

**Рішення разової спеціалізованої вченої ради ДФ 26.133.109
про присудження ступеня доктора філософії**

Здобувачка ступеня доктора філософії Ноговська Світлана Григорівна, 1991 року народження, громадянка України, освіта вища: закінчила у 2014 році Національний університет «Львівська Політехніка» за спеціальністю «Прикладна лінгвістика», з 2016 року й дотепер працює помічником декана з ІКТ та старшим викладачем кафедри лінгвістики та перекладу Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, виконала акредитовану освітньо-наукову програму «Філологія».

Разова спеціалізована вчена рада ДФ 26.133.109 Київського столичного університету імені Бориса Грінченка виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), місто Київ, від 26 березня 2026 року № 242, у складі:

Голова разової спеціалізованої вченої ради:

МАХАЧАШВІЛІ Русудан Кирилівна, доктор філологічних наук, професор, завідувач науково-дослідної лабораторії інтернаціоналізації вищої освіти, професор кафедри романської філології Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Рецензенти:

КОЛЕСНИК Олександр Сергійович, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри германської філології Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка;

ЧЕРНІКОВА Олександра Іванівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри лінгвістики та перекладу Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Офіційні опоненти:

ПОВОРОЗНЮК Роксолана Владиславівна, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри теорії і практики перекладу з англійської мови Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка;

ЛЕВЧЕНКО Олена Петрівна, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри прикладної лінгвістики Інституту комп'ютерних наук та інформаційних технологій Національного університету «Львівська політехніка».

На засіданні 19 травня 2026 року прийняла рішення про присудження ступеня доктора філософії з галузі знань 03 Гуманітарні науки Ноговській Світлані Григорівні на підставі прилюдного захисту дисертації «Перекладацька адаптація реклами тонізувальних напоїв (на матеріалі дослідницького англійсько-українського паралельного корпусу)» за спеціальністю 035 Філологія.

Дисертацію виконано у Київському столичному університеті імені Бориса Грінченка виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), місто Київ.

Науковий керівник: Козачук Андрій Михайлович, кандидат філологічних наук, завідувач кафедри лінгвістики та перекладу Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка.

Дисертацію подано у вигляді спеціально підготовленого рукопису. Дисертація Ноговської Світлани Григорівни на тему «Перекладацька адаптація реклами тонізувальних напоїв (на матеріалі дослідницького англійсько-українського паралельного корпусу)» подана на здобуття ступеня доктора філософії з галузі знань 03 Гуманітарні науки за спеціальністю 035 Філологія є завершеною, самостійною роботою, що містить науково обґрунтовані результати, актуальність, наукову новизну, теоретичне та практичне значення і відповідає пп. 6-9 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 12.01.2022 р. № 44 (зі змінами), наказу Міністерства освіти і науки України від 12.01.2017 р. № 40 «Про затвердження Вимог до оформлення дисертації», затвердженого Міністерством юстиції України 03.02.2017 р. за № 155/30023. Дисертація Ноговської Світлани Григорівни та наукові публікації, в яких висвітлено наукові результати дисертації, виконано на належному науковому рівні з дотриманням академічної доброчесності. Ноговська Світлана Григорівна на високому рівні оволоділа методологією науково-дослідницької діяльності, набула теоретичних знань, відповідних умінь, навичок та компетентностей. Здобувачка вільно володіє матеріалом.

Здобувачка має 14 наукових публікацій (усі одноосібні), із яких: 4 у наукових виданнях, включених на дату опублікування до переліку наукових фахових видань України, 10 публікацій, у яких додатково відображено результати дисертації.

1. Ноговська, С. (2021). Теоретико-методологічні підходи до аналізу рекламного тексту у сучасних лінгвістичних та перекладознавчих студіях. *Актуальні питання іноземної філології*, 15, 76–85, <https://doi.org/10.32782/2410-0927-2021-15-11>

2. Ноговська, С. (2022) Особливості відтворення англійських рекламних текстів тонізуючих напоїв українською мовою: корпусне експериментальне дослідження. *Закарпатські філологічні студії*, 2 (22). 182-189 <https://doi.org/10.32782/tps2663-4880/2022.22.2.33>

3. Nohovska, S. (2024). Corpus-based Technologies in the Translation Study of Tonic Drink Advertisements: An Algorithm of Analysis Procedure. *Studia Philologica*, 1 (22), 137–148. <https://doi.org/10.28925/2412-2491.2024.2210>

