

Голові спеціалізованої вченої ради
ДФ 26.133.109
у Київському столичному університеті
імені Бориса Грінченка
доктору філологічних наук, професору,
завідувачу науково-дослідної
лабораторії
інтернаціоналізації вищої освіти,
професору кафедри романської
філології
факультету романо-германської
філології
Русудан МАХАЧАШВІЛІ

ВІДГУК

офіційного опонента **ЛЕВЧЕНКО Олени Петрівни**, доктора філологічних наук, професора, завідувача кафедри прикладної лінгвістики Національного університету «Львівська політехніка»

про дисертацію **НОГОВСЬКОЇ Світлани Григорівни** на тему
«Перекладацька адаптація реклами тонізувальних напоїв (на матеріалі дослідницького англійсько-українського паралельного корпусу)»,
подану на здобуття наукового ступеня доктора філософії за спеціальністю
035 – Філологія, галузь знань 03 Гуманітарні науки

1. Актуальність дисертаційної роботи

Дисертаційне дослідження Світлани Григорівни Ноговської виконано в річищі актуальної та затребуваної проблематики на перетині перекладознавства, лінгвістики тексту та корпусних студій. В умовах стрімкої глобалізації та поширення англійської мови як провідного засобу міжнародної маркетингової комунікації науковий аналіз механізмів перекладацької адаптації рекламних текстів набуває особливої теоретичної та практичної значущості.

Реклама тонізувальних напоїв – одного з найдинамічніших і найконкурентніших сегментів FMCG-ринку – це самобутнє явище із виразною стилістичною специфікою, складною поліковою організацією та орієнтацією на масову аудиторію. Разом із тим цей об'єкт донині не ставав

предметом системного перекладознавчого дослідження в українській науці, що і визначає наукову перспективність обраної теми. Своєчасність дослідження підтверджується й методологічним інструментарієм, який авторка обирає: застосування корпусних технологій до перекладознавчого аналізу реклами відповідає сучасним інтегративним тенденціям лінгвістики й перекладознавства, що дедалі більше спираються на емпірично верифіковані, кількісно підтверджені результати.

2. Наукова новизна результатів дисертації

Наукова новизна дисертації є беззаперечною. Уперше в українському перекладознавстві здійснено системне корпусно базоване дослідження перекладацької адаптації англійськомовної реклами тонізувальних напоїв. Значущим є і те, що авторка не лише описує стратегії та тактики перекладацької адаптації, а й пропонує оригінальну концепцію адаптивних перекладацьких стратегій, яка враховує лінгвокультурні очікування українського споживача, специфіку FMCG-сегмента і динаміку жанрових моделей.

Суттєвим внеском є також укладений паралельний корпус рекламних текстів тонізувальних напоїв, який може слугувати репрезентативною емпіричною базою для подальших досліджень у галузі перекладознавства, лінгвістики тексту та рекламного дискурсу. Застосування корпусних технологій у поєднанні з традиційними методами лінгвістичного аналізу відкриває нові методологічні перспективи для вивчення рекламної комунікації.

3. Практичне значення одержаних результатів.

Практична цінність дисертаційного дослідження виявляється у кількох вимірах. По-перше, сформований паралельний корпус є самостійним науковим продуктом, придатним для подальшого використання в перекладознавчих студіях. По-друге, запропонована методика корпусно базованого аналізу рекламних текстів є відтворюваною та може бути застосована до матеріалу інших товарних груп і мовних пар. По-третє,

висновки й рекомендації С. Ноговської мають безпосереднє практичне значення для перекладачів, маркетологів та фахівців у сфері локалізації рекламних кампаній.

Результати дослідження можуть бути ефективно використані у викладанні перекладознавчих дисциплін, зокрема спецкурсів із реклами і PR-комунікації, корпусної лінгвістики, стилістики та теорії перекладу.

4. Наукова обґрунтованість результатів дослідження, наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації.

Об'єктом дослідження є англійськомовні рекламні повідомлення про тонізувальні напої та їхні українськомовні адаптовані відповідники, а предметом – перекладацькі стратегії та трансформаційні тактики, застосовані у процесі адаптації цих текстів. На мою думку, такий вибір об'єкта і предмета є обґрунтованим та методологічно виваженим.

Фактологічну базу дослідження становить спеціально сформований паралельний корпус рекламних текстів тонізувальних напоїв, укладений методом суцільного вибирання з англійсько- та українськомовних інтернет-ресурсів за 2017–2022 рр. (близько 1000 рекламних повідомлень). Репрезентативність корпусу забезпечено хронологічною та жанровою однорідністю матеріалу, чітко описаними принципами добору й анотування одиниць.

