



ФАКУЛТЕТ ПО КЛАСИЧЕСКИ И НОВИ ФИЛОЛОГИИ

Катедра „Англицистика и американистика“

**Мария Иванова Тодорова**

АВТОРЕФЕРАТ

към дисертационен труд на тема:

**Translation Problems in Digital Service Products  
from English into Bulgarian**

**Проблеми на превода от английски на български език при локализация на  
продукти за дигитални услуги**

за придобиване на образователна и научна степен „доктор“

професионално направление 2.1 Филология

докторска програма „Теория и практика на превода“ – Теория и практика на превода –  
английски език

Научни ръководители:

проф. д-р Александра Божидарова Багашева и проф. д-р Петя Начева Осенова

София

2023 г.



Дисертационният труд е обсъден и предложен за публична защита на заседание на катедра „Англицистика и американистика” при Факултет по класически и нови филологии на Софийски университет „Св. Климент Охридски” от 02.10.2023 г.

Дисертационният труд е написан на английски език и се състои от въведение, три смислови части, заключение, библиография и три приложения. Обемът му е 166 страници, от които 18 страници библиография, включваща 158 заглавия.

Председател на научното жури:

Рецензенти:

- 1.
- 2.

# **СЪДЪРЖАНИЕ**

<b>БЛАГОДАРНОСТИ.....</b>	<b>5</b>
<b>ГЛАВА ПЪРВА: ВЪВЕДЕНИЕ .....</b>	<b>6</b>
<b>ГЛАВА ВТОРА: ЛИТЕРАТУРЕН ОБЗОР .....</b>	<b>10</b>
<b>ГЛАВА ТРЕТА: ОРГАНИЗАЦИЯ НА ПРОУЧВАНЕТО И ИЗГОТВЯНЕ НА КОРПУСА.....</b>	<b>17</b>
<b>ГЛАВА ЧЕТВЪРТА: ГРЕШКИ ПРИ ПРЕВОДА И НАЛИЧНИ РЕШЕНИЯ.....</b>	<b>21</b>
<b>ГЛАВА ПЕТА: ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....</b>	<b>31</b>
<b>ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА В АВТОРЕФЕРАТА.....</b>	<b>35</b>
<b>ПРИНОСНИ МОМЕНТИ.....</b>	<b>39</b>
<b>СПИСЪК С ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД.....</b>	<b>40</b>

## БЛАГОДАРНОСТИ

Написването на тази дисертация беше важен процес в академичното ми развитие, с който нямаше да се справя без помощта на хората около мен – и в личен, и в професионален план.

На първо място, благодаря на семейството и приятелите ми – за търпението, разбирането, съпричастността и безусловната вяра и подкрепа.

Искам да изразя безкрайната си благодарност към научните ми ръководители проф. д-р Александра Багашева и проф. д-р Петя Осенова за изключително полезните и навременни насоки, помощта при всякакви казуси и невероятната отзивчивост. Подкрепата и доверието им значат изключително много за мен.

Благодаря и на Катедра „Англицистика и американистика“ и всички колеги, които ми оказваха съдействие в различни етапи от написването на труда – със съвети, експертно мнение и помощ от всякакво естество. Сърдечно благодаря на д-р Ирина Кюланова за непрекъснатата подкрепа и колегиално отношение в работата ни заедно. Благодаря на преподавателите и колегите от Докторантското училище, които споделиха безценното си познание и опит.

Не на последно място, благодаря на студентите ми за непрестанния извор на вдъхновение.

# ГЛАВА ПЪРВА: ВЪВЕДЕНИЕ

## 1.1. Актуалност и мотивация на дисертационния труд

Локализацията представлява процесът на адаптиране на даден дигитален продукт за нов пазар, различен от този, за който е бил създаден. Като явление възниква в края на 70-те години на XX век (Чан 2013, 348) покрай възхода на технологиите в глобален план и от тогава насам както теорията на превода, така и индустрията за езикови услуги се опитват да открият най-точната дефиниция за нея. Разнородните определения най-вече се различават в разбирането за обхвата на локализацията, интердисциплинарното ѝ естество и съответно взаимовръзката ѝ с превода – дали двата процеса подлежат на йерархично разпределение, или пък от части се припокриват. Аспектът, в който всички учени проявяват единодушие обаче, е, че връзка между превода и локализацията има, и то съществена – било то във възприемането на локализацията като „вид превод“ (Гуадек 2007, 38) със съответния межкултурен контекст (ЕМТ 2017, 8), обвързан с технологични фактори и процеси (Еселинк 2000, 3), като явление, допълващо превода в „основен процес, който бива модифициран от редица фактори, относително обвързани с общуването чрез многоезични уебсайтове“ (Пим 2011, 410), или като процес, в който преводът е просто едно от всички необходими интердисциплинарни действия (Шелър 2010, 209). Макар и да е важно да се определи мястото на локализацията спрямо парадигмата на теорията на превода, на по-практическо равнище – от гледната точка на приложната наука за превода и обучението на бъдещи преводачи, е от съществено значение да се познават проблемите на превода за локализация и съответните решения на тези проблеми.

Още повече, прословутият разрив между теорията и практиката в превода важи с особена сила и за локализацията. По думите на Хименез-Креспо „[о]тносителната липса на диалог между индустрията за локализация и теорията на превода е проблем, тъй като конкретни съществуващи практики... не се основават на експлицитно формулирани теоретични модели или на устойчиви емпирични изследвания“ (2009, 61). Макар и през последното десетилетие сближаването на теорията и практиката да става все постижимо поради факта, че почти половината учени и университетски преподаватели в областта на теорията на превода са заемали или заемат роля в преводаческата индустрия (Пим и Торес-Симон, 2016, 127), за да се повишат качеството и ефикасността

на практиките в локализацията, са необходими повече емпирични изследвания, особено по отношение на малките в пазарен план езици, какъвто е българският.

## **1.2. Общ преглед на изследването**

**Обектът** на настоящото изследване са различните проблеми на превода, проявяващи се при локализация от английски на български език и разделени на три основни категории:

- проблеми, свързани с жанровите конвенции и типовете текст в продуктите, които подлежат на локализация;
- проблеми, свързани с ограниченията, произлизащи от технологичната макроструктура, от която са част текстовете за превод;
- проблеми, свързани с недостатъчния контекст в преводната среда и процес.

**Предметът** на изследването е корпус от различни преводни грешки, срещащи се в продукти за дигитални услуги, локализиращи от английски на български език и налични за обществено ползване. В проучването се обръща особено внимание на междуезиковите асиметрии зад тези грешки и взаимодействието на тези асиметрии с различните фактори, типични за процеса на локализация, които оказват влияние върху преводаческите решения.

**Целите** на проучването включват разработката на типология на проблемите на превода за локализация от английски на български, която да се основава на трите предварително установени основни категории и в която да се добави още едно ниво, разглеждащо езиковите фактори и междуезиковите асиметрии зад корпуса от грешки. Въз основа на типологията се предлага и рамка от решения, които преводачът да може да прилага като участник в процеса на локализация.

За постигането на тези цели са заложили следните **изследователски въпроси**:

1. Какви проблеми се наблюдават при превода за локализация на продукти за дигитални услуги от английски на български?
2. Има ли проблеми, които са специфични за тази езикова двойка, и тези, които се смятат за универсални, добиват ли нови измерения в зависимост от езиковата двойка, в частност английски-български?
3. Какви са съществуващите решения на тези проблеми, които да попадат в ресора на преводача?

4. Какви препоръки може да се направят, за да се повиши качеството на локализацията от английски на български език, особено с оглед на обучението по превод?

### 1.3. Структура на дисертационния труд

Настоящата дисертация се състои от пет глави, както следва:

В **Първа глава** се представят актуалността на изследването и мотивацията зад него, структурата и целите му, както и поставените изследователски въпроси.

Във **Втора глава** се разглеждат основните теории и гледни точки, отнасящи се до обекта на изследването – както от страна на теорията на превода, така и в източници от преводаческата индустрия. Подчертава се значимостта на качеството в превода за локализация към малки езици в контекста на глобалния пазар, както и необходимостта от емпирични изследвания върху проблемите на превода за локализация от английски на български език.

В **Трета глава** са описани процесът, който проучването следва, и съответните използвани методологии, както и мотивациите зад избирането им. Въз основа на прегледа на литературата в предходната глава, се залага предварителна типология на проблемите при превода в този контекст, която изследването да надгради.

В **Четвърта глава** се анализира корпус от 150 грешки при превода, открити в рамките на година и половина в налични онлайн продукти за дигитални услуги, локализиращи на български език. Грешките се класифицират съгласно предложената в **Трета глава** типология, а целта е тя да се разшири, като се добавят различните езикови фактори и асиметрии, свързани с всеки от проблемите. След прецизирането на типологията на проблемите се представя набор от стратегии, които преводачите могат да прилагат за разрешаването им.

**Пета глава** представлява заключение на дисертационния труд, в което са изброени резултатите на описаното в **Четвърта глава** проучване, както и съответните изводи от него. Дадени са отговори на поставените в **Първа глава** изследователски въпроси, както и препоръки за бъдещи изследвания, които да доразвият и допълнят настоящите открития. Описани са също приложните и теоретични приноси на дисертационния труд.