4. Ноговська, С. (2025). Морфологічна структура англійських та українських рекламних текстів тонізуювальних напоїв: порівняльне

У дискусії взяли участь голова і члени разової спеціалізованої вченої ради та висловили зауваження та побажання:

МАХАЧАШВІЛІ Русудан Кирилевна, доктор філологічних наук, професор, завідувач науково-дослідної лабораторії інтернаціоналізації вищої освіти, професор кафедри романської філології Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, побажання:

1. У своїй роботі дисертантка зверталася до процедури лематизації як до однієї з метрик визначення характеристик паралельного корпусу та самостійно розробила лематизатор, кастомізований під характеристики корпусу рекламних текстів. На нашу думку, роботу додатково підсилило б розроблення мультимодального парсера – програми, яка захоплювала б за певними параметрами вербальні й невербальні компоненти, що в подальшому полегшило б вибірку рекламних текстів, зокрема те, як вони процесуються мовними інструментами.

2. Здобутком дисертаційного дослідження є вручну прописаний протокол анотації розподілу частиномовних слововживань у рекламному дискурсі. Однак, на нашу думку, його необхідно вдосконалити шляхом автоматизації, щоб програма здійснювала анотацію з урахуванням усіх параметрів (аудіовізуальних, культурних, емоційних, мультимодальних).

3. Дисертаційне дослідження вирізняється ґрунтовним аналізом рекламного дискурсу та вдалою інтеграцією методів корпусної лінгвістики. Водночас, на нашу думку, роботу можна було б додатково посилити шляхом ширшого залучення порівняльного матеріалу з інших типів медіадискурсу, що дало б змогу чіткіше окреслити специфіку саме рекламної комунікації та підвищити репрезентативність отриманих результатів.

4. Беззаперечною перевагою дисертації є детальне опрацювання мовного матеріалу та розроблення власного інструментарію аналізу. Разом із тим, на нашу думку, дослідження виграло б від ширшого представлення статистичної верифікації отриманих результатів, що дало б змогу ще переконливіше обґрунтувати виявлені закономірності функціонування рекламного дискурсу.

КОЛЕСНИК Олександр Сергійович, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри германської філології Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, зауваження та побажання:

1. У роботі предмет дослідження визначається через різні поняття – «рекламні повідомлення», «рекламний дискурс», «рекламний текст», «текст як різновид прагматичного дискурсу», а також «мультимодальне повідомлення». Оскільки зазначені категорії не є повністю тотожними й репрезентують різні рівні аналізу, доцільно було б чіткіше окреслити межі предмета дослідження та послідовно дотримуватися обраного поняттєвого апарату.

2. Об'єкт дослідження визначено як «перекладацькі стратегії та техніки (трансформаційні тактики), що застосовуються в процесі адаптації». Водночас співвідношення між поняттями «стратегія», «техніка» і «тактика» не отримує достатнього теоретичного обґрунтування. На нашу думку, робота виграла б від чіткішого розмежування цих категорій та пояснення їхньої ієрархії у межах перекладацького процесу.

3. У таблиці на с. 79 транскреція, локалізація та адаптація подані як тактики, однак стратегія, яку вони реалізують, не конкретизується. Було б доцільно детальніше пояснити логіку такого класифікаційного підходу та уточнити функційне співвідношення між стратегіями й тактиками перекладу.

4. Загалом у роботі поняття перекладацьких стратегій і тактик не завжди отримують належне логічне та функційне обґрунтування. В окремих випадках відповідні положення подані радше як констатація відповідностей, ніж як результат аналізу вмотивованих перекладацьких рішень. На нашу думку,

детальніше висвітлення механізмів перекладацького вибору посилило б перекладознавчий аспект дослідження.

5. Певного уточнення потребує інтерпретація функціональної послідовності компонентів рекламного тексту, представлена в таблиці 3.1.1. Зокрема, атрактивний комплекс, на нашу думку, передусім має виконувати функцію привернення уваги та формування інтересу потенційного споживача, тоді як наративно-дескриптивний комплекс уже сприяє створенню ситуативного образу рекламованого об'єкта. Крім того, окремі приклади, зокрема структура «Our goal is to become a 100% sustainable business», потребують точнішого функційного тлумачення, оскільки демонструють радше асертивно-констативний, ніж наративний характер.