Теоретико-методологічну основу праці складає широке коло праць із перекладознавства (А. Гудманян, В. Карабан, Т. Кияк, Ю. Найда, К. Норд, К. Райс та ін.), теорії рекламної комунікації (Д. Огілві, У. Аренс, В. Веллс та ін.) і корпусної лінгвістики, що забезпечує міждисциплінарний підхід і теоретичну обґрунтованість дослідження.

Методи дослідження відповідають меті та завданням дисертаційного дослідження й утворюють взаємодоповнювальний комплекс: описовий, дескриптивний, корпусно базований, зіставний, морфологічний, синтаксичний, стилістичний та квантитативний методи. Поєднання якісних і

кількісних підходів суттєво підвищує достовірність і об'єктивність здобутих результатів.

5. Структура та зміст дисертації, її самостійність, завершеність, відповідність вимогам щодо оформлення й обсягу.

Структура дисертації логічно підпорядкована поставленій меті та завданням. Праця складається зі вступу, трьох розділів із висновками, загальних висновків, списку використаних джерел та переліку джерел ілюстративного матеріалу.

Перший розділ «Теоретико-методологічні засади вивчення реклами у перекладознавчому аспекті» містить ґрунтовний огляд концепцій рекламного дискурсу, систематизацію підходів до типологізації рекламних текстів і детальний аналіз перекладацьких стратегій: еквівалентного перекладу, транскреації, адаптації та локалізації. Такий теоретичний фундамент дослідження дає змогу дійти висновку про наукову ерудованість та системність мислення С. Ноговської.

У другому розділі «Методологічні основи дослідження стратегій перекладу англомовних рекламних повідомлень» переконливо обґрунтовано доцільність застосування корпусних технологій у перекладознавчому аналізі та детально описано принципи укладання й роззначення паралельного корпусу, що відповідає сучасним підходам до опрацювання лінгвального матеріалу.

Третій розділ «Структурно-семантичні та лінгвостилістичні особливості рекламних текстів тонізувальних напоїв у перекладі» є центральним і найбільш повно репрезентує здобутки авторки. У згаданому розділі системно описано архітектоніку рекламного тексту, проаналізовано морфологічну будову та синтаксичну організацію оригінальних і перекладних повідомлень, досліджено взаємодію вербальних і невербальних компонентів. Виявлені закономірності переконливо підтверджено кількісними даними корпусного аналізу. Однак, на мій погляд, не зовсім обґрунтованим є введення теоретичних оглядів до цього розділу.

Застосувавши комплексну методологію та прийоми аналізу, С. Ноговська зробила в дисертації обґрунтовані й об'єктивні висновки.

6. Апробація результатів дослідження.

Отримані в дисертаційному дослідженні результати апробовано на 10 наукових форумах і висвітлено в 4 одноосібних статтях, опублікованих у фахових виданнях України, що входять до категорії Б. Усі названі публікації Світлани Ноговської, їх авторитетна та фахова апробація під час виступів на міжнародних і всеукраїнських наукових конференціях із 2019 до 2025 року відбивають визначені здобувачем ідеї, проаналізований матеріал і висновки.

7. Дотримання академічної доброчесності.

Дисертація перевірялася на унікальність авторського тексту, що дає підстави зробити висновок про відсутність академічного плагіату. Уважаємо, що представлені в опонованій дисертації положення та ідеї є добре продуманими, самостійними, оригінальними. Аналіз тексту роботи дає всі підстави констатувати дотримання здобувачкою вимог академічної доброчесності у повному обсязі.

8. Дискусійні положення дисертації та зауваження.

Загалом позитивно оцінюючи дисертаційне дослідження, належить висловити деякі зауваги та запитання, які, однак, не знижують загального позитивного враження від праці.

1. У дисертації розглянуто тонізувальні напої як єдину категорію, що охоплює чай, каву, енергетики, газовані напої тощо. Чи не доцільно було б під час аналізу чіткіше диференціювати рекламні стратегії для різних підкатегорій, оскільки реклама, скажімо, Red Bull і Lipton Tea суттєво відрізняється за своїми комунікативними моделями?

2. Авторка аналізує матеріал 2017–2022 рр. Ураховуючи стрімкі зміни в рекламній комунікації під впливом соціальних мереж і нових цифрових форматів, чи не вплинув вибраний хронологічний діапазон на повноту картини? Зокрема, як реклама тонізувальних напоїв у соціальних мережах (Instagram, TikTok) корелює з виявленими закономірностями?