#### 1.4. Ограничения при изследването

Отчитайки забележителното развитие на машинния превод, навлизането на изкуствения интелект и непрекъснатите усилия на бизнеса да намаляват разходите си и да отчитат по-голяма възвращаемост на инвестициите си, не би било обективно да се подмине фактът, че много от текстовете, публикувани онлайн не са преминали нито превод, нито редакция от езиков специалист. Това явление не засяга единствено сферата на локализацията, а напротив – наблюдава се във всяка една област на превода, и в рамките на настоящото проучване няма опити да се открият възможни решения на този многолик проблем. Една от заложените в изследването цели обаче е да се подчертае факта, че при тези условия подготовката на професионални преводачи и качеството на преводите им са още по-ключови, ако искаме разликата между професионално изпълнения превод и непоследователните дилетантски и импровизирани решения да е ясна за всички участници в процесите на превод и локализация.

Поради същите причини и машинният превод не се обсъжда като фактор. Съществуват достатъчно доказателства, че включените в изследването дигитални продукти не са локализирани изключително и само чрез машинен превод – за някои от тях съществуват стилови ръководства при превод, за други може да се намери обществено достъпна информация за приложения процес на локализация, а при трети дори похватите в самите преводни решения и грешки свидетелстват за човешка намеса. Употребата на машинен превод все пак не може да бъде категорично изключена, тъй като повечето преводачески инструменти вече имат интегрирани функционалности, предлагащи машинен превод. Въпреки всичко в тези случаи машинният превод по-често се използва като помощно средство, а преводачът и редакторът все още имат последната дума. Освен това, дори и някои от включените в корпуса грешки да са били допуснати без човешка намеса, те пак ще са представителни за проблемите на превода за локализация. Първо, защото машините за превод се обучават от хора посредством човешки преводи. И второ, дори и дадена грешка да може да се определи като допусната от машина, но отговаря на критериите, заложените в изследването, тя пак ще се счита за подходяща за целите му – именно защото машинният превод се интегрира все повече и повече в процесите на превод и локализация и преводачите трябва да са наясно с предимствата и недостатъците, когато го ползват и редактират предложенията му.

## ГЛАВА ВТОРА: ЛИТЕРАТУРЕН ОБЗОР

В тази глава е представен обзор на литературата по въпросите на локализацията и превода за локализация. Разглежда се връзката между локализацията и малките в пазарен план езици като българския и са представени различните гледни точки за мястото на превода в или спрямо локализацията и обратно. Обсъждат се и разминаванията в разбиранята за тази взаимовръзка на теорията на превода и преводаческата индустрия, като се подчертава ролята на преводача в този процес и съответната възможност за научната общност да повлияе на някои неуспешни практики в локализацията, като подготви преводачите за различните контексти на превода за локализация. Разглеждат се няколко разработки по отношение на жанровете и съответните типове текст в локализацията, за да се изведе определение за вида продукт, който ще се разглежда в настоящото изследване. В допълнение се обсъжда и ключовото значение на технологичното естество на продуктите, в които текстовете за превод се интегрират, както и проблемите при превода, до които то може да доведе.

### 2.1. Малките езици в локализацията

Кронин прави ключово заключение относно езиковото неравенство в епохата на технологиите и глобализацията, като заявява, че „хегемонията на английския език в най-бързо развиващите се сфери на технологическо развитие води до това, че всички други езици в този контекст стават малцинствени“ (2003, 146). В продължение на това разширено разбиране за малцинствените езици Кронин изброява няколко вредни последици от „липсата на критични и авторефлексивни действия в преводаческите начинания“ – податливостта на малцинствените езици на интерференция при превод от мнозинствени езици, промените, които те претърпяват в следствие на превода, и преобладаващия акцент в теорията на превода върху по-големите езици (2003, 49). Макар и в този дисертационен труд българският да не се разглежда като малцинствен, а като малък в пазарен план език, ако приложим разсъжденията на Кронин за хегемонията на английския в контекста на локализацията, трябва да се замислим какво би могло да бъде влиянието на локализираните продукти върху езиковите компетенции на редовните потребители на продукти за дигитални услуги в езиците с по-малко потребители и съответна тежест на пазара.

В глобализираната ни настояща реалност всеки „играч“ на международния пазар се стреми да постигне възможно най-бързо разрастване, а продуктът му да достигне възможно най-много потребители – ключова стъпка в преследването на този стремеж е локализацията. Когато дадена международна компания навлезе на българския пазар, тя се изправя пред следната дилема – *да локализира или да не локализира*. Неизбежността на този въпрос произлиза от „количествената призма на възвращаемостта от дадена инвестиция“, през която представителите на бизнеса разглеждат локализацията (Дън 2006а, 1). При положение че месечно потребителите на интернет в България са под 5 млн. души (Миниуотс Маркетинг Груп 2021), локализацията към български език не изглежда много доходно начинание, а още по-малко – качествената локализация.

В преводаческата индустрия, където процесите за поддържане на качеството така или иначе са доста размити и са тема на раздор, особено след навлизането на автоматизирането чрез преводаческите инструменти и машинния превод като ключови елементи от преводния процес, за езиците с по-малка тежест това води до много по-големи рискове за качеството на крайните продукти. Освен това Берент и Кралиш откриват, че потребителите на уеб услуги може да се разделят на „висша езикова класа“ и „нисша езикова класа“, където първите владеят английски като втори език и са по-критични към качеството на уеб съдържанието, заради което често използват дигиталните услуги на английски, дори и те да са локализирани на родния им език. От своя страна вторите имат по-голяма нужда от локализирано съдържание и са много по-некритични към качеството на езика (2009, цит. в Таанонен 2014, 91–94). Така втората класа неизбежно става по-уязвима, що се отнася до ниското качество на превода и локализацията, а усилията на компаниите да локализират продуктите си остават незабелязани от една голяма част от целевата им публика.

За всички страни, участващи в или свързани с процеса на локализация, е важно отрицателните последици от лошия превод за локализация да се сведат до минимум – за учени, обучители, практикуващи езикови специалисти, клиенти и потребители. За да разберем какво може да направи теорията на превода в това отношение, в следващия раздел се разгледат както научните позиции относно мястото на превода в процеса на локализация, така и тези на бизнеса.

## 2.2. Превода за локализация

Множеството определения, които индустрията и науката предлагат за локализацията, включват следните аспекти:

- основната цел на този процес е даден (най-често дигитален) продукт да се представи на нов пазар, определящ се с различен език или езиков вариант (наричан още *локал*) (LISA 2003, Дън 2006б, Гуадек 2007, Шелър 2010, Хименез-Креспо 2013);
- ключови роли в този процес имат както езика, така и технологиите (ЛИСА 2003, Еселинк 2006, Гуадек 2007, Мъндей 2016);
- освен тях задължително място заема и културната адаптация (ЛИСА 2003, Гуадек 2007, Шелър 2010);
- в по-обстойните дефиниции и анализи се подчертава и интердисциплинарното естество на локализацията, включващо всички процеси, водещи до въвеждането на продукта в новия пазар, в това число управленчески, търговски, маркетингови и др. (Дън 2006б, Гуадек 2007, Шелър 2010).

Ябълката на раздора между науката и бизнеса по отношение на тези определения обаче се корени в позицията, която те дават на превода спрямо локализацията. От гледната точка на бизнеса преводът най-често е просто стъпка в процеса на локализация – незаменима, но съвсем малка на фона на всичко необходимо при представянето на даден продукт на нов пазар (Хименез-Креспо 2013, 14). Антъни Пим дори отива по-далеч, заявявайки, че преводът често се разглежда от бизнеса като намиране на „изкуствен еквивалент“ (2004, 3–4). В едно от първите определения на локализацията от страна на бизнеса преводът е представен като част от локализацията, като се казва, че локализацията понякога частично се припокрива с превода (ЛИСА 2003, 13).

Една от първите причини да разглеждаме превода и локализацията като два отделни, макар и свързани, процеса обаче е ключовата роля на технологиите в локализацията. Като не става въпрос за технологиите, които вече са незаменима част от превода, а технологичното естество на продуктите, които се локализируют. А преводачите трябва да са наясно как това естество влияе на тяхната работа и решения – от преводната среда с елементите за превод до необходимостта технологичният контекст да не се забравя при всяко преводно решение – умения, които се разглеждат в по-новите

компетентностни модели на Фоларон (2006, 213–216) и Хименез-Креспо (2013, 177–179) например.

Всички тези аспекти отговарят на определението на Постолеа за специализиран превод като „превод, извършван в специализиран контекст, или с други думи – контекст, който включва специализирано създаване на изходните текстове, специализирана тематика или специализирана дейност“ (2016, 56). С оглед на това в настоящото проучване преводът при локализация се разглежда като вид специализиран превод и се поставя фокус върху превода като част от процеса на локализация и върху преводача като участник от този процес.

### **2.3. Ролята и подготовката на преводача**

Отношението към преводачите в локализацията е точно толкова пренебрежимо, колкото и към самия превод. През 2010 г. Аустърмюл и Мирвалд публикуват резултатите от свое проучване върху дискурса по отношение на превода и преводачите в индустрията за локализация с обезпокоителното заключение, че „[м]аргинализираните образи на преводача и превода в индустрията са в пълен контраст с академичните им образи в теорията на превода“. Като решение на този проблем те предлагат въвеждането на „по-широко разбиране за превода“, както и сътрудничество в полза и на науката, и на бизнеса, намеквайки, че в момента разбирането на бизнеса за превода е твърде ограничено.

