

Gazdaság és szaknyelv

***(Budapest, MTA és Magyar Nyelvstratégiai Intézet,
2018. január 18.)***

Malaczkov Szilvia

E-mail: malaczkov.szilvia@uni-bge.hu

A Magyar Nyelvstratégiai Intézet (MANYSI) egész napos konferenciájának célja a Kárpát-medencére vonatkozó nyelvstratégia kialakításhoz szükséges gazdasági szaknyelvi kutatások megismerése volt. A konferencia két fő részből állt. A megnyitó beszédek után a közönség három 40 perces plenáris előadást hallgathatott meg, majd 20 perces szekcióelőadások következtek. A két egymást követő szekcióban kilenc előadó mutatta be a gazdasági szaknyelv témakörében végzett kutatását.

Megnyitó beszédében Tóth Attila, a MANYSI igazgatója a gazdaság és a nyelv kapcsolatáról beszélt. Mivel a gazdaság a nyelvi szocializáció egyik terepe, a gazdaság saját nyelvét is érdemes az anyanyelvi beszélőknek elsajátítani. A hazánkban jelen lévő multinacionális cégeknél az angol általában a közvetítő nyelv, ami hatással van a nemzeti nyelv alakulására. Az angol nyelv használata professzionálisabb, hitelesebb beszédmódot sugallhat, mivel bizonyítja a beszélő nyelvtudását és a legújabb áramlatok és trendek ismeretét. Kérdés, hogy a magyar szaknyelvnek meg kell-e küzdenie a nyelvben megjelenő angol szavakkal, és vajon képes-e rá. A 2014-ben létrehozott MANYSI célja a magyar nyelv fennmaradásának biztosítása.

Bódi Zoltán, a MANYSI osztályvezetője megnyitó beszédében a konferencia levezetésének technikai jellegű információit osztotta meg. Humoros közjáték színesítette a konferenciát, mivel hirtelen nehézségbe ütközött a kivetített diák kezeléséhez használt eszköz, angolul a „prezenter”, magyar nyelvi ekvivalensének megtalálása.

A felkért előadók sorát Kiss Jenő akadémikus (ELTE, MTA) nyitotta meg. „A szaknyelvek és a nyelvi versenyképesség” című előadásában a szaknyelvnek az anyanyelvi versenyképességben betöltött helyéről beszélt. Az anyanyelvi versenyképesség olyan adottság, amely a többi nyelvhez viszonyítva alkalmassá teszi az adott nyelvet a nyelvek közötti versenyben való helytállásra. A nyelvek és a társadalmak versenyképessége között összefüggés van, tehát nem is a nyelvek, hanem a különböző társadalmak/országok versenyeznek. A versenyképes nyelvek három fő jellemzője a kodifikált standard, a magas kulturális regiszter és az önálló államiság. A világ nyelveinek csak 2%-a tartozik ebbe a kategóriába. A versenyképesség szempontjából neuralgikus pont a szaknyelv (tudományos nyelv) megléte vagy hiánya. A kisebb finnugor közösségek (osztják, vogul,

manysi, hanti) szaknyelv nélkül nem lesznek versenyképesek. A világ piacán jelenleg meglévő 7.000 nyelvet négy kategóriába lehet sorolni: periférikus, centrális, szupercentrális és hipercentrális. A nyelvek 98%-a periférikus nyelv, és ezek nagy része századunkban ki fog halni. Legalább 20.000 beszélő szükséges egy nyelv továbbéléséhez, de a kisebb finnugor közösségek száma ennek a felét sem éri el. A centrális nyelvek kodifikáltak, van írásbeliségük, és 1–100 millió beszélővel, valamint saját állammal rendelkeznek. Ide tartozik a magyar, az észt, a szlovén, de az olasz is. A szupercentrális nyelvek korlátozott hatókörű lingua franca nyelvek, amelyet legalább 100 millióan beszélnek, és több ország hivatalos nyelve. Ide tartozik a német, a francia, a spanyol és a portugál is. Hipercentrális világnyelv csak egy van: az angol. Az angol nem azért világnyelv, mert könnyű megtanulni, hanem mert gazdasági erő van mögötte. A tudományos eredmények és a gazdaság piaca is az angol nyelvű Amerika.

