a *ctapman-startup* kifejezés. Különös figyelmet kell szentelni viszont a jelentésbővülésen átesett szavaknak, hiszen a speciális jelentés ismeretének hiánya komoly zavart okoz a kommunikációban. Természetesen fontos a célnyelvbe tükörfordítással és értelemközpontú fordítással átkerült kifejezések pontos elsajátítása, hiszen a szakirodalomban ezek a változatok szerepelnek, még akkor is, ha a szóbeli szakmai kommunikációban az angol változat is elfogadott.

Hivatkozások

- Atkins, B. T. – Rundell, M. (2008): *The Oxford Guide to Practical Lexicography*. Oxford University Press: New York
- Balázs, J. (1983): Az areális nyelvészeti kutatások története, módszerei és főbb eredményei. In: Balázs J. (ed.) (1983): *Areális nyelvészeti tanulmányok*. Tankönyvkiadó: Budapest
- Bergenholtz, H. – Agerbo, H. (2017): Types of Lexicographical Information Needs and their Relevance for Information Science. *Journal of Information Science Theory and Practice*. 5/3. 17–32
- Dedyukhin, A.A. – Dedyukhina, A.G. (2015): Тематическая классификация англоязычных заимствований (на материале печатной рекламы). *Филологические науки: Вопросы теории и практики*. 8/1. 60-64
- Fuertes-Olivera – P. A., Tarp, S. (2014): *Theory and Practice of Specialised Online Dictionaries. Lexicography versus Terminography*. de Gruyter: Berlin/Boston. DOI: <https://doi.org/10.1515/9783110349023>
- Janurik, Sz. (2010): The Integration of English Loanwords in Russian: An Overview of Recent Borrowings. *Studia Slavica Academiae Scientiarum Hungaricae*. 55/1. 45-65. DOI: <https://doi.org/10.1556/SSlav.55.2010.1.3>
- Jegorova, T.V. (2014): *Словарь иностранных слов современного русского языка*. Аделант: Москва
- Kolupaeva, E.V. (2015): Способы заимствования английских компьютерных терминов в русском языке. *Lingua mobilis*. 2/53. 73-76
- Kontra, M. (1981): *A nyelvek közötti kölcsönzés néhány kérdéséről különös tekintettel „elangolosodó” orvosi nyelvünkre*. Akadémiai Kiadó: Budapest
- Kostomarov V. G. (1999): *Языковой вкус эпохи. Из наблюдений над речевой практикой масс-медиа*. Златоуст: Санкт-Петербург
- Podchasova, Sz.V. (1995a): Новые слова адвертайзинга. *Русская речь*. 1995/2. 71–76
- Podchasova, Sz.V. (1995b): Все для офиса. *Русская речь*. 1995/5. 54–57
- Polcz, K. (2020): A startup vállalkozások terminológiája angol-magyar glosszárriumokban. *Fordítástudomány*. 22/2. 5-29. DOI: <https://doi.org/10.35924/fordtud.22.2.1>
- Wardhaugh, R. (2010): *An introduction to sociolinguistics*. Wiley-Blackwell: Chirchester

Internetes hivatkozások

- Apple. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Apple>
- Apple A7. https://ru.wikipedia.org/wiki/Apple_A7
- Apple-история. <https://allofapple.wordpress.com/история/>
- ARM(архитектура). [https://ru.wikipedia.org/wiki/ARM_\(архитектура\)](https://ru.wikipedia.org/wiki/ARM_(архитектура))
- Balridge, R. – Curry, B. What is a Startup? <https://www.forbes.com/advisor/investing/what-is-a-startup/#544a2a9a4c63>
- Господдержка стартапов в России не помогает выращивать мировые инновации. <https://www.kommersant.ru/doc/2478807>
- Государственная публичная научно-техническая библиотека России. <http://www.gpntb.ru/vystavki-v-gpntb-rossii/2020-god/113-chitatelnyam/6/7172-startup.html>
- ISO 704: 2009. *Terminology work – Principles and methods*. <https://www.iso.org/standard/38109.html>

Kawasaki, Guy. *Don't Believe the Bozos*. <https://thefinanser.com/2009/09/guy-kawasaki-dont-believe-the-bozos.html/>

Kratkiy slovar startapera - comments.

http://www.firma.ru/projects/kratkiy_slovar_startapera/?view_comments=yes

Развитие Apple. <http://applepushistik.blogspot.com/2013/04/blog-post.html>

Стартап. <https://ru.wikipedia.org/wiki/Стартап>

Trescsova, M. (2014): Господдержка стартапов в России не помогает выращивать мировые инновации..

<https://www.kommersant.ru/doc/2478807>

A felhasznált glosszáriumok a következők:

Краткий словарь основных терминов стартап комьюнити – habr.com

<https://habr.com/ru/companies/taucraft/articles/140601/>

Краткий словарь юного стартапера – firma.ru

http://firma.ru/projects/kratkiy_slovar_startapera/

MVP и еще 21 термин, которые должен знать каждый стартапер - tech.liga.net

<https://tech.liga.net/technology/opinion/mvp-i-esche-21-termin-kotorye-doljen-znat-kajdyy-startaper>

Словарь стартапера – investment.24tv

https://investment.24tv.ua/ru/slovar_startapera_kak_najti_obshnij_jazyk_s_investorom_n1048497

Список базовых терминов для учебной дисциплины “Startups and Technological Entrepreneurship” – startup-course

<https://startup-course.com/ru/glossary.html>

Язык стартапа – spark.ru

<https://spark.ru/startup/51f77f4b2cd68/blog/38282/yazik-startapa-termini-kotorie-stoit-viuchit-nachinayuschim>

Adataink a glosszáriumok 2021 június 20-i állapotát tükrözik.