В отговор на това в настоящия дисертационен труд се заема позицията, че ако теорията на превода заеме проактивна роля и се адаптира не само за да отговори на развитието в индустрията, но и да ги надрасне, тази реалност би се подобрила. Размитата отговорност в интердисциплинарния процес по локализация (Алкан 2017) ще води до вреди само дотогава, когато всеки участник в процеса не започне да носи отговорност за собствените си действия по информиран и проактивен начин. В този контекст преводачите имат ключовата роля на посланици и „отговорници“ за целевия език в този процес, а теорията на превода трябва да може да им осигури инструментите и компетентностите, с които да издигнат позицията си от изпълнители в активни участници в еволюцията на езиковите услуги.

От своя страна компаниите доставчици на езикови услуги докладват, че е необходимо подобрене на всички компетентности на завършващите програми по превод. Те отбелязват, че към 2022 г. „пропуските в уменията не са попълнени, а

плановете за подбор на кадри не съответстват на университетските програми“ (ЕЛИС Рисърч 2022, 43). На фона на това индустрията поема голяма част от подготовката на кадри в свои ръце, както се вижда от множеството обучителни материали, предлагани от компаниите, разработващи преводачески софтуери, от различните мрежи и помощни бази, създавани от практикуващи преводачи, и дори от съществуването на частни компании като Нимдзи<sup>1</sup>, които се занимават изключително с проучвания върху развитията в различните отрасли на езиковата индустрия. Дори и при наличието на тези значими усилия обаче все още се наблюдава огромна липса по отношение на проявленията на всички нововъведения в конкретни езикови двойки, а още по-малко и при превода към по-малките в пазарен план езици. Дори и да се приеме, че академичната общност не може напълно да смогне и да догони всеки напредък в практиката на превода, който произтича от бизнеса, тя може да го анализира и да подготви преводачите така, че да сведе до минимум ниското качество на езика в локализираните продукти.

Подобни изследвания обаче липсват по отношение на локализацията от английски към български език. Една от основните причини за това би могла да бъде, че „заради споразуменията за конфиденциалност... изследователите може да срещат пречки при наблюдаването и отразяването на предизвикателствата при превода, които *локализаторите* срещат в проектите от практиката си, и на начините, по които се справят с тях (Рохо 2013, цит. в Де ла Кова 2016, 234). В контекста на един малък език като българския това прави трудностите още по-големи. Не само заради по-малкото проекти за локализация, но и заради по-малката академична общност. Тези обстоятелства водят до омагьосан кръг, който Хо обобщава така:

*Ако дадена теория не се основава върху практикуването на съответната професия, тя съответно ще предизвиква съмнения у практикуващите. Ако мнозинството от изследователи развиват теории, които не се коренят в принципи от практиката, тези теории неизбежно ще бъдат отхвърлени от писмените и устните преводачи, тъй като те няма да ги разпознаят като актуални за практиката им и за реалностите на професията.*

*Същото важи и за обучението по превод. Ако не отговаря на практиката на превода, то неизменно ще се провали. (Хо 2015, 381–382)*

---

<sup>1</sup> <https://www.nimdzi.com/>

Като първа стъпка към разрешаването на тази патова ситуация по отношение на превода за локализация към български език в тази дисертация се разглеждат често срещаните предизвикателства в превода за локализация – какви са, какви специфични за процеса на локализация фактори водят до тях и как могат да бъдат преодолени.

#### **2.4. Проблеми при превода за локализация**

Тъй като локализацията обхваща различни видове дигитални медии като видеоигри, уебсайтове, приложения, софтуери и мултимедийна реклама (Арделеан 2014, 26), в този раздел от главата се определя медията, която тази дисертация разглежда, а именно **продуктите за дигитални услуги**. Така зададен, терминът включва софтуери, уебсайтове и мобилни приложения, които са част от услуга, притежавана и предлагана от дадена частна компания, и които са достъпни за потребителите чрез личните им компютри или мобилни устройства. С това определение се постига възможно най-разнообразен, но съпоставим предмет на изследването, тъй като софтуерите, уебсайтовете и мобилните приложения проявяват редица общи характеристики. Например всички те се навигират от потребител и споделят определени универсални жанрове и типове текст, като начална страница/екран, менюта, поток на услугата, често задавани въпроси, бутони и връзки, както и съответните за тях конвенции.

Разглеждат се проучвания, засягащи проблемите на превода при локализация, за да се открият универсалните проблеми, върху които да стъпи настоящото проучване. Хименез-Креспо например подчертава важността на разбирането на жанровете за постигането на високо качество на превода (2009, 68), а Аустърмюл заявява, че в обучението на преводачи по локализация трябва да се познават типовете текст в медиите и жанровете, подлежащи на локализация (2006).

Освен жанровете и типовете текст в тези продукти като ключов фактор вече беше споменато и технологичното им естество. Според Хименез-Креспо общуването между преводачите и инженерите в процеса на локализация и необходимостта преводачите да разбират технологичните проблеми са от изключително значение (2013, 17). Тази връзка между езика и технологията се проявява в процеса по интернационализация, който предшества локализацията и превода. Еселинк определя интернационализацията като „адаптацията на продуктите така, че да е възможно

локализирането им за различни международни пазари“, като изброява различни технологични настройки, които са необходими, за да може текстовите елементи на един дигитален продукт да могат да се локализируют. Такива например са поддържането на различни азбуки и символи и отделянето на текстовите елементи от изходния код, за да може да бъдат преведени (2006, 23). По-късно Шелър добавя, че интернационализацията не само прави локализацията възможна, но и я подпомага и опростява, като предварително елиминира случаите, в които дадена езикова асиметрия може да доведе до проблеми при превода заради „ограничения или неподходящо кодиране на символи, елементи, които са неделима част от кода и не подлежат на превод, свързани са по определен начин или пък съществуват различни програмирани зависимости между тях“. Примерът, който дава е, че ако в дадена навигация се казва *Press “Y” to continue*, а елементът „Y“ като бутон не е включен в текстовете за превод, преводачът може да преведе „Y“ в първия изходен текст и той да не отговаря на свързания елемент, който няма как да бъде преведен. (2010, 211)

Разглежда се проучване на Де ла Кова, в което тя обсъжда проблемите поради липса на адекватна интернационализация с конкретен фокус върху езиковата двойка английски-испански. Анализирайки корпус от оригинални английски текстове в средата им за превод, тя определя три типа предизвикателства при превода за локализация – свързани с интернационализацията на софтуера, свързани с интернационализацията на текстовото съдържание и свързани с липсата на гъвкавост на преводаческите паметни. (2016). Посочените от нея примери се анализират и се стига до извода, че е необходимо тези проблеми да се разглеждат в контекста на конкретна езикова двойка, за да може да се предложат решения, които преводачите да могат да прилагат, когато други, независещи от тях аспекти от процеса, като контекстуализацията и интернационализацията, не са извършени.

Разглежда се и изследване на грешките при локализация в локализираните уебсайтове на авиокомпаниите, в което авторът достига до типология от проблеми, нарушаващи потребителското изживяване (Ман Хин У 2017). Достигнатата типология обаче обхваща множество технологични грешки, които не засягат работата на преводача, и не се разглеждат езикови проблеми. Изведени са няколко от типовете грешки, които въпреки това ще послужат за целите на настоящия дисертационен труд.



## ГЛАВА ТРЕТА: ОРГАНИЗАЦИЯ НА ПРОУЧВАНЕТО И ИЗГОТВЯНЕ НА КОРПУСА

В първия раздел на главата се разглеждат ограниченията върху изследването на проблемите при превода за локализация, дължащи се не само на начина, по-който текстовете са интегрирани в изходния код на продуктите или в преводната среда, но и на необходимостта от позволение за достъп до тях от страна на компаниите – собственици на дигитални продукти. За да се заобиколят тези ограничения и последващите проблеми при подбора на продукти и екстракция на текстовете, в тази дисертация локализираните текстове се разглеждат през призмата на потребителя. Основната функция на текстовете в продуктите за дигитални услуги е да осигурят на потребителите достатъчна и ясна информация, като поддържат имиджа на бранда и ги навигират през съответната дигитална услуга. За тази цел се приема, че проблемите на превода за локализация на продукти за дигитални услуги са проблемите, които водят до грешки при превода, нарушаващи тези прагматични цели, и се предприема подход, подобен на този, който Ман Хин У (2017) използва за класифицирането на грешки при локализацията на сайтове на авикомпании, с разликата, че тук фокусът е върху езикови, а не технически грешки, които нарушават потребителското изживяване.

За целите на проучването в продължение на приблизително година и половина са събрани примери за такива грешки в превода, открити при ежедневната употреба на дигитални продукти, локализирани на български език. За допълнително отсяване на грешките те са класифицирани съгласно предварително зададена типология въз основа на разгледаните във втора глава проучвания. Така се избягва включването на грешки в корпуса, които са типични за езиковата двойка английски-български, но не са задължително обвързани с контекста на локализацията.

Във втория раздел на трета глава се описват трите категории на предварителната типология (Фиг. 1) и се обръща внимание, че фокусът при последващия анализ на грешките ще бъде върху междуезиковите асиметрии, наблюдаващи се при грешките от

корпуса, за да може типологията да се прецизира за езиковата двойка английски-български и да се предложат решения за преодоляването им от страна на преводача.