A magyar nyelv is versenyképes, ha minden nyelvhasználati szinten alkalmazható marad. A szaknyelv társadalmi nyelvváltozat vagy szociolektus. A szociolektus lehet teljes (beszélt köznyelv, nyelvjárásmód) vagy szektorális. A teljes nyelvváltozatot az elsődleges szocializáció során lehet elsajátítani, míg a szektorális nyelvváltozatot a másodlagos nyelvi szocializációban. A szaknyelv a szektorális nyelvváltozat közé tartozik, azaz intellektuális, tudatos erőfeszítéssel sajátítjuk el. A szaknyelv tehát a tanult emberek területe, és a magas kultúrához tartozik. A tudományos nyelvek ösztársadalmi jelentőségük, mivel a nyelvek fejlettségének fokmérői. A tudományos nyelv tekintélyt ad a nyelvnek. Cél tehát az anyanyelvi szaknyelvek fejlesztése, a terminológia alakítása.

Bódi Zoltán hozzászólásában felvetette, hogy vajon szükség van-e a magyar nyelvű terminológia kialakítására, hiszen a kutatóknak a nemzetközi szakmai életben kell megfelelniük. Kiss Jenő válaszában elmondta, hogy a tudományos kutató kettős állampolgár, azaz egyszerre kell helytállnia a nemzeti és a nemzetközi tudományos életben. A válasz kitért a tudományos minősítő rendszer előírásainak kérdésére is. Habár a nemzetközi szintű publikáció fontos, a rendszernek jobban el kellene ismernie az elsősorban a magyar kutatókat érdeklő témákban (pl. ómagyar szövegek) született cikkek magyar nyelvű publikálását is.

A második felkért plenáris előadó, Ablonczyné Mihályka Livia (SZIE), „Gazdaság és nyelv kapcsolata” címen tartott előadást. Az előadás első része a „gazdasági szaknyelv” fogalmának terminológiai szintű vizsgálatára koncentrált. A gazdasági globalizáció a nyelvre, főként pedig a szaknyelvre is kiterjed, ezért fontos a gazdaság és a nyelv kapcsolatának vizsgálata. Az előadó nyelvstratégiai irányként jelölte meg az anyanyelvi szaknyelv terminológiai megújítását. A „gazdasági szaknyelv” terminust nem fogadja el, mivel a közgazdaságtan (economics) és a gazdálkodástudomány (business) területe a gazdaságon belül elhatárolható. Emiatt a „tágon értelmezett gazdasági (szak)nyelv” terminust tartja a helyesebbnek. Szűkebb értelemben használhatjuk a „gazdálkodástudomány nyelve” terminust, amely a gyakorlatiasabb gazdálkodástudományi szakterület nyelvhasználatát fedi le. A fogalmi zavart egyrészt a gazdasági folyamatok változása okozta, másrészt az EU szaknyelvének megjelenése. Az előadás második része a múlt és a jelen kutatási területeit vázolta fel. Az eddigi kutatási irány a szabványosítás lehetőségének vizsgálata volt, az új irány pedig a fordítási

gyakorlat során felvetődő kérdések megválaszolása (pl. „ipari park” terminus fogalmi változása).

Egy hozzászólás érintette a munkahelyek kevert, angol és magyar kifejezéseket is tartalmazó belső nyelvhasználatát. Ablonczyné Mihályka Livia szerint ezen a problémán a köznyelvi és szaknyelvi szocializáció segíthet.

A harmadik felkért plenáris előadó Péntek János akadémikus (Babes-Bolyai Tudományegyetem, MTA) volt. „Magyar szaknyelvek a határon túli régiókban” című előadásában a téma szinkrón és diakrón áttekintését adta. A háromosztatú magyarság (államhatáron belüli, Kárpát-medencei, nyugati diaszpóra) nyelvhasználati különbségeinek okát az oktatásban látja. A versenyképességet a szakmai tudás alapozza meg, és ehhez járul hozzá a nyelvi tudás. A határon túli területekre általában a többnyelvűség és az angol nyelv ismerete a jellemző, de nem mindegy, hogy az emberek milyen nyelven szerezték meg a szakmai alapokat (román, magyar vagy angol). A szaknyelvnek létezik egy statikus, megállapodott része, de van egy dinamikusan változó része is. A kemény terminológia egzakt, nem helyzetfüggő, míg a lágy terminológia képlékeny és kontextusfüggő. A tannyelvek kérdése mellett a helyesírás kodifikálása is fontos téma. Csak egy botanikus érti igazán, hogy a „kék lilium” szót miért egybeírjuk, a „fehér lilium” szót pedig külön. A szakmák (nyelvész, szakember, terminológus) közötti megbeszéléseket elősegítheti az online felületek jobb kihasználása.

