

## РЕЦЕНЗІЯ

на наукову роботу KINO,  
(шифр роботи)

представлену на Конкурс студентських наукових робіт  
зі спеціальності «Переклад»

№ з/п	Характеристики та критерії оцінки рукопису наукової роботи	Рейтингова оцінка. Максимальна кількість балів (за 100-бальною шкалою)	Бали
1	Актуальність проблеми	10	9
2	Новизна та оригінальність ідей	20	19
3	Використані методи дослідження	15	13
4	Теоретичні наукові результати	15	9
5	Рівень використання наукової літератури та інших джерел інформації	5	3
6	Ступінь самостійності роботи	20	18
7	Якість оформлення	5	5
8	Недоліки роботи (пояснення зниження максимальних балів у пунктах 1-9):		
8.1	Проблеми перекладу інтернет-реклами справді є надзвичайно актуальною темою в галузі перекладу. Однак, власні назви фільмів, до яких зводиться дослідження, дещо зміщують акцент і ступінь актуальності. У формулюванні актуальності акцентовано власне англійськомовну рекламу, що відповідно нівелює перекладознавчий аспект, адже у роботі йдеться також і про функціонально-прагматичні особливості відтворення інтернет-реклами українською мовою.		
8.3	Зазначені методи дослідження мають більшою мірою лінгвістичне спрямування. Також не вказаний перекладознавчий аналіз, з допомогою якого можна було б показати якісні та кількісні характеристики того чи іншого способу перекладу назви фільму.		
8.4	Теоретичні результати – дещо обмежені. Передусім, незрозумілими є об'єкт та предмет дослідження, зокрема вказується термін «перекладацькі параметри», який не отримав визначення у роботі. Не зазначено, що йдеться про переклади саме українською мовою; до того ж, в об'єкті заявлені кінопостери, тоді як в огляді перекладів йдеться винятково про назви фільмів, що є лише частиною кінопостера, тож предмет можна вважати частково нерозкритим. З огляду на те, що у першому та другому розділах перекладознавчий аспект не розкрито, третій розділ не має зв'язку з попередніми. Прийоми перекладу розглядаються на основі короткого огляду понять еквівалентність та адекватність, де приклади назв фільмів та їхнього перекладу слугують лише як ілюстративний матеріал, не підкріплений аналізом заявленого функціонально-		

	прагматичного аспекту реклами, що так детально розглядається у перших двох розділах, та міг мати дуже цікаві результати.		
8.5	Наукова література та джерела дослідження мають здебільшого загальнолінгвістичне спрямування. Перекладозанвчі дослідження представлені дуже обмежено і не були належно опрацьовані для здійснення задекларованого аналізу зіставлення оригіналу та перекладу.		
8.7	Мова роботи – стилістично відповідає вимогам. Бібліографічний опис здійснений за правилами, з невеликою кількістю відхилень.		
9	Наукові публікації	10	10
Сума балів			86

Загальний висновок: рекомендується для захисту на науково-практичній конференції

30 березня 2022 року