**Фиг. 1 Предварителна типология на проблемите при превода за локализация**

Първата категория са проблемите, свързани с жанра и типовете текст в продуктите за дигитални услуги. Тя се основава на разгледаното във втора глава място на жанра и съответните типове текст в проблемите на специализирания превод, като се очаква проблемите в тази категория да са свързани с компанията, продукта и потребителите като участници в различните комуникативни ситуации в този дигитален жанр, както и с конвенциите за навигационните текстове в потребителския интерфейс, електронната документация и маркетинговите текстове на продукта.

Втората и третата категории са изведени въз основа на разсъжденията по разгледаното във втора глава корпусно изследване на Де ла Кова (2016) и са очертани съответно като – проблеми, свързани с ограничения в макроструктурата и проблеми, свързани с липсата на контекст. Ограниченията в макроструктурата включват проблеми и произтичащите от тях грешки, свързани с нередатируема макроструктура (например макроструктура, непозволяваща промени в словореда) и с променливи елементи в макроструктурата. Към тях са добавени и два от проблемите, разгледани в типологията на Ман Хин У – ограниченията върху обема на текста и стандартните формати (например

за мерни единици и валути) в съответния локал, с довода, че са единствените от изброените от Ман Хи У проблеми, които отговарят на целите на това проучване и се отнасят до конкретна езикова двойка. Последната категория проблеми, свързани с недостатъчен контекст, се отнася до случаите, в които може да се предложи набор от напълно различаващи се преводни варианти, които потенциално са функционално еквивалентни на изходния текст, и единственият начин преводачът да избере истинския функционален еквивалент е чрез допълнителна контекстуална информация, която не му е била предоставена в преводната среда.

Допълва се, че освен анализ на корпуса от грешки, когато проблемите от първата категория са свързани с конвенции при текстовете в продуктите за дигитални услуги, се провеждат и количествени изследвания с фокус върху конкретната конвенция. Грешките, открити при тези допълнителни изследвания, няма да бъдат включвани в корпуса.

След разширяването и прецизирането на типологията въз основа анализа на корпуса и допълнителните количествени изследвания се предлагат стратегии за преодоляване на проблемите и намиране на функционални еквиваленти за всяка подкатегория или тип. Фокусът в рамката от предложени решения е върху езиковите асиметрии в езиковата двойка. Когато такова решение не може да бъде предложено заради извънезикови фактори в процеса по локализация, са предложени допълнителни действия извън конкретния елемент за превод, които преводачът може да предприеме като участник в този процес.

В третата част на главата е описан корпусът от грешки, процесът по изграждането му, както и по последващият му анализ. Корпусът се състои от 150 грешки, открити в 42 продукта, като продуктите са представени в първото приложение към дисертационния труд. Съгласно предварителната типология грешките са разделени по следния начин: 56 грешки, свързани с жанрови конвенции и типове текст (37%), 61 грешки, свързани с ограничения в макроструктурата (41%) и 33, свързани с липсата на

контекст или на предвиждане на контекста в преводния процес и среда (22%). Стъпките по изграждане на корпуса и процеса на изследването са систематизирани във Фиг. 2.

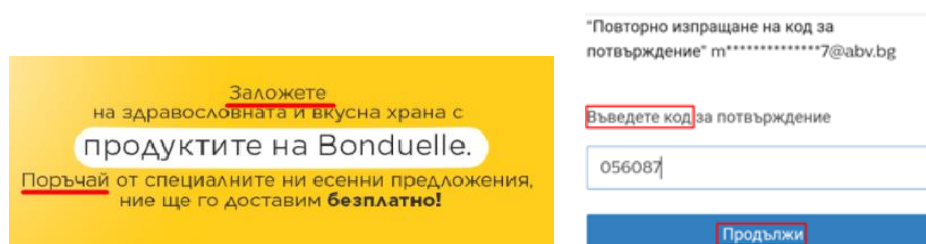


*Фиг. 2 Стъпки в проучването и изготвянето на корпуса*

## ГЛАВА ЧЕТВЪРТА: ГРЕШКИ ПРИ ПРЕВОДА И НАЛИЧНИ РЕШЕНИЯ

В тази основна глава от дисертационния труд се описва проведеното изследване с всички стъпки, очертани в предходната глава. В първия раздел се разглеждат грешките, свързани с жанра и типовете текст, във втория – грешките, свързани с ограниченията в макроструктурата, а в третия – грешките поради липса на достатъчен контекст.

Съгласно типа грешки и съответните наблюдавани междуезикови асиметрии първата, жанрова категория е разделена на четири подкатегории, свързани с: формата на обръщение към потребителя, частите на речта, които се отнасят до индивидуалния, анонимен потребител и притежават категорията род, текстовете, призоваващи потребителя към действие, и характерната за продукта и бранда терминология. Установява се, че всяка от тези подкатегории води до няколко типа грешки. При формата на обръщение грешките в корпуса са свързани с непоследователното прилагане на различни форми в едни и същи комуникативни ситуации (Фиг. 3), със системно прилаган грешен правопис на местоименията в учтивата форма на български (с малко *в*), както и с използването на множествено число за прилагателните и миналите страдателни причастия в учтивата форма. Проведено е и допълнително проучване върху формите на обръщение, използвани в 29 от най-често посещаваните уебсайтове от потребители в България (СимилърУеб 2021). В него се установява, че в над половината от изследваните уебсайтове се използва форма на обръщение към потребителите, която не съответства с граматическите норми. За целите на изследването тази форма на обръщение е наречена „хибридна“, тъй като представлява комбинация от учтивата форма и елементи на неучтивата, като изписване на местоименията с малка буква и използване на множествено число за прилагателните и миналите страдателни причастия при обръщение към индивидуалния потребител.



Фиг. 3 Примери на непоследователна форма на обръщение в Glovo и Philips Home

След прецизирането на типовете грешки в тази първа подкатегория са предложени стратегии за преодоляването им. За избягването на грешки от непоследователност са дадени насоки за избора и утвърждаването на подходяща форма на обръщение за конкретния продукт и комуникативните ситуации в него, за употребата на преводачески инструменти (когато такива са налични) и за комуникация с други участници в процеса на превод и локализация за получаване на допълнителен контекст. За избягването на грешки при изписването на местоименията от второ лице множествено число, когато се използват за индивидуален адресат или референт, са предложени стратегии за елипса на местоимението, за експлицирането му чрез подчинени изречения или за замяна на целия преводен еквивалент с друг функционален еквивалент, несъдържащ съответното местоимение и съгласуван с контекста на елемента от продукта, където се среща изходния текст за превод (Таблица 1). Тези стратегии се препоръчват, когато преводачът не е първият, работещ по даден проект и в предишните преводи се наблюдава непоследователност или въпросната „хибридна“ форма.

ОРИГИНАЛ	ПРЕВОД	ПРЕДЛОЖЕНО РЕШЕНИЕ	ПРОДУКТ
Thanks for reviewing your stay, Maria!	Благодарим <b>ви</b> , че оцените престоя си, Maria!	Благодарим, че оцените престоя си, Maria!	Booking
Log in as Maria... Not <b>you</b> ?	Влизане като Maria... Не сте <b>вие</b> ?	Влизане като Maria... Акаунтът е грешен?	Facebook
Manage <b>your</b> Google Account	Управление на профила <b>ви</b> в Google	Управлявайте профила си в Google	Google Chrome
Maria your photo book draft is about to expire	Maria, черновата на албума <b>ви</b> е на път да изтече	Maria, черновата на албума, който създадохте, е на път да изтече	Google Photos

*Таблица 1: Примери за грешки и решения при правописа на местоименията от 2 л. мн.ч. за учтивост*

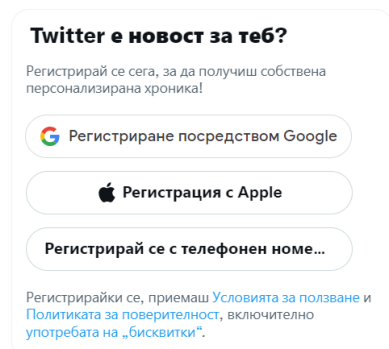
Стратегиите за избягване на грешки, свързани с рода на прилагателни, местоимения и съществителни, отнасящи се до анонимния индивидуален потребител са разгледани в следващата част от раздела, която е свързана с неутралността при употребата на граматичен род по отношение на потребителите. Грешките се разглеждат заедно, тъй като се допуска, че плурализацията на тези части на речта против нормите за учтивата форма е именно за да се избегне избора на граматически род. Освен плурализация грешките в тази втора подкатегория включват и употребата на мъжки и среден род в контекста на името на потребителя. Стратегиите за преодоляване на тази асиметрия включват:

- въвеждането на нов подлог, различен от потребителя, за да се избегне употребата на минали страдателни причастия в сказуемото;
- изпускането на съответната част на речта, като преводният текст се парафразира чрез трансформации в категориите от оригинала (*category shifts*, Катфорд 2000);
- въвеждането на общо съществително, като *потребител*, което да замести дадено местоимение или с което съответните проблемни елементи да се съгласуват. Примери за разгледаните в тази подкатегория грешки с приложените стратегии са представени в Таблица 2 по-долу.

