


Отримано 27.04.26  
Голова спеціалізованої  
вченої ради ДФ 26.133.109  
д.ф.н., проф. Махачашвілі Р.Х.  


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

## РЕЦЕНЗІЯ

**ЧЕРНІКОВОЇ Олександрі Іванівни**, кандидата філологічних наук, доцента кафедри лінгвістики та перекладу Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, на дисертацію **НОГОВСЬКОЇ Світлани Григорівни** на тему **Перекладацька адаптація реклами тонізувальних напоїв (на матеріалі дослідницького англійсько-українського паралельного корпусу)»,** подану на здобуття ступеня доктора філософії за спеціальністю 035 Філологія.

**Актуальність дисертаційної роботи** зумовлена насамперед зростанням нагальності дослідження рекламного дискурсу, що наразі охоплює практично всі сфери суспільного життя. Рекламний дискурс набув такого значення завдяки підвищенню важливості глобальної торгівлі, а також розширенню впливу цифрових платформ і комунікацій. Реклама поступово займає дедалі більше місця в житті пересічної людини, формуючи її культурну ідентичність, цінності та мовну поведінку. Таким чином, можна зазначити, що реклама (перш за все англійськомовна) на даний момент виступає як глобальний комунікативний код, що впливає на споживацьку поведінку людей в усьому світі.

Попри таку велику значимість реклами для суспільства, цей дискурс досі маловивчений: наприклад, питання архітекtonіки рекламного тексту і взаємодії мовних одиниць у ній, а також реалізація її інформативно-персуазивної функції залишаються нерозкритими.

Ще один аргумент щодо актуальності дослідження — сучасні тенденції розвитку перекладознавства як науки. Наразі для системного дослідження

великих масивів інформації (тексту) дедалі частіше використовуються корпусні технології, що роблять такий аналіз емпірично доведеним і допомагають робити статистичні обчислення, знаходити патерни, закономірності. Результати подібного аналізу (кількісні показники) застосовуються перекладачами для вибору перекладацьких рішень, стратегій і технік перекладу конкретного рекламного тексту.

Серед рекламного дискурсу в цілому варто окремо виділити дискурс реклами тонізувальних напоїв, оскільки саме ця ніша сучасного ринку є однією з найдинамічніших і креативно розвинутих. Реклама тонізувальних напоїв задає світові тренди як у сфері маркетингу в цілому, так і в галузі брендингу. Сучасні бренди на кшталт Coca-Cola (Coke), Pepsi, Fanta, Sprite тощо вживають складні комунікаційні рішення, аби привернути увагу своєї аудиторії, що реалізується насамперед шляхом підвищення креативності рекламних креолізованих текстів, використанням їхньої полікодовості з метою впливу на споживача.

**2. Наукова новизна** дисертаційного дослідження перш за все полягає у тому, що дисертантка провела складний багаторівневий аналіз англійськомовних рекламних текстів тонізувальних напоїв, а також ґрунтовно дослідила особливості адаптації їх українською мовою в перекладі. Подібне всебічне дослідження вперше здійснено на матеріалі паралельного корпусу текстів рекламного дискурсу, створеного спеціально задля такої мети. Дисертантка творчо і різнобічно поєднує різні підходи і методи дослідження такого корпусу паралельних текстів, як-от лінгвостилістичний, лінгвостатистичний і структурно-семантичний.

Крім того, в дослідженні здійснено ґрунтовний опис архітекtonіки оригінального (англійськомовного) тексту реклами тонізувальних напоїв. Виявлено його основні складові частини: заголовок, слоган, основний інформаційний блок, кода, утилітарна частина. Також проаналізовано, як ці елементи відтворюються в українському перекладі. Глибоку увагу приділено загальній структурі рекламного тексту тонізувальних напоїв, а також порівнянню

їхнього оригіналу та перекладу (с.108-120); розкрито особливості синтаксичної будови таких текстів (с.140-170).

**3. Теоретичне і практичне значення результатів дисертації.** Теоретичне значення дослідження С. Г. Ноговської передусім визначається тим, що в роботі намічено методологічну базу всебічного структурного аналізу текстів реклами тонізувальних напоїв (с.83-87), детально розглянуто застосування корпусних технологій для перекладознавчого дослідження таких текстів (с.88-98), що переходить у комплексну методику аналізу подібних рекламних повідомлень (с.99), яка може бути застосована в дослідженнях рекламного дискурсу, як загальномовознавчих, так і перекладознавчих.

