

3. Chesterman, A. (1997). *Memes of translation: The spread of ideas in translation theory*. John Benjamins.
4. Kress, G. (2010). *Multimodality: A social semiotic approach to contemporary communication*. Routledge.
5. Pedersen, J. (2011). *Subtitling norms for television: An exploration focusing on extralinguistic cultural references*. John Benjamins.
6. Reiss, K. (2014). *Translation criticism: The potentials and limitations* (E. F. Rhodes, Trans.). Routledge.

Ніконова В. Г.

*Національна академія Служби безпеки України
(Київ, Україна)*

МЕДІАДИСКУРС ЯК ПРОСТІР ГЛОБАЛІЗАЦІЙНИХ ЗМІН: ЛІНГВОКУЛЬТУРНИЙ ТА ПЕРЕКЛАДОЗНАВЧИЙ АСПЕКТИ

Сучасний етап розвитку суспільства характеризується інтенсивними глобалізаційними процесами, що зумовлюють трансформацію комунікативних практик і формування нового інформаційного середовища. Одним із ключових феноменів цього середовища постає медіадискурс, у багатовимірному просторі якого відбувається інтенсивна взаємодія мов, культур та ідеологій. Глобалізаційні процеси зумовлюють не лише прискорення обміну інформацією, а й трансформацію способів її концептуалізації, репрезентації та інтерпретації. У цьому контексті медіадискурс функціонує як динамічний простір, у якому перетинаються процеси глобалізації, цифровізації та міжкультурної комунікації, лінгвокультурні смисли та перекладацькі стратегії.

Сучасний медіадискурс постає не лише як сукупність медіатекстів, але і як динамічна система виробництва, поширення й інтерпретації смислів у межах масової комунікації (Добросклонська, 2014; Сизонов, 2013), як складна система взаємодії мовних, соціокультурних і прагматичних чинників, що визначають способи інтерпретації інформації аудиторією (Коритнік, Баранова, 2020). У цьому контексті глобалізація сприяє трансформації медіапростору в напрямі зростання міжкультурних контактів і стирання інформаційних кордонів, що, своєю чергою,

зумовлює інтенсифікацію обміну дискурсами різних лінгвокультур (Рябокін, Капіталова, 2022).

Лінгвокультурний аспект медіадискурсу виявляється у специфіці концептуалізації дійсності. Особливої ваги набувають концептуальні метафори, які структурують складні суспільно-політичні явища через більш зрозумілі образи. Концептуальні метафори репрезентується через мовні засоби (культурно марковану лексику, фразеологізми, метафори, неологізми), які є характерними для певної культури і які закріплюють національно специфічні смисли та сприяють інтерпретації подій у межах певної лінгвокультури. Особливу роль у медіадискурсі відіграють неологізми, які є індикаторами актуальних соціокультурних змін. Вони виникають як реакція суспільства на нові явища політичного, економічного та технологічного характеру й швидко поширюються через медіа. Такі одиниці часто мають яскраве оцінне або ідеологічне навантаження, що ускладнює їх переклад і вимагає врахування прагматичних параметрів комунікації. У цьому контексті мова медіа як носій культурно зумовлених значень виступає не лише інструментом передавання інформації, а й механізмом формування колективних уявлень, ціннісних орієнтирів та інтерпретаційних моделей сприйняття світу.

Масмедійні тексти не лише відображають соціальну реальність, а й активно її конструюють, формуючи домінантні наративи, ідеологеми та ціннісні орієнтири суспільства (Свідер, 2024), водночас відтворюючи специфіку національних картин світу й адаптуючи їх до глобальної аудиторії. Це знаходить вияв у використанні культурно маркованої лексики, метафоричних моделей, символів і прецедентних феноменів, що потребують відповідного тлумачення в іншомовному середовищі. Наприклад, в українському масмедійному тексті про міжнародну підтримку України – *Україна залишається форпостом демократії в Європі, стримуючи хвилю нової “імперської експансії”, що загрожує безпеці*

всього цивілізованого світу – відбувається не лише опис подій, а й їх ідеологічне конструювання: метафора *форпост демократії* формує образ України як передової лінії захисту цінностей Заходу; словосполучення *імперська експансія* задає негативно оцінний наратив щодо іншої сторони конфлікту; вираз *цивілізований світ* створює бінарну опозицію «свої – чужі», що є типовим для ідеологем українського масмедійного тексту. Для міжнародної аудиторії така метафорика може потребувати адаптації або пояснення.

Таким чином, медіадискурс постає як динамічний простір взаємодії мови і культури, у якому відображаються та водночас конструюються соціальні смисли.