ОРИГИНАЛ	ПРЕВОД	ПРЕДЛОЖЕНО РЕШЕНИЕ	ПРОДУКТ
You will be <b>forwarded</b> back to the home screen	Ще бъдете <b>пренасочени</b> към началния екран.	Ще Ви пренасочим към началния екран.	BigBlueButton
Unstoppable!	<b>Неудържими сте!</b>	Нямате спирачки!	Google Fit
Followed by {user}	<b>Последвано</b> от {user}	{user} следва този потребител	Instagram

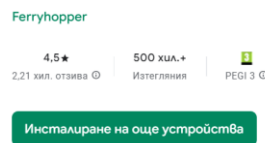
**Таблица 2: Примери за грешки и решения при категорията род по отношение на потребителя**

Втората подкатегория, на проблеми, свързани с призоваващи към действие текстове, води до два типа грешки в корпуса. Както в предната категория, така и тук има грешки от прилагане на непоследователни решения за превода на тези текстове. Проведено е допълнително проучване на този тип текстове в началните страници на три съпоставими уебсайта на дигитални продукти за продажба на самолетни билети. Установява се, че грешките в тази подкатегория са свързани с липсата на конвенция при превода на такъв тип текстове, когато те имат навигационна цел (напр. текстове в бутони). Това се дължи на факта, че призивите за действие в английския са заповедни форми (изразени чрез т.нар. *нулев инфинитив*), докато на български глаголната форма се спряга според съответното лице и число. Освен това в българските преводи се наблюдава и употребата на съществителни, които допълнително разколебават евентуалната конвенция (Фиг. 4). Вторият тип грешки в подкатегорията се проявява именно при използването на съществителни (най-често отглаголни) като еквивалентни на призивите от изходния текст, които понякога не изпълняват достатъчно ясно призоваващата функция (Фиг. 5).



**Фиг. 4 Непоследователен превод на Register в Twitter**

## Ferryhopper – фериботни билети



**Фиг. 5 Неясен призив в Google Play**

За грешките от непоследователност отново важат стратегиите, предложени в предходната подкатегория. За втория тип грешки са предложени насоки за избора на преводно решение, като се препоръчва избягването на неясни номинални решения или поясняването им с допълнителни семиотични елементи, като например стрелки, когато това е приложимо.

Същите два типа грешки – в непоследователни и в неясни решения, са открити в четвъртата, свързана с терминологията, подкатегория, като разликата тук е, че те не са обвързани с конкретна междуезикова асиметрия. Непоследователността при прилагането на единен термин може да се разреши с прилагането на предходните стратегии при този тип грешка, като се добавя и възможността за използване на терминологични бази, които са налични в повечето преводчески инструменти на пазара. Грешките при неясен или несъвместим превод на даден термин най-често се отнасят до неологизъм, създаден от съответния бранд или характерен за конкретната сфера на услуги (Таблица 3). Стратегии за решаването на такъв тип проблеми при превода не са предложени поради малкия брой корпусни единици в този тип и извънезиковите, често маркетингови фактори, които трябва да се вземат предвид. Дава се предложение за провеждане на допълнително изследване на този проблем в рамките на конкретен продукт или продукти от една сфера и с по-добър поглед върху тези допълнителни фактори.

ОРИГИНАЛ	ПРЕВОД	ПРОДУКТ	КОНТЕКСТ
Activity // No activity yet.	Дейност // Още няма активност.	Revolut	Заглавие и информационен текст в раздел от приложението, където потребителят да провери активността по картата си.
Spring Recap	Пролетен обзор Recap	YouTube Music	Заглавие на сезонна функционалност, с която потребителите могат да разгледат какво са слушали през изминалия сезон.

**Таблица 3: Примери за грешки при превода на термини и неологизми**



Във втория раздел на четвърта глава се разглеждат грешките от категорията проблеми, свързани с ограничения в макроструктурата, които тук се разделят на три подкатегории, свързани с: променливи елементи, ограничения върху обема на текста и конвенции при стандартни за локала елементи, като мерни единици и валути. Подобно на класификацията в предходния раздел и тук проблемите са разделени на подкатегории според аспекта от главната категория, който се засяга.

След анализ на грешките от корпуса първоначално определените подкатегории в проблемите, свързани с ограничения в макроструктурата, са редуцирани до такива, отнасящи се до: променливи елементи в макроструктурата (при които понякога нередактируемата макроструктура също се проявява като фактор), ограниченията върху обема на текста и стандартните за българския локал формати. Установява се, че грешките от първата категория се проявяват при асиметрии в словореда (при числителни променливи), в категориите род и число, както и във връзка с променливия правопис на предлозите *в* и *с* в българския (примери в Таблица 4).

Грешките от всеки тип се разглеждат и се предлагат решения за избягването им, като се приема, че интернационализацията на макроструктурата в повечето случаи е нежелателна и трудно приложима стратегия. Предложени са следните решения за всеки от типовете грешки:

#### **Словоред при числителни променливи:**

- при неинтернационализирана променлива<sup>2</sup>: избор на именна фраза, в която числителната променлива заема начална позиция;
- при интернационализирана променлива: прилагане на трансформации в ранга и структурата на изходния текст (*rank and structural shifts*, Катфорд 2000), за да се постигне немаркиран словоред в целевия текст.

#### **Предлозите *в* и *с*:**

- използване на кратката форма с двоеточие за намаляване на кохезията;
- замяна на предлога с друг подходящ предлог или с пунктуационен знак;
- прилагане на промяна в класа, за да се избегне предлога: например *в* да стане *тук*, а *с* да стане *включващи*;

---

<sup>2</sup> Неинтернационализирана променлива означава променлива, която не е отделена от изходния код и не е включена в текста за превод – т.е. нейната позиция в текста не може да се промени.

- въвеждане на непроменливо съществително, отговарящо на всички именни стойности, които променливата може да приеме, за да може предлогът да се съгласува с него.

#### **Категорията род:**

- въвеждане на непроменливо съществително, с което елементите да се съгласуват, а променливата да остане в приложение към него (приложимо единствено за интернационализирани променливи или такива, които не заемат начална позиция в изходния текст);
- въвеждане на двоеточие за отслабване на кохезията и използване на среден род;
- използване на среден род за изходен текст, състоящ се от самостоятелно съществително или минало причастие.

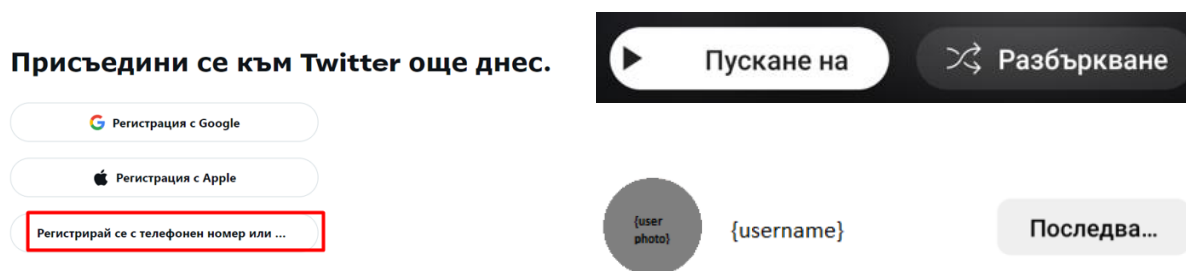
#### **Категорията число:**

- отслабване на кохезията с двоеточие, което да въвежда числителната променлива (приложимо единствено за интернационализирани променливи или такива, които не заемат начална позиция в изходния текст);
- подаване на заявка за интернационализация, ако проектът е в система за управление на преводи (TMS) – тъй като асиметрията в категорията число се среща често спрямо английски, повечето такива системи предлагат функционалности, в които един елемент в оригинала да може да бъде предаден с парадигма от елементи в различните числа на целевия език в зависимост от контекста;
- включване на формите и за единствено, и за множествено число в преводния текст с наклонена черта или в скоби – като последна мярка, когато променливата не е интернационализирана и другите стратегии не са приложими.