Практичне, прикладне значення роботи обумовлено можливістю застосування матеріалів дослідження й отриманих результатів як у навчанні практиці перекладу текстів рекламного дискурсу, так і для окремих тем у галузі перекладознавства та мовознавства (креолізовані тексти, полікодові тексти). Крім того, створений дисертанткою корпус текстів із аналізом експресивних конструкцій, риторичних фігур та найчастіше вживаних частин мови може прислужитися для створення перекладацьких глосаріїв.

**4. Наукова обґрунтованість результатів дослідження, наукових положень, висновків і рекомендацій, сформульованих у дисертації,** не підлягає сумніву, оскільки це дослідження є першою спробою узагальнення і ґрунтовного аналізу архітектоніки і структури тексту реклами тонізувальних напоїв як з мовознавчого, так і з перекладознавчого боку, а також першим подібним дослідженням, проведеним на основі спеціально створеного корпусу паралельних текстів. Аргументованість основних положень дисертації також забезпечена величезним обсягом матеріалу — понад 1000 рекламних повідомлень досліджуваної товарної групи, що також залишає неабиякий потенціал для подальших досліджень, якщо екстраполювати методику дисертантки на інші типи текстів рекламного дискурсу. У плані теоретичного забезпечення дисертація використовує як базові, так і новітні, модерні

дослідження українських та зарубіжних науковців, що є дотичними до теми наукової розвідки.

**5. Рівень виконання поставленого наукового завдання та оволодіння здобувачкою методологією наукової діяльності.** На нашу думку, загальний рівень дисертаційної роботи С. Г. Ноговської є високим і таким, що показує розвинену здатність дисертантки до засвоєння й переосмислення теоретичного матеріалу, адаптації існуючих методик і створення власних, авторських. Крім того, у роботі помітна глибока і ґрунтовна обізнаність авторки у науковій проблематиці, яку вона досліджує.

**. Апробація результатів дисертації. Повнота викладу основних результатів дисертації у наукових публікаціях.** Дисертація С. Г. Ноговської належно апробована на 7 міжнародних і 3 всеукраїнських науково-практичних конференціях, а її матеріали адекватно відображені в 4 наукових публікаціях, надрукованих у фахових виданнях України.

**7. Структура та зміст дисертації, її самостійність, завершеність, відповідність вимогам щодо оформлення й обсягу.** Структура роботи повністю відповідає базовій логіці оприлюднення емпіричних досліджень: перший розділ дисертації присвячено теоретичним засадам наукової розвідки (на чому базується дослідження), другий — методологічним засадам і напрацюванню власної методики (як проведено дослідження), а третій — практичній реалізації авторської методики і ретельно обчисленим результатам дослідження (що зроблено). Загальні висновки відображають пройдений дисертанткою шлях у проведенні наукової розвідки.

Розділ 1 дослідження **«Теоретико-методологічні засади вивчення реклами у перекладознавчому аспекті»** розглядає ключові поняття рекламного дискурсу і текстів, що до нього входять, окреслює їхні структурні, семантичні та прагматичні характеристики, а також представляє основні підходи до типологізації таких текстів. Розділ 1 також аналізує перекладацькі стратегії, що їх застосовують для відтворення текстів у сфері рекламної комунікації, а саме еквівалентний переклад, транскреація, адаптація та локалізація, створюючи

підґрунтя для розробки авторської методики аналізу текстів реклами тонізувальних напоїв.

У Розділі 2, «**Методологічні основи дослідження стратегій перекладу англomовних рекламних повідомлень**», висвітлено методологічні основи дослідження перекладацької адаптації текстів реклами тонізувальних напоїв, розглянуто засади і методи аналізу паралельних текстів у цій сфері, зокрема в морфологічному й стилістичному напрямках, а також мультимодальний підхід до дослідження подібних текстів. У цьому розділі обґрунтовано принципи формування дослідницького паралельного корпусу, описано, як саме за його допомогою проводилася обробка даних та їх інтерпретація.

У Розділі 3, «**Структурно-семантичні та лінгвостилістичні особливості рекламних текстів тонізувальних напоїв у перекладі**», йдеться про комплексний аналіз структурно-семантичних і лінгвостилістичних особливостей рекламних текстів тонізувальних напоїв (як англійськомовних, так і їх українськомовних перекладах). Корпусні дані інтегровано з традиційними методами лінгвістичного аналізу, завдяки чому дисертантка проводить ґрунтовний аналіз і надає всеохоплюючу характеристику архітектоніці рекламного тексту, а також його структурним і лінгвостилістичним параметрам. Досліджено як загальну структуру рекламного тексту в оригіналі та перекладі, так і частотність вживання в них різних частин мови, їхніх морфологічних домінантів. Тексти реклами тонізувальних напоїв проаналізовано і в перекладацькому аспекті: розглянуто способи компенсації морфологічних розбіжностей між вихідною і цільовою мовами, проаналізовано синтаксис рекламних повідомлень, прагматику, що стоїть за ними, а також способи їх адаптації українською мовою. Дисертантка приділяє особливу увагу експресивності таких рекламних повідомлень, що дозволяє емоційно впливати на адресата.