A magyar nyelvhasználat diakrón áttekintése az 1844 utáni helyzettel indult. A magyar mint hivatalos nyelv bevezetése a latin, illetve a német ellenében a magyar nyelvhasználat felemelkedését és erősödését eredményezte. Az 1920–1990 közötti évekre azonban a leépülés és elkülönülés volt jellemző. A domináns államnyelv közvetlen hatással volt a magyar nyelvre. A magyar szaknyelv szempontjából állandósult a nyelvi hiány: az intézményi tanárok hiánya, az államnyelv használata a munkahelyen és a nyelvi eszközök hiánya (szótár, szakkönyv). Az 1990 utáni éveket a kiépülés, a közeledés, a harmonizálás és globalizálódás jellemezte. Ennek a folyamatnak a főbb jellemzői: 1. intézményesülés, 2. mobilitás, 3. teljes nemzedékváltás, 4. új, korlátlan kommunikációs lehetőségek, 5. nyelvstratégia megteremtése.

A konferencia délutáni programjában a szekcióelőadások kaptak helyet. Az első szekció címe *Gazdaság és kommunikáció* volt. Az első előadó, Ferenc Viktória (Nemzetpolitikai Kutatóintézet) témája az „akadémiai sikeresség” volt, azaz a kutatók akadémiai kihívásait vizsgálta a nyelv szintjén magyarországi normatív keretek között. A kutatók számára napi szintű nyomást jelent, hogy akadémiai sikerességüket számszerűsítve kimutassák. Kérdés, hogy a számszerűsítható impaktfaktor jelenti-e az akadémiai sikert, vagy a társadalmi hatás. Egyes kutatások szerint az impaktfaktor csak szűk hatást mutat, a tágabb cél viszont az, hogy a kutatás a társadalomra is hatást gyakoroljon. Az előadó egy reál és egy humán kutatóintézet teljesítményértékelési szabályzatát, azaz a motivációs értékelési rendszerüket hasonlította össze. Eredménye az volt, hogy a magyar nyelven megírt cikkek kisebb értéket kapnak a teljesítményértékelésben. Ugyancsak keveset ér az ismeretterjesztő és tudományos médiaszereplés, azaz a társadalmi hatás elérése. Az MTMT-be 1960–2012 között bekerült cikkek korpuszalapú nyelvi vizsgálata azt mutatta, hogy az évek alatt a magyar nyelvű

cikkek száma nem szorult vissza, viszont az angol nyelvű cikkek kiszorították az összes többi idegen nyelvet. Az éberség viszont fontos, mert most már lehet, hogy az angol nyelvű cikkek száma a magyar rovására növekszik majd. Bódi Zoltán hozzászólásában felvetette, hogy ha a tudománynépszerűsítés, a média-szereplés elmarad, akkor a tudomány önmagáért kezd majd működni.

Veszelszki Ágnes (BCE) a marketing szaknyelvét vizsgálta. Bevezette a marketolingviztika fogalmát, mint nyelvészeti részdiszciplínát. Ennek a területnek számos más nyelvészeti részdiszciplínával vannak érintkezési pontjai a kutatás tárgyában, eszközzrendszerében és módszertanában: a pragmatikával (Grice-i maximák), a retorikával (meggyőzés), a stilisztikával (reklámnyelv elemzése), a lexikával (neologizmusok) és a terminológiával (marketing szaknyelve). Esettanulmányában Veszelszki a marketing szakkifejezések terminológiai vizsgálatát végezte el. Tíz marketinges weboldal 180 ezer karakternyi szöveganyagát vizsgálta meg. Adattisztítás után 464 kulcsszót szűrt le értelmezéssel együtt (self-marketing, influencer marketing, stb.). Az anyagban kevés klasszikus marketing kifejezést talált, vagy a klasszikus kifejezések új jelentéssel bővültek. A terminológia inkább a digitális marketing szakkifejezéseit tartalmazta, de az adatok nem mutattak egységes terminológiát. A szavakra a gyors változás és az angol nyelv erős hatása volt jellemző. Bódi Zoltán arra kérdezett rá az előadás végén, hogyan lehet egységesíteni a piackutatás terminológiáját. Veszelszki szerint a szakemberek, a nyelvészek és a terminológusok közös feladata lenne egy online formátumú szakszógyűjtemény létrehozása.