<b>ОРИГИНАЛ</b>	<b>ПРЕВОД</b>	<b>РЕШЕНИЕ</b>	<b>ПРОДУКТ</b>
{minutes} remaining	1:36 остават	{minutes} до края // Остават {minutes}	Instagram
Hotels in {city}	Хотели в Варна	Хотели в: Варна // Хотели в гр. Варна // Хотели: Варна	Booking
An unrecognized {device} just logged in near {city}	Непознато Pixel 7a току-що влезе от района на Sofia, Bulgaria	Непознато устройство (Pixel 7a) току-що влезе от района на Sofia, Bulgaria	Instagram
{number} new	1 нови	Нови: 1	Facebook

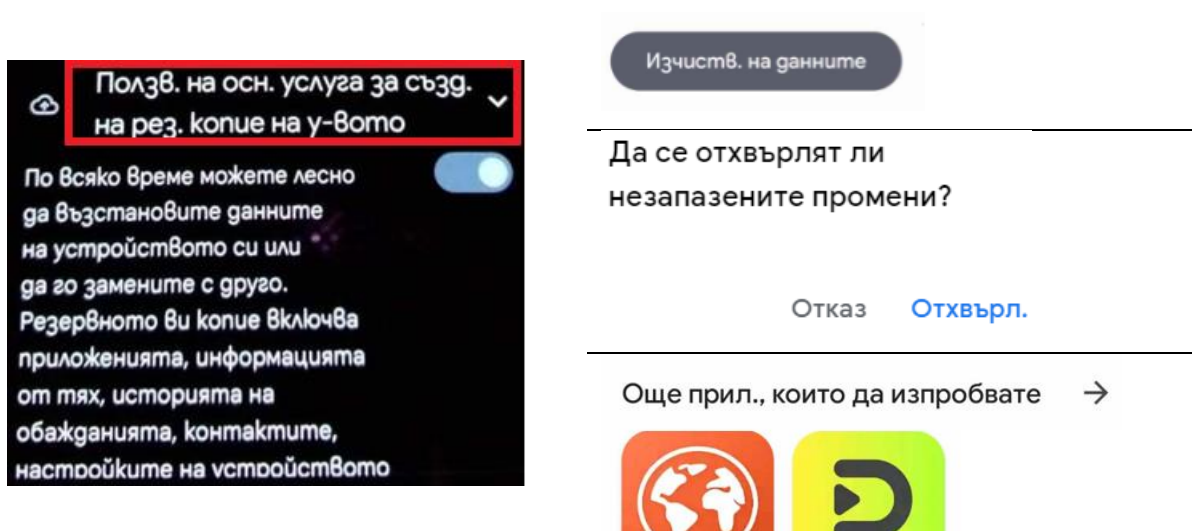
**Таблица 4: Примери за грешки и решения при проблеми с променливи**

Ограниченията върху обема на текста са свързани с недостатъчно гъвкав дизайн в продукта и с факта, че при превод от английски на български текстовете обикновено достигат до 180% от обема на изходния текст (Федотов 2022). Грешките в тази подкатегория са разделени на три вида, като тук типовете не са обвързани с езикови асиметрии, а със сериозността на грешката с оглед на функционалността. Най-сериозният тип грешки от тази подкатегория са тези, при които част от текста е невидим за потребителя и по този начин се възпрепятства разбирането на функционалността в целостта ѝ (Фиг. 6).



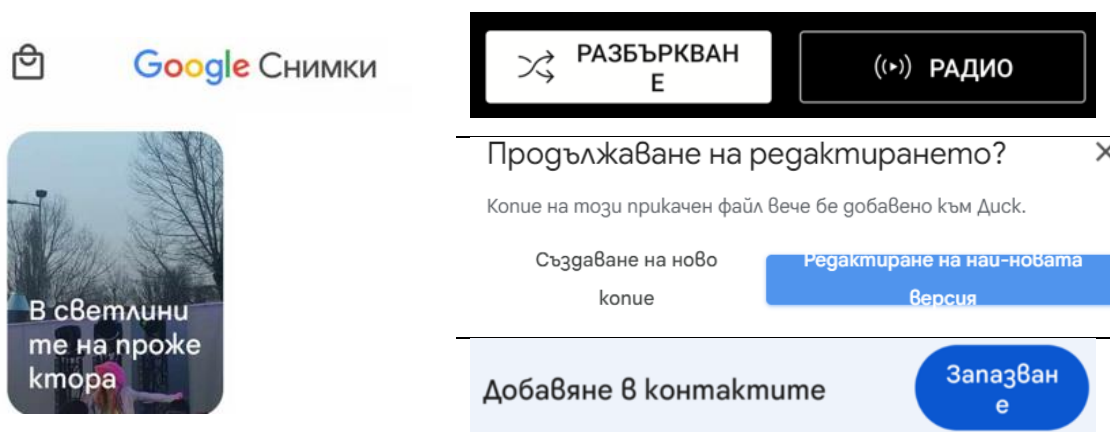
**Фиг. 6** Твърде дълги преводни единици, които нарушават функционалността на продукта в Twitter (ляво), YouTube Music (горе вдясно) и Instagram (долу вдясно)

При вторите по сериозност грешки преводачът е взел предвид ограничението върху обема и е използвал съкращения за преодоляването му. Проблемът при примерите от корпуса обаче е, че съкращенията изглеждат объркващи и/или нарушават потребителското изживяване и могат да бъдат избегнати (Фиг. 7).



**Фиг. 7** Твърде дълги преводни единици с ненужни и нефункционални съкращения в Android (вляво и горе вдясно), Gmail (в средата вдясно) и Google Play (долу вдясно)

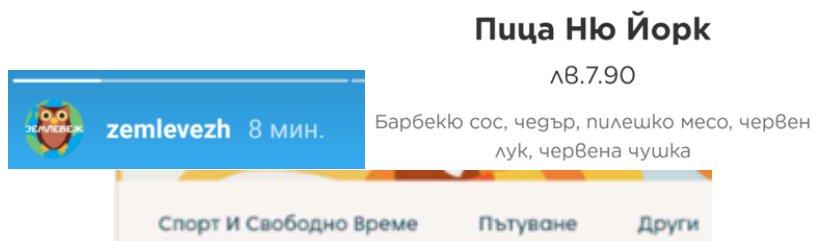
При третия, най-малко сериозен тип текстът е четим, но е частично скрит или „счупен“ на нов ред, нарушавайки потребителското изживяване и целостта на дизайна. (Фиг. 8).



**Фиг. 8** Твърде дълги, но видими преводни единици в Google Photos (вляво), YouTube Music (горе вдясно), Google Drive/Gmail (в средата вдясно) и Android (долу вдясно)

Решенията на този проблем се свеждат до използването на близки по обем еквиваленти чрез изпускане на елементи от изходния текст, промени в категориите, подходящи и ясни съкращения или избор на напълно различен от оригинала функционален еквивалент, като се вземе предвид прагматичния контекст (напр. **Още прил., които да изпробвате** > да стане **Изпробвайте още** >).

В последната подкатегория от този раздел са открити грешки, свързани с разминавания в конвенциите за изписване на валути, на продължителност и за употребата на главни букви в заглавия (Фиг 9). Установява се, че те до голяма степен зависят от интернационализацията на съответните елементи и преводачът има съвсем ограничени възможности. Все пак се посочва, че е необходимо тези асиметрии да се познават, за да може преводачът да ги има предвид при превода на продукти, в които се очаква да се срещат и да избегне грешки от интерференция или да направи интернационализация. Отчита се, че откритите в тази подкатегория грешки са твърде малко, за да се правят повече обобщения и заключения и се препоръчва по-нататъшното им задълбочено проучване.



**Фиг. 9** Грешки при изписването на време при продължителност (*Instagram*), валута (*Glovo*) и заглавия (*Takeaway*)

В последния раздел се разглеждат грешките, дължащи се на недостатъчен контекст, като след анализа им се установява, че те принадлежат към две подкатегории в зависимост от езиковия фактор, довел до грешката. Първата подкатегория се дължи на семантична или морфосинтактична двусмисленост, а втората – на дадена парадигма в целевия език, която не съществува в изходния (примери в Таблица 5). Установява се, че грешките от първата подкатегория в корпуса съответно се дължат на семантична или функционална многозначност, хетеросемия, синкретизъм или синонимия на изходния текст. Пример за такъв тип грешки са преведеният като прилагателно глагол в заповедна форма *Empty* (Фиг. 10) или прилагателното *Free*, преведено като *Свободно* вместо *Безплатно* (Фиг. 11).



**Фиг. 10** Грешка поради липса на контекст и хетеросемия в *Gmail*

ЦЕНА НА ПРОДУКТА	17,99 BGN
ДОСТАВКА	СВОБОДНО ⓘ

**Фиг. 11** Грешка поради липса на контекст и полисемия в *Reserved*

Грешките от втората подкатегория от своя страна се наблюдават в случаи, в които целевият текст може да варира по род, число, определеност, функционален смисъл или пунктуация в зависимост от макроструктурния и прагматическия контекст на изходния текст. Пример за такъв тип грешки са определителният член, използван в превода на *My account*, когато такъв не е необходим в контекста на зададения въпрос (Фиг. 12), и формата на мн.ч., използвана в контекста на числително бройно (което по всяка вероятност е променлива, невключена в изходния текст за превод) и същ. име от мъжки род в превода на *3 replies* като *3 отговори*.

#### От кой акаунт излязохте?

Понякога хората по погрешка влизат в грешен акаунт. Помогнете ни да разберем защо излязохте толкова бързо.

Моят акаунт

Грешен акаунт

3 отговори

← Отговор

**Фиг. 12** Грешка поради липса на контекст и асиметрия в определеността

**Фиг. 13** Грешка поради липса на контекст и асиметрия в категорията число

Тъй като тези грешки са изцяло зависими от наличния в преводния процес и среда контекст, като решение се предлагат стратегии, чрез които преводачът да достигне до необходимия контекст. Тези стратегии включват анализирането на информация за типа услуга в дигиталния продукт, познаването на типа преводна среда и подредбата на изходните елементи за превод в нея, както и комуникацията с други участници в процеса по локализация, като проектни мениджъри, разработчици или клиенти. Предложено е и едно единствено възможно и не напълно издържано решение, което преводачът може да приложи в изходния текст, когато намирането на контекст е невъзможно. Това решение е свързано с изходните преводни единици, които са самостоятелни прилагателни или причастия и за които трябва да се избере подходящата категория род. Като крайна възможна опция се предлага да се използва среден род в превода им, който може да се сметне за неутрален и дори и да се разминава с други елементи в контекста на съответния раздел от продукта, няма да нарушава неговата функционалност.