**8. Дотримання академічної доброчесності у дисертації та наукових публікаціях. Відсутність (наявність) академічного плагіату, фабрикації, фальсифікації.** Аналіз тексту дисертації С. Г. Ноговської дозволяє стверджувати,

що дисертантка повністю дотрималася вимог академічної доброчесності. Дисертація перевірялася на унікальність авторського тексту, що дає підстави зробити висновок про відсутність академічного плагіату. Текст дисертації не містить фактів ані фабрикації, ані фальсифікації, цитування на покликання на використані джерела оформлено відповідно вимогам.

**9. Дискусійні положення та зауваження до дисертації.** Загалом високо оцінюючи дисертаційне дослідження Світлани Григорівни Ноговської Перекладацька адаптація реклами тонізувальних напоїв (на матеріалі дослідницького англійсько-українського паралельного корпусу)», бажаємо висловити певні зауваження і побажання:

1) Дослідження містить певну кількість хибодруків і пунктуаційних помилок, як-от на с.99 («Інтернет-джерел» пишеться через дефіс, оскільки це прикладка), подекуди порушено правила вживання «в/у» та «і/й». Проте це ніяк не відображається на загальній якості проведеного дослідження та логічності й чіткості викладення тексту.

2) Оскільки підрахунок лем, як зазначено у Розділі 2 (зокрема с.124), проводився автоматично, наскільки можна стверджувати, що статистика вживання різних частин мови коректна для англійськомовних рекламних текстів, з огляду на те, що в українській мові частини мови морфологічно позначені так, що їхні ознаки прослідковуються навіть поза контекстом, натомість в англійській структурні характеристики частин мов часто неочевидні?

На с.141 повідомлення на кшталт «Wake up», «Awaken the Sense» віднесено до розповідних, а не спонукальних речень. Чим обумовлений такий розподіл?

4) На тлі дуже ґрунтовного, можна сказати, прискіпливого, розбору кількісних показників у паралельних текстах, дещо не вистачає аналізу технік перекладу (перетворень), до яких удалися перекладачі в процесі адаптації та транскреації. На нашу думку, це посилює б перекладознавчий аспект дослідження.

**10. Загальний висновок про рівень набуття здобувачем теоретичних знань, відповідних умінь, навичок та компетентностей.** Висловлені

побажання та зауваження жодним чином не ставлять під сумнів міцність наукової бази дослідження, а також не знецінюють теоретичного та практичного значення отриманих дисертанткою результатів і не змінюють загального цілком позитивного враження від дисертації. Ці зауваження і побажання спрямовані насамперед на дискусію в рамках теми дослідження, а також спонукають на подальші наукові пошуки.

**11. Загальна оцінка дисертації і наукових публікацій щодо їхнього наукового рівня з урахуванням дотримання академічної доброчесності та щодо відповідності вимогам.** Дисертація Світлани Григорівни Ноговської «Перекладацька адаптація реклами тонізувальних напоїв (на матеріалі дослідницького англійсько-українського паралельного корпусу)» відповідає п.б-9 «Порядку присудження ступеня доктора філософії та скасування рішення разової спеціалізованої вченої ради закладу вищої освіти, наукової установи про присудження ступеня доктора філософії», затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 12 січня 2022 року, №44 (зі змінами), наказу Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 №40 «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації», затвердженого Міністерством юстиції України 03.02.2017 за №155/30023, а її автор заслуговує на присвоєння наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 03 Гуманітарні науки зі спеціальності 035 Філологія.

Рецензент — кандидат філологічних наук,  
доцент кафедри лінгвістики та перекладу  
Київського столичного університету  
імені Бориса Грінченка



Олександра ЧЕРНІКОВА

КИЇВСЬКИЙ СТОЛИЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ БОРИСА ГРИНЧЕНКА  
Код ЄДРПОУ 45307965  
ВЛАСНИЙ ПІДПИС  
Чернікова О. (п.б)  
Засвідчую  
Лобівіг Олександр В.К. (пр.д.а)  
Л. Матвійко