Перекладознавчий аспект медіадискурсу пов'язаний із проблемою адекватного відтворення змісту та впливового потенціалу медіатекстів у різних мовах і культурах і набуває особливої ваги в умовах глобалізації, де переклад виступає ключовим механізмом міжкультурної комунікації. У цій сфері переклад виходить за межі суто лінгвістичної операції, набуваючи характеру міжкультурного посередництва, що забезпечує доступ до інформації шляхом її адаптації до іншомовної аудиторії з урахуванням культурних, прагматичних і жанрових особливостей. Відтак перекладач змушений балансувати між точністю передачі інформації та орієнтацією на очікування цільової аудиторії, відтворюючи не лише зміст, а й інтенції, ідеологічні акценти та комунікативні стратегії оригіналу. У цьому контексті переклад медіатекстів потребує не лише лінгвістичної еквівалентності, а й дискурсивної адекватності, що передбачає адаптацію прагматичних, стилістичних і культурних параметрів повідомлення.

Перекладач постає як медіатор між культурами, забезпечуючи адекватне відтворення комунікативних інтенцій автора (Голіяд, 2025), при цьому особливої актуальності набувають питання передачі неологізмів, ідеологічно маркованої лексики та дискурсивних стратегій, які формують специфіку сучасного медіадискурсу. Наприклад, у сучасному англійськомовному медіадискурсі активно функціонує неологізм *fake news*, який виник як реакція на поширення

дезінформації в цифровому середовищі та особливо активно закріпився в політичній комунікації після виборчих кампаній у США. Первісно нейтральний за структурою, цей вираз набув виразного ідеологічного й оцінного навантаження, оскільки почав використовуватися не лише для позначення неправдивих новин, але й як інструмент дискредитації опонентів у публічному просторі. У перекладацькій практиці його відтворення в українських медіа («фейкові новини», «дезінформація», іноді нульове транскодування *fake news*) залежить від контексту та прагматичної інтенції мовця, що демонструє складність передачі неологізмів із вираженою ідеологічною складовою.

У глобалізованому медіапросторі важливого значення набувають стратегії локалізації, фреймінгу та трансформації дискурсивних структур. Зокрема, один і той самий факт може бути представлений по-різному залежно від культурних і політичних контекстів, що вимагає від перекладача глибокого розуміння дискурсивних практик. Водночас переклад може виступати інструментом впливу, сприяючи формуванню певних інтерпретацій подій у міжнародному інформаційному просторі.

Таким чином, медіадискурс як простір глобалізаційних змін постає інтегративним феноменом, що характеризується взаємодією універсалізаційних і диференціаційних тенденцій: з одного боку, спостерігається стандартизація медіамови та поширення глобальних комунікативних моделей, з іншого – актуалізація національно-культурної специфіки. Водночас медіадискурс охоплює глобалізаційні процеси, лінгвокультурні трансформації та перекладознавчі стратегії, що формують сучасну комунікативну парадигму, а його дослідження відкриває перспективи для глибшого розуміння механізмів формування сучасної картини світу й особливостей міжкультурної комунікації в умовах глобалізованого інформаційного простору. У цьому контексті лінгвокультурний і перекладознавчий підходи дають змогу комплексно дослідити зазначені процеси,

виявити механізми конструювання смислів і визначити роль мови як інструменту глобальної комунікації.

Перспективи подальших досліджень полягають у поглибленому аналізі взаємодії медіадискурсу з новими цифровими платформами, а також у вивченні перекладацьких практик у контексті гібридних форм комунікації, що виникають унаслідок розвитку глобальних медіа.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Голіяд Н. І Роль перекладу в міжкультурному та політичному діалозі. *Modern Philology*. 2025. № 3. С. 34–39.
2. Добросклонська Т. Г. Медіалінгвістика: системний підхід до вивчення мови ЗМІ. Київ: КНУ імені Тараса Шевченка, 2014. 312 с.
3. Коритнік Д. Ю., Баранова С. В. Медіадискурс як різнопланове явище сучасних медіадосліджень. *Нова філологія*. 2020. № 80. С. 266–271.
4. Рябокінь Н. О., Капіталова Т. І. Медійний дискурс як сфера суспільної комунікації. *Нова філологія*. 2022. № 86. С. 145–150.
5. Свідер І. Основні особливості сучасного медіадискурсу. *Актуальні проблеми філології*. 2024. № 12. С. 78–82.
6. Сизонов Д. Ю. Медіатекст та медіадискурс у сучасному медійному просторі. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2013. 256 с.

Образцова Т. В.

*Київський національний лінгвістичний університет
(Київ, Україна)*

ПРОБЛЕМИ ВІДТВОРЕННЯ УКРАЇНСЬКИХ ТОПОНІМІВ АРАБСЬКОЮ МОВОЮ В КАРТОГРАФІЧНИХ СЕРВІСАХ GOOGLE

Картографічні сервіси, зокрема Google Maps, протягом останніх десятиліть стали невід'ємною частиною цифрової інфраструктури та повсякденного життя користувачів. Вони широко застосовуються для навігації, планування маршрутів і отримання інформації про географічні об'єкти, а їх глобальне охоплення формує уявлення про топоніміку різних країн. За даними компанії Google, щомісячна аудиторія сервісу перевищує 2 мільярди користувачів (Google, 2025), що підкреслює значення точності відображення географічних назв.