## ГЛАВА ПЕТА: ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Във въведението на дисертационния труд бяха представени четири изследователски въпроса:

1. Какви проблеми се наблюдават при превода за локализация на продукти за дигитални услуги от английски на български?
2. Има ли проблеми, които са специфични за тази езикова двойка, и тези, които се смятат за универсални, добиват ли нови измерения в зависимост от езиковата двойка, в частност английски-български?
3. Какви са съществуващите решения на тези проблеми, които да попадат в ресора на преводача?
4. Какви препоръки може да се направят, за да се повиши качеството на локализацията от английски на български език, особено с оглед на обучението по превод?

В отговор на първия въпрос е установена типология на проблемите при превода за локализация на продукти за дигитални услуги от английски на български език и типовете грешки, до които тези проблеми водят. Типологията е систематизирана в Таблица 5 по-долу, като е даден и броят открити в корпуса грешки от всяка подкатегория. Като важно откритие се отбелязва, че проблемите и факторите от различните категории нерядко се проявяват в комбинация и е необходимо винаги да се взимат предвид. Прагматическият контекст например винаги ще е от значение, но и макроструктурните ограничения могат да се проявяват при жанровите проблеми и да влияят на избора на еквивалент.

В отговор на втория въпрос се обобщава, че от всички четири подкатегории в жанровите проблеми само свързаните с терминология не могат да се определят като специфични за конкретната езикова двойка. Това заключение се прави въз основа на установените асиметрии, водещи до проблемите в останалите подкатегории. Въпреки всичко трябва да се отбележи, че тези проблеми не се считат за изключително принадлежащи към езиковата двойка, тъй като ще се срещат при превод за локализация към всеки език, проявяващ съответната асиметрия спрямо изходния английски.

Подчертава се, че е необходимо по-задълбочено проучване на проблемите при превода на термини и неологизми, за да се постигнат по-изчерпателни заключения за тях.

КАТЕГОРИЯ	ПОДКАТЕГОРИЯ	ТИП	БР. В КОРПУСА	
<b>ЖАНРОВИ</b>	ФОРМИ НА ОБРЪЩЕНИЕ	НЕПОСЛЕДОВАТЕЛНОСТ	10	
		ЛИПСА НА ГЛАВНА БУКВА	9	
		ПЛУРАЛИЗАЦИЯ НА ПРИЛАГАТЕЛНИ ИМЕНА И МИН. ПРИЧАСТИЯ	12	
	КАТЕГОРИЯТА РОД И АНОНИМНИЯ ПОТРЕБИТЕЛ	МАСКУЛИНИЗАЦИЯ	9	
		ИЗПОЛЗВАНЕ НА СРЕДЕН РОД КАТО НЕУТРАЛЕН ЗА ЛИЧНОСТИ В КОНТЕКСТА НА ИМЕНАТА И ОБРАЗИТЕ ИМ		
		ПРИЗОВАВАЩИ КЪМ ДЕЙСТВИЕ ТЕКСТОВЕ		
	ПРИЗОВАВАЩИ КЪМ ДЕЙСТВИЕ ТЕКСТОВЕ	НЕПОСЛЕДОВАТЕЛНОСТ	3	
		НЕЯСНА ФУНКЦИЯ	6	
	ТЕРМИНИ И НЕОЛОГИЗМИ	НЕПОСЛЕДОВАТЕЛНОСТ	2	
		НЕЯСНОТА ИЛИ НЕСВЪРЗАНОСТ	5	
<b>ОГРАНИЧЕНИЯ В МАКРО-СТРУКТУРАТА</b>	ПРОМЕНЛИВИ ЕЛЕМЕНТИ	СЛОВОРЕД	3	
		ПРЕДЛОЗИ С ПРОМЕНЛИВ ПРАВОПИС	7	
		КАТЕГОРИЯТА РОД	5	
		КАТЕГОРИЯТА ЧИСЛО	2	
	ОГРАНИЧЕНИЯ ВЪРХУ ОБЕМА	ЧАСТИЧНО НЕВИДИМ ТЕКСТ, НАРУШАВАЩ ФУНКЦИОНАЛНОСТТА НА ПРОДУКТА	17	
		ВИДИМ ТЕКСТ, НАРУШАВАЩ ПОТРЕБИТЕЛСКОТО ИЗЖИВЯВАНЕ	12	
		НЕЯСНИ СЪКРАЩЕНИЯ	7	
	СТАНДАРТНИ ЗА ЛОКАЛА ЕЛЕМЕНТИ	ЗА ПРОДЪЛЖИТЕЛНОСТ	2	
		ЗА ВАЛУТА	4	
		ОРТОГРАФСКИ	2	
	<b>НЕДОСТАТЪЧЕН КОНТЕКСТ</b>	И ДВУСМИСЛЕН ИЗХОДЕН ТЕКСТ	ПОЛИСЕМИЯ	3
			ФУНКЦИОНАЛНА ПОЛИСЕМИЯ	5
ХЕТЕРОСЕМИЯ			2	
СИНКРЕТИЗЪМ			1	
СИНОНИМИЯ			2	
И ВЪЗМОЖНОСТ ЗА ВАРИАЦИЯ В ЦЕЛЕВИЯ ТЕКСТ		КАТЕГОРИЯТА РОД	3	
		КАТЕГОРИЯТА ЧИСЛО	9	
		КАТЕГОРИЯТА ОПРЕДЕЛЕНОСТ	4	
		ФУНКЦИОНАЛНА ПОЛИСЕМИЯ	2	
		ПУНКТУАЦИЯ	2	

**Таблица 5. Разширена и прецизирана типология на проблемите и грешките**

От друга страна, въпреки че могат да се сметнат за универсални поради връзката си с технологичното естество на продукта, проблемите поради ограничения в



макроструктурата се проявяват в комбинация с конкретни асиметрии между езиците в двойката. Единствено за проблема при ограничения върху обема може да се каже, че не се дължи на конкретна езикова асиметрия, но той е особено критичен в случая на двойката английски-български, тъй като българският е от езиците, при които се наблюдава най-осезаемо разширяване на текста при превод (Федотов 2022). Това съответно е и проблемът, при който са установени най-много грешки в корпуса – 36 (24% от всички).

В третата категория проблемите, дължащи се на недостатъчен контекст и двусмислие в изходния текст, са универсални и биха се проявили при превод към който и да е целеви език. Точно обратното, проблемите при недостатъчен контекст и възможност за вариация на целевия текст изключително зависят от парадигми, налични в целевия език за разлика от изходния.

В отговор на третия въпрос се описват два основни вида решения, които се предлагат на идентифицираните в дисертационния труд проблеми. Първият тип представлява предложения за преводни промени и стратегии според видовете грешки и съответната междуезикова асиметрия. Тези решения зависят основно от езиковата компетентност на преводача и прилагането им е свързано с конкретния елемент от изходния текст, функцията и контекста му, което дава на преводача възможността да заобиколи ограниченията от технологичния и езиковия контекст. Вторият основен тип решения важат за случаите, в които решения от първия тип са невъзможни или неприложими. Това са по-скоро стратегически действия, които преводачът може да предприеме и които зависят от извънезиковите му компетентности и от познаването на организацията на съответния проект за локализация. Предложения от този втори тип са дадени за избягването на непоследователни решения, както и за получаването на информация за контекста, и важат за всички категории, където недостатъчният контекст и непоследователността са открити като проблем. Установен е и трети, по-малък тип подобни стратегии, дадени под формата на насоки за избиране на подходящ еквивалент,

когато не е налице строго установена конвенция.

В отговор на последния, четвърти въпрос се прави заключението, че в обучението по превод за локализация, освен да се предават познания за процесите, инструментите и участниците като универсални елементи в този специализиран контекст, трябва да се прилага и фокус върху конкретната езикова двойка. В допълнение, задължително трябва да се подчертава ролята на преводача като проактивен участник в процеса по локализация и като посланик и отговорник за целевия език.

Въз основа както на предварително установените ограничения върху настоящото изследване, така и на тези, които възникнаха при провеждането му, се дават няколко предложения за бъдещи изследвания върху проблемите на превода за локализация от английски на български език:

- Изследвания върху конвенциите при избора на регистър и при превода на призоваващи към действие текстове в продукти, които поначало са създадени на български език и за българския пазар – за да се провери хипотезата, че решенията на тези проблеми в локализацията влияят и на конвенциите в целевия език.
- По-задълбочено изследване на превода на термини и неологизми в продуктите за дигитални услуги, както и на конвенциите при стандартните формати в българския локал и проблемите свързани с тях и с технологичната макроструктура зад тях.
- Изследвания, които да надграждат откритията в този дисертационен труд, като ги използват и прилагат в сътрудничество с представители на преводаческата индустрия или на технологични компании, използващи локализационни услуги – така ще са възможни изследвания на процеса в реално време и с достъп до изходните кодове и средата, в която се превежда.

## ЦИТИРАНА ЛИТЕРАТУРА В АВТОРЕФЕРАТА

**Алкан 2017:** Alkan, Sinem Canim. “Position of the translator as an agent in website localization: The case of Turkey”. In: *Journal of Language and Linguistic Studies*, 13(2), 510-525. 2017.