Kovács László (ELTE Savaria Egyetemi Központ) a márkakutatás és a nyelvtudomány kapcsolatáról tartott előadást. A márkanév a gazdasági szaknyelv legproduktívabb kategóriája. Az EU-ban kb. 360 új márkanévet hoznak létre egy nap alatt. A márkanév a gazdaság egyik fontos értékteremtő és értékhordozó entitása. Jelenleg ezt a területet még alig kutatják. A fordítástudomány számára érdekes lehet, hogy mikor szükséges a márkanéveket fordítani, adaptálni vagy éppen megváltoztatni. Az eltérő írásrendszerek, a nem kívánt asszociációk, a kiejthetőség, a sztenderdizálás mind-mind támpontot nyújthatnak ehhez. A fordítástudomány mellett a szaknyelvkutatás és a pszicholingviztika számára is fontos kutatási terület a márkanévkutatás. Kovács László *Márka és márkanév. Márkakutatás és nyelvészet – metszéspontok, lehetőségek, kihívások* című könyve 2017-ben jelent meg a Tinta Kiadó gondozásában.

Borgulya Istvánné Vető Ágnes (PTE) személyesen nem tudott megjelenni, így előadását Csányi Eszter (BGE) tartotta meg helyette. A téma a szaknyelv volt, mint a vállalati kommunikáció eszköze. Az előadás először a vállalati kommunikáció funkcióját mutatta be. Vállalati kommunikáció minden olyan kommunikációs cselekvés, amellyel hozzájárulunk a munkavégzés folyamatához. A vállalati munkanyelv a köznyelv és bizonyos szaknyelvek ötvözete. Az előadás a vállalati szaknyelvhasználat jellemzőinek bemutatásával folytatódott. A vállalati szaknyelvhasználat egyik alapjellemezője, hogy nem korlátozódik egyetlen szaknyelvre. Az előadás során szó esett még az extern és intern szaknyelvhasználatról, a szaknyelvhasználat és a törvényi szabályozottság kapcsolatáról, a szaknyelvhasználat standardizálásáról, és a vállalati szaknyelvhasználat következményeiről, pl. közösségformáló funkciójáról.

Lózsi Tamás (ELTE) az üzleti retorikáról tartott előadást. Az üzleti retorika mint kutatási terület a retorika és az üzleti kommunikáció közös jellegzetességeit vizsgálja. A retorika a meggyőzés és érvelés tudománya, és ezek az elemek megtalálhatók az üzleti kommunikációban is (tárgyalás, prezentáció, üzleti levelezés, marketing, reklám). Az üzleti retorika három fő része az üzleti tárgyalás és tárgyalástechnika segítése, az üzleti élet írásbeli dokumentumainak szerkesztése és a marketingkommunikáció, azon belül is a reklám. Az előadás további részében az előadó ennek a három területnek a retorikához való kapcsolatát mutatta be.

A konferencia délutáni programjának *Terminológia* című szekciójában négy előadó kapott helyett. Az első előadó, Kurtán Zsuzsa (SZOKOE, PE) a gazdasági szaknyelv oktatásának és kutatásának jelenlegi helyzetéről adott átfogó képet. Előadását a gazdasági szaknyelv fogalmi magyarázatával kezdte, majd különbséget tett általános nyelvtanítás és szaknyelvoktatás között. Részletesen bemutatta azokat a középfokú és felsőfokú intézményesített valamint intézményen kívüli kereteket, amelyekben szaknyelvoktatás folyik. Előadásában felvázolta a határon túli régiók gazdasági szaknyelvoktatásának helyzetképét is, valamint nyelv szerinti bontásban is bemutatta a szaknyelvi képzés területeit. Kitért a magyar mint idegen nyelv oktatásának időszerű kérdéseire a jelenlegi gazdasági és társadalmi folyamatok tükrében: nemzetköziesedés a munkahelyeken, a felsőoktatásban és a mindennapi életben. A versenyképesség megőrzéséhez felhívta a figyelmet a szaktudás mellett a készségfejlesztésre, a tanulászervezés fontosságára és új tanulási környezetek kialakítására.