6. Дискусійним видається трактування лексичного повтору як засобу експресивного синтаксису. Наведені у роботі приклади не завжди демонструють ознаки синтаксичного ізоморфізму чи специфічної синтаксичної організації, характерної для анафори або епіфори. У зв'язку з цим доцільно було б точніше аргументувати критерії віднесення лексичного повтору до засобів експресивного синтаксису.

7. Певної термінологічної та методологічної конкретизації потребує опис методів дослідження. У роботі паралельно використовуються поняття «опис», «описовий метод» і «дескриптивний аналіз», однак їх співвідношення та функційне навантаження не цілком зрозумілі. На нашу думку, доцільно було б чіткіше окреслити методологічний інструментарій і уникнути термінологічних дублювань або неоднозначностей.

8. Потенційно перспективними для дослідження є положення щодо нейрокогнітивного потенціалу сторітелінгу, однак вони залишаються недостатньо розкритими та аргументованими. Зокрема, потребують уточнення твердження про неврологічні механізми впливу сторітелінгу, процес формування образу бренду через художню оповідь, а також зміст понять «засоби когнітивної категоризації» та «іконо-міфологічна структура».

Детальніше теоретичне обґрунтування цих аспектів посилює концептуальну цілісність дослідження.

ЧЕРНИКОВА Олександра Іванівна, кандидат філологічних наук, доцент кафедри лінгвістики та перекладу Факультету романо-германської філології Київського столичного університету імені Бориса Грінченка, зауваження та побажання:

1. Оскільки підрахунок лем, як зазначено у Розділі 2 (зокрема на с. 124), здійснювався автоматизовано, доцільно було б детальніше окреслити рівень коректності статистики вживання різних частин мови в англійськомовних рекламних текстах. Зокрема, варто врахувати специфіку англійської мови, у якій структурні характеристики частин мови нерідко є контекстуально залежними й не завжди мають чітке морфологічне маркування, на відміну від української мови. Додаткове пояснення принципів автоматичного аналізу та можливих обмежень методики посилює аргументованість отриманих результатів.

2. Потребує уточнення класифікація повідомлень на кшталт «Wake up», «Awaken the Sense» (с. 141), які віднесено до розповідних, а не спонукальних речень. Було б доцільно конкретизувати критерії такого розподілу, оскільки наведені конструкції формально та функціонально мають ознаки спонукальних висловлювань.

3. На тлі дуже ґрунтовного розбору кількісних показників у паралельних текстах, дещо не вистачає аналізу технік перекладу (перетворень), до яких удалися перекладачі в процесі адаптації та транскреації рекламних текстів. На нашу думку, такий аналіз дозволив би глибше розкрити механізми досягнення прагматичної еквівалентності та посилив би перекладознавчий аспект дослідження.

ПОВОРОЗНЮК Роксолана Владиславівна, доктор філологічних наук, професор, професор кафедри теорії і практики перекладу з англійської мови Навчально-наукового інституту філології Київського національного університету імені Тараса Шевченка, зауваження та побажання:

1. У роботі простежується певна термінологічна варіативність у позначенні предмета дослідження, зокрема використання формулювань «переклад реклами», «переклад рекламних текстів/повідомлень» та «рекламний переклад». Оскільки зазначені поняття можуть співвідноситися з різними аспектами аналізу – процесуальним, текстовим і функційним, – доцільно було б чіткіше розмежувати їх у межах дослідження та уніфікувати термінологічний апарат роботи.

2. У низці фрагментів дослідження спостерігається термінологічна надлишковість, зокрема в поєднанні близьких за змістом понять на кшталт «прагматичний потенціал» і «впливовий ефект». На нашу думку, більш послідовне використання поняттєво-категоріального апарату сприяло б підвищенню точності й логічної чіткості наукового викладу.

3. Використані в роботі терміни «індекс ключовості», «фраза-відлуння» тощо, попри їхню зрозумілість у контексті дослідження, не належать до усталеного термінологічного апарату сучасного перекладознавства. У зв'язку з цим доцільно було б детальніше окреслити їхній зміст, джерела походження та методологічний статус у межах дослідження.