**Арделеан 2014:** Ardelean, Carmen. *Localization: The New Challenge for Translators*. Bucharest: Editura Conspress. 2014.

**Аустърмюл 2006:** Austermühl, Frank.. “Training translators to localize”. In: Pym, Antony, Perekrestenko, Alexander, Starink, Bram. (ed.) *Translation Technology and its Teaching (with much mention of localization)*, 60–81. Tarragona: Servei de Publicacions. 2006.

**Аустърмюл и Мирвалд 2010:** Austermühl, Frank & Mirwald, Christine. “Images of Translators in Localization Discourse”. *T2IN – Translation in Transition*. Trier: Wissenschaftlicher Verlag. Accessed on 1 August 2022. 2010.

**Гуадек 2007:** Gouadec, Daniel. *Translation as a Profession*. Amsterdam and Philadelphia: John Benjamins Publishing. 2007.

**Де ла Кова 2016:** De la Cova, Elena. “Translation Challenges in the Localization of Web Applications”. In: *Sendebare*, № 27, 235–266. 2016.

**Дън 2006а:** Dunne, Keiran J. “Introduction: A Copernican revolution”. In Dunne, Keiran J. (ed.) *Perspectives on Localization*. 1–11. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing. 2006.

**Дън 2006б:** Dunne, Keiran J. “Putting the cart behind the horse: Rethinking localization quality management”. In Dunne, Keiran J. (ed.) *Perspectives on Localization*. 95–117. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing. 2006.

**ЕЛИС Рисърч 2022:** ELIS Research. *ELIS 2022 Results with Notes*. 2022. Accessed on 10

October 2022. <https://elis-survey.org/repository/>

**ЕМТ 2017:** EMT. *European Masters of Translation Competence Framework 2017*. Accessed on 27 September 2021.

[https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/emt\\_competence\\_fw\\_k\\_2017\\_en\\_web.pdf](https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/emt_competence_fw_k_2017_en_web.pdf)

**Еселеник 2000:** Esselink, Bert. *A Practical Guide to Localization*. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing. 2000.

**Еселеник 2006:** Esselink, Bert. “The Evolution of Localization”. In: Pym, Antony, Perekrestenko, Alexander, Starink, Bram. (ed.) *Translation Technology and its Teaching (with much mention of localization)*, 21–29. Tarragona: Servei de Publicacions. 2006.

**Катфорд 2000:** Catford, John Cunnison. “Translation shifts”. In: *The Translation Studies Reader*, Venuti, Laurence (ed.), 141–147. London and New York: Routledge. 2000.

**Кронин 2003:** Cronin, Michael. *Translation and Globalization*. London and New York: Routledge. 2003.

**ЛИСА 2003:** LISA. *Localization Industry Primer. 2<sup>nd</sup> edition*. 2003. Accessed on 8 October 2021. <https://www.immagic.com/eLibrary/ARCHIVES/GENERAL/LISA/L030625P.pdf>

**Ман Хин У 2017:** Man Hin Wu, Frances. *Airline e-commerce globalization competitiveness: Localization error analysis of 23 American and European airline websites*. Master’s Thesis. University of Limerick. 2017.

**Миниуотс Маркетинг Груп 2021:** Miniwatts Marketing Group. *Data for the 27 Member States of the European Union*. 2021. Accessed on 24 September 2021. |

<https://www.internetworldstats.com/europa.htm#bg>

**Мъндей 2016:** Munday, Jeremy. *Introducing Translation Studies: Theories and Applications. Fourth edition*. London and New York: Routledge. 2016.

**Постолеа 2016:** Postolea, Sorina. “Translating in a Specialised Context: Challenges and Risks”. In *Buletinul Institutului Politehnic din Iași* (Bulletin of the Polytechnic Institute of Iasi), LXII(LXVI), f.1, 51–66. 2016.

**Пим 2011:** Pym, Anthony. “Website Localizations”. In: Malmkjær, Kirsten and Windle, Kevin (eds.) *The Oxford Handbook of Translation Studies*, 410–424. Oxford: Oxford University Press. 2011.

**Пим и Торес-Симон 2016:** Pym, Anthony & Torres-Simón, Ester. “The Professional Backgrounds of Translation Scholars. Report on a survey”. *Target* 28(1): 110–131. 2016.  
<http://dx.doi.org/10.1075/target.28.1.05tor>

**СимилърУеб 2021:** SimilarWeb. *Industry Leaders Data*. Accessed on 22 September 2021.  
<https://pro.similarweb.com/>

**Таанонен 2014:** Taanonen, Mari. *Targeting Language Markets through Web Localization: A Case Study of a Digital Cloud Service*. Master’s Thesis. Espoo: Aalto University. 2014.

**Федотов 2022:** Fedotov, Kirill. “Multilingual Desktop Publishing: Tips & Tricks #3”. In: InText Blog. 2022. Accessed on 23 August 2022. [https://intext.eu/blog/dtp\\_3.html](https://intext.eu/blog/dtp_3.html)

**Хименез-Креспо 2009:** Jimenez-Crespo, Miguel A. ‘The evaluation of pragmatic and functionalist aspects in localization: towards a holistic approach to Quality Assurance’. In: *The Journal of Internationalization and Localization*, Volume 1, Issue 1, Jan 2009, p. 60–93. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing. 2009.

**Хименез-Креспо 2013:** Jimenez-Crespo, Miguel A. *Translation and Web Localization*. London and New York: Routledge. 2013.

**Хо 2015:** Ho, George. “Adapting Translator and Interpreter Training to the Job Market”. *Handbook of Research on Teaching Methods in Language Translation and Interpretation, Information Science Reference*. United States of America: IGI Global. 377–391.

2015.

**Чан 2013:** Chan, Sin-wai. “Approaching Localization”. In: *The Routledge Handbook of Translation Studies*. C. Millán, F. Bartrina, eds. 347–362. London and New York: Routledge. 2013.

**Шелър 2010:** Schäler, Reinhard. “Localization and translation”. In: Doorslaer, Luc van, Gambier, Yves (eds.) *Handbook of Translation Studies*. 209–214. Amsterdam/Philadelphia: John Benjamins Publishing. 2010.

## ПРИНОСНИ МОМЕНТИ

1. Това е първият опит за провеждане на обстойно изследване на проблемите при превода и съответните грешки, характерни за контекста на локализацията от английски на български език.
2. Изготвен е корпус от грешки при превод от английски на български в общодостъпни локализирани продукти за дигитални услуги, който може да се използва и доразвива в бъдещи проучвания или за обучения.
3. Развита е типология на проблемите на превода от английски на български език при локализация на продукти за дигитални услуги с оглед на характерните за жанра текстове и комуникативни ситуации, ограниченията поради технологичното естество на продуктите и липсата на контекст. Типологията може да се използва в обучението по превод както в академичен контекст, така и в бизнеса за допълнителна квалификация на практикуващи преводачи. В бизнеса резултатите може да се използват и за повишаване на осведомеността относно проблемите на локализацията от английски на български език на останалите участници в процеса, които също влияят на тези проблеми.
4. Предложена е рамка от преводни решения и стратегии, които може да се интегрират в обучението по превод, както и да се използват в съставянето на справочни материали от преводачески агенции и клиенти, използващи локализационни услуги.
5. Установява се, че е важно да се прилага лингвистичен подход в теориите на превода за локализация, особено при определянето на подходящи за езиковата двойка решения и добри практики, както и за по-доброто разбиране и издигане на ролята на преводача в процеса на локализация.
6. Съответно се установява и че в обучението на превод за локализация като вид специализиран превод е необходимо да се включи и фокус върху езиковата компетентност и по-конкретно върху познаването на асиметриите в преводната двойка езици.

## СПИСЪК С ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМАТА НА ДИСЕРТАЦИОННИЯ ТРУД

1. Тодорова 2022: Todorova, Maria. „Translation Problems in Website Localization from English into Bulgarian: the case of ferryhopper.com“. In: (ред.). *Paisii Hilendarski University of Plovdiv – Bulgaria Research Papers – Languages and Literature*, 59(1/A). Plovdiv: Paisii Hilendarski University Publishing House. 321–331.  
[https://lib.uni-plovdiv.net/bitstream/handle/123456789/1133/NTF\\_2021\\_59\\_1\\_A\\_321\\_331.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://lib.uni-plovdiv.net/bitstream/handle/123456789/1133/NTF_2021_59_1_A_321_331.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
2. Тодорова 2023: Тодорова, Мария. „Проблеми при превода от английски на български в контекста на локализацията“. В: Миланов, В. и Денчева, Д. (ред.), *Съвременно езикознание*, брой 2. София: Университетско издателство „Св. Климент Охридски“, 51–59.
3. Todorova, Maria (под печат): “Forms of Address in Website and Software Localization From English into Bulgarian”. In: *Studia Philologica Universitatis Tarnovensis (series annua)*, 42. ISSN: 2534-9236 (Online) ISSN: 2534-918X (Print). Veliko Tarnovo: Veliko Tarnovo University Publishing House.
4. Todorova, Maria (под печат): “Translating Call-to-Action Texts in Localization from English into Bulgarian”. In: Danova, M. (ed.), *Philologia Journal*, XX. ISSN 0204–8779. Sofia: Sofia University Publishing House.