

РЕЦЕНЗІЯ

на наукову роботу Земля
(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 | 8 |
| 2 | Новизна та оригінальність ідей | 20 | 15 |
| 3 | Використані методи дослідження | 15 | 8 |
| 4 | Теоретичні наукові результати | 15 | 8 |
| 5 | Рівень використання наукової літератури та інших джерел інформації | 5 | 3 |
| 6 | Ступінь самостійності роботи | 20 | 20 |
| 7 | Якість оформлення | 5 | 5 |
| 8 | Недоліки роботи (пояснення зниження максимальних балів у пунктах 1-9): | | |
| 8.1 | У роботі практично не використано сучасних західних теоретичних джерел з перекладознавства, що стосуються конкретної теми. Зокрема, переклад реклами доречно було б розглянути крізь призму скопус-теорії. Відповідно, й аналіз перекладів у роботі здебільшого прескриптивний, орієнтований суто на текст-джерело. | | |
| 8.2 | Аналіз конкретних прикладів реклами подекуди виглядає непереконливо. Наприклад, важко погодитися з твердженням автора, що українське слово «мужик» - це реалія-прізвисько, «шашлик» - це слово-лакуна, що вказує на національну належність (с. 16), а вислів “Just come by” у рекламі ломбарду може означати “Проходьте повз” і бути антирекламою для не-американців (с. 22) тощо. | | |
| 9 | Наукові публікації | 10 | 0 |
| Сума балів | | | 67 |

Загальний висновок: рекомендується для захисту на науково-практичній конференції

29 березня 2022 року