3. У розділі про невербальні компоненти рекламних повідомлень авторка приділяє увагу взаємодії вербальних і невербальних елементів, однак питання аудіовізуальних рекламних текстів (відеороликів) висвітлено дещо менш детально порівняно з текстовими форматами. Чи передбачено розширити цей аспект у подальших дослідженнях?

4. Авторка розмежує поняття *транскреації*, *адаптації* та *локалізації* (Таблиця 1.3.1), зазначаючи, що для полікодових текстів доречніше говорити про транскреацію чи локалізацію. Проте під час аналізу коротких вербальних елементів (наприклад, слоганів) межа між адаптацією та транскреацією залишається досить прозорою. Було б корисно деталізувати власне лінгвістичні критерії, за якими перекладацьке рішення в межах одного речення кваліфікується саме як транскреація, а не глибока адаптація.

5. У третьому розділі реалізовано мультимодальний аналіз (колір, графіка, звук). Виникає питання технічного характеру: як візуальні та аудіальні модуси було інтегровано у створений паралельний корпус? Оскільки для вирівнювання використано програму *InterText Editor*, що працює з текстовими форматами (txt, xml), цікаво було б дізнатися, чи застосовано специфічну систему тегування (метароззначення) для фіксації невербальних компонентів безпосередньо в корпусі, чи їхній аналіз здійснено паралельно вручну.

6. Які критерії було покладено в основу розмежування «адаптації» та «транскреації» у практичному аналізі конкретних прикладів? Чи виникали труднощі з атрибуцією окремих перекладацьких рішень до тієї чи іншої стратегії?

7. Безперечно, використання кількісного аналізу — це сильна сторона дисертації, проте, на мою думку, варто було би застосувати тести статистичної значущості (наприклад, chi-square, log-likelihood для порівняння розподілів, або Wilcoxon/Mann-Whitney для відмінностей). Просте порівняння частот недостатньо для того, щоб виявити системні закономірності.

8. На жаль, у тексті дисертації наявна низка стилістичних та технічних огріхів (ужито *установка* замість настанова; у *свою чергу* – своєю чергою; у *цілому* – загалом, *обумовлений* – зумовлений; *наступне* – таке; *компоненту* в род. відмінку - компонента та ін.; *згідно обчислень* – згідно з обчисленнями; *Б. Кримський* – С. Кримський; надуживання пасивними конструкціями).

9. На мою думку, у додатку «Алгоритм створення паралельного корпусу в середовищі програми InterText Editor» подано надто тривіальну інформацію.

Підсумовуючи, належить наголосити, що висловлені зауваження щодо окремих неточностей, міркування та побажання не порушують концептуальної сутності дослідження й у жодний спосіб не знижують наукову цінність виконаної дисертаційної праці.

9. Загальний висновок про рівень набуття здобувачем теоретичних знань, відповідних умінь, навичок та компетентностей.

Дисертаційна праця Ноговської Світлани Григорівни «Перекладацька адаптація реклами тонізувальних напоїв (на матеріалі дослідницького англійсько-українського паралельного корпусу)» є самостійним, науково зрілим і добре структурованим дослідженням, що робить оригінальний внесок у теорію і практику перекладознавства. Авторка продемонструвала глибоке знання предметної галузі, методологічну компетентність і здатність до систематичного аналізу значних масивів мовного матеріалу.

10. Загальна оцінка дисертації і наукових публікацій щодо їхнього наукового рівня з урахуванням дотримання академічної доброчесності та щодо відповідності вимогам.

Дисертаційна робота Світлани Ноговської «Перекладацька адаптація реклами тонізувальних напоїв (на матеріалі дослідницького англійсько-українського паралельного корпусу)» відповідає вимогам п. 6-9 Постанови Кабінету Міністрів України від 12.01.2022 № 44 «Про затвердження Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії» (зі змінами) та наказу Міністерства

освіти і науки України від 12 січня 2017 р. № 40 «Про затвердження вимог до оформлення дисертації», а її авторка заслуговує на присудження ступеня доктора філософії в галузі знань 03 Гуманітарні науки зі спеціальності 035 Філологія.

Офіційний опонент:

Левченко Олена Петрівна

доктор філологічних наук, професор

завідувач кафедри прикладної лінгвістики

Національного університету «Львівська політехніка»