4. Застосований у роботі корпусний і квантитативний інструментарій є загалом коректним і репрезентативним, однак окремі статистичні показники (частиномовний розподіл, середня довжина слова і речення, коефіцієнти лексичної щільності та синтаксичної різноманітності) не завжди отримують достатню перекладознавчу інтерпретацію. На нашу думку, глибший зв'язок між кількісними параметрами та аналізом перекладацьких стратегій і прагматичної адаптації рекламних текстів посилив би аналітичну цінність дослідження.

5. У процесі аналізу ілюстративного матеріалу частина прикладів не супроводжується перекладними відповідниками, що дещо ускладнює перевірку запропонованих інтерпретацій. Було б доцільно більш послідовно подавати фрагменти оригіналу та перекладу паралельно, оскільки це підвищило б переконливість аналітичних висновків.

6. У межах корпусу дослідження поєднано різні типи рекламних повідомлень – друковані тексти, слогани у візуальній рекламі, елементи телереклами – без достатнього жанрово-медійного розмежування. На нашу думку, окреме врахування специфіки різних рекламних форматів та відповідних перекладацьких стратегій дозволило б зробити аналіз більш методологічно послідовним і диференційованим.

ЛЕВЧЕНКО Олена Петрівна, доктор філологічних наук, професор, завідувач кафедри прикладної лінгвістики Інституту комп'ютерних наук та інформаційних технологій Національного університету «Львівська політехніка», зауваження та побажання:

1. Варто звернути увагу на те, що в дисертації тонізувальні напої розглянуто як єдину категорію, що охоплює різні типи продукції – чай, каву, енергетики, газовані напої тощо. Було б доцільно, аби авторка чіткіше диференціювала рекламні стратегії окремих підкатегорій, оскільки їхні комунікативні моделі та способи впливу на аудиторію можуть суттєво відрізнятися. Такий підхід дозволив би глибше розкрити специфіку рекламного дискурсу різних сегментів ринку.

2. Доцільно було б ширше обґрунтувати вибір хронологічних меж дослідження (2017 – 2022 рр.) з огляду на стрімкий розвиток цифрової реклами та соціальних мереж. Зокрема, окремої уваги заслуговує питання співвідношення виявлених закономірностей із сучасними форматами рекламної комунікації в Instagram, TikTok та інших цифрових платформах. Такий аналіз сприяв би актуалізації результатів дослідження в контексті сучасних медійних тенденцій.

3. У межах мультимодального аналізу, представленого в третьому розділі, було б доречно детальніше висвітлити технічні аспекти інтеграції візуальних та аудіальних модусів до створеного паралельного корпусу. Зокрема, цікаво було б уточнити, чи застосовувалася спеціальна система тегування невербальних компонентів у середовищі InterText Editor, чи їхній аналіз здійснювався окремо вручну. Таке уточнення дозволило б повніше оцінити методологічну складову дослідження.

4. Безперечно, кількісний аналіз є однією із сильних сторін дисертації, однак доцільно було б доповнити його застосуванням тестів статистичної значущості для підтвердження виявлених закономірностей. Використання відповідних статистичних методів дало б змогу зробити результати дослідження більш аргументованими та переконливими з наукового погляду.

5. Варто звернути увагу на наявність окремих стилістичних і технічних огріхів у тексті дисертації, зокрема випадків невдалого слововживання, порушення мовних норм і надуживання пасивними конструкціями. Усунення таких неточностей сприяло б покращенню наукового стилю викладу та загального сприйняття роботи.

6. На нашу думку, доцільно було б розширити або змістовно ускладнити додаток «Алгоритм створення паралельного корпусу в середовищі програми InterText Editor», оскільки подана інформація має дещо загальний і тривіальний характер. Детальніше висвітлення практичних аспектів роботи з корпусом підвищило б прикладну цінність додатка для дослідників і практиків.

7. Аргументованість відповідей здобувачки на запитання членів спеціалізованої вченої ради свідчить про високий рівень її науково-практичної компетентності, готовність презентувати та аргументовано відстоювати результати своєї наукової роботи.

Результати відкритого голосування:

«За» – 5 членів ради,

«Проти» – немає.

На підставі результатів відкритого голосування разова спеціалізована вчена рада ДФ 26.133.109 присуджує Ноговській Світлані Григорівна ступінь доктора філософії з галузі знань 03 Гуманітарні науки за спеціальністю 035 Філологія.

Відеозапис трансляції захисту дисертації додається.

Голова разової спеціалізованої
вченої ради ДФ 26.133.109



Русудан МАХАЧАШВІЛІ