Válóczy Marianna (BGE) az üzleti szaknyelv oktatásában innovatív módszertan bevezetését tartja szükségesnek. A Z generáció már digitális, globális netgeneráció, eltérő motivációval és számukra már más a hatékony tanulási struktúra. A „freeter” munkavállaló kreatív, információéhes, kockázatvállaló és célja saját identitásának kifejezése. A nyelvoktatási helyzet is átalakult a felsőoktatás nemzetköziesedése, a munkaerőpiaci elvárások változása és a tanári önmotiváción és önfejlesztésen alapuló innováció eredményeként. Több nemzetközi kutatás is a módszertani változtatást tartja kívánatosnak. Az előadó felsorolta a módszertani innováció lehetséges irányait és fókuszterületeit. A BGE-n folyó innovációs gyakorlatok felvázolása utána saját módszertani kísérletét mutatta be, melynek központi magja a Facebook nyelvórai alkalmazása volt.

Tamás Dóra (ELTE) a magyar gazdasági szaknyelvet a fordítástudomány és a terminológia szempontjából vizsgálta. Az előadó először a gazdasági szaknyelv terminológiájának rövid történeti áttekintését adta. A mai magyar gazdasági szaknyelv és terminológia kialakulásának két mérföldkővét az 1989-es rendszerváltásban és a 2004-es EU csatlakozásban látja. Nagy eredménynek tartja, hogy az ELTE-n önálló tantárgy lett a terminológia. A gazdasági szaknyelv terminológiájában a fogalomalapú megközelítést javasolja. A fogalmi rendszer feltérképezése segít a terminusalkotásban, a fordításoktatásban (pl. a szakszöveg tartalom szerinti azonosításában) és a terminológiai adatbázisok előállításában is. A gazdasági terminusok és fogalmak folyamatosan változnak, és a terminusalkotás szempontjai hozzájárulnak a megfelelő terminusok megtalálásához. A globalizáció miatt a magyar gazdasági szaknyelv és terminológia

erősen kitett az angol hatásnak. Idő szükséges, amíg egy társadalom befogad egy új fogalmat és megfelelő alakít ki rá, ezért jelenleg is több változat él egymás mellett. Az előadó szerint a nyelvpolitika része a terminológiapolitika is, melynek fontos megvalósítási eszközei a terminológiai adatbázisok.

Rádi Éva (NKE) a magyar gazdasági szaknyelv terminusainak kognitív nyelvészeti kutatásáról számolt be. A magyar lakosság megtakarítási hajlandósága összhangban áll a pénzügyi kultúra fejlettségével. A kognitív képességek (fogalmak és összefüggések ismerete, döntéshozatali képesség, morális állóképesség stb.) beletartoznak a pénzügyi kultúra fogalmába. A kognitív folyamatokat metaforák és metonímiák vizsgálatával is lehet kutatni. Az előadó két kutatását mutatta be, melyeknek alapja a gazdasági metaforák körébe tartozó terminusok vizsgálata volt. Ezeknek a terminusoknak a használati gyakoriságát vizsgálta gazdasági- és bölcsészhallgatók körében. Hipotézise szerint a szakmai ismeretek és a szakmai műveltség különbsége miatti aszimmetrikus viszony kimutatható nyelvészeti eszközökkel. Szóasszociációs eljárással az aszimmetrikus viszony feloldására tett stratégiákat vizsgálta.

Zárszavában Bódi Zoltán bejelentette, hogy az előadásokból színvonalas konferenciakötetet állítanak össze. A konferencián elhangzottakat pedig felhasználják a Kárpát-medence magyar nyelvű népességére vonatkozó nyelvstratégia kidolgozásában.