

УДК 811

DOI <https://doi.org/10.24919/2308-4863/92-2-33>**Анна ОЧКОВСЬКА,***orcid.org/0000-0001-5842-3792*

кандидат філологічних наук,

старший викладач кафедри англійської філології та перекладу

Житомирського державного університету імені Івана Франка

(Житомир, Україна) ochkovska.anna@gmail.com

Ольга РЕМБАЧ,*orcid.org/0000-0003-0595-1502*

кандидат педагогічних наук, доцент,

доцент кафедри мовознавства

Хмельницького університету управління та права імені Леоніда Юзькова

(Хмельницький, Україна) olga.ukr@ukr.net

Юлія САБАДОШ,*orcid.org/0000-0002-2850-1224*

доктор філософії у галузі педагогічних наук,

доцент кафедри іноземних мов

Вінницького національного технічного університету

(Вінниця, Україна) avataric87@gmail.com

ІДЕОЛОГІЯ ТА ПЕРЕКЛАД: ЯК ЗМІНЮЄТЬСЯ ЗМІСТ АНГЛОМОВНОГО ТЕКСТУ В ЗАЛЕЖНОСТІ ВІД СОЦІОКУЛЬТУРНОГО КОНТЕКСТУ РЕЦИПІЄНТА

Статтю присвячено дослідженню феномену ідеологічних зсувів у перекладі англomовних медійних текстів та виявленню закономірностей зміни їхнього змісту залежно від соціокультурного контексту реципієнта. У центрі уваги перебувають новинні повідомлення та пресрелізи міжнародних організацій і провідних медіа, перекладені українською мовою, зокрема матеріали НАТО, Європейської Комісії, Reuters та The Economist у перекладах українських медіа, таких як Укрінформ і НВ. У статті простежено, як зміна комунікативного простору впливає на семантичну та прагматичну структуру тексту, а також як переклад перетворюється на інструмент ідеологічної адаптації та культурної репрезентації. Доведено, що в англomовних оригіналах переважає технократична нейтральність, формальна точність і обережність у поданні фактів, що відповідає стандартам глобальної журналістики та міжнародної дипломатичної риторики. Натомість в українських перекладах, особливо у воєнний період, спостерігається тенденція до посилення емоційності, конкретизації й експресивного оновлення змісту. Такі зміни реалізуються через вибір лексики («непохитна підтримка України», «готовність до рішучих дій»), через переосмислення рамок подій (заміна фрейму «процедурної політики» на «фрейм солідарності» або «героїчної боротьби»), а також через посилення видимості акторів, коли замість безособових форм («the Alliance», «the Commission») з'являються персоналізовані конструкції («Україна визначає пріоритети», «Генсек НАТО Єнс Столтенберг заявив»). У статті показано, що перекладацькі рішення не є лише технічною операцією, а відображають процес соціокультурної інтерпретації. Вони формують національно релевантну версію події, адаптуючи міжнародну інформацію до потреб і очікувань локальної аудиторії. Така адаптація сприяє створенню образу України як активного суб'єкта міжнародного діалогу, здатного не лише приймати, а й задавати смислові орієнтири в комунікативному просторі. Особлива увага приділена співвідношенню офіційного та незалежного дискурсів. Якщо державні агентства прагнуть зберегти баланс між нейтральністю та легітимністю, то незалежні медіа орієнтуються на залучення читача через експресивність, оцінність та аналітичне тлумачення подій. Такий підхід формує новий тип інформаційного тексту – перекладену інтерпретацію, що поєднує функції повідомлення і коментаря. Встановлено, що переклад у сучасній медіакомунікації виконує подвійну роль – комунікативну та репрезентативну. З одного боку, він забезпечує доступ до глобального інформаційного простору, а з іншого – трансформує повідомлення, відтворюючи його у межах локальної системи цінностей.

Ключові слова: переклад медійних текстів, ідеологічний зсув, соціокультурна адаптація, фреймування, лексична трансформація, медіадискурс, національна репрезентація.

Anna OCHKOVSKA,

orcid.org/0000-0001-5842-3792

Candidate of Philological Sciences,

Senior Lecturer at the Department of English Philology and Translation

Zhytomyr Ivan Franko State University

(Zhytomyr, Ukraine) ochkovska.anna@gmail.com

Olha REMBACH,

orcid.org/0000-0003-0595-1502

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,

Associate Professor at the Department of Linguistics

Leonid Uzkov Khmelnytskyi University of Management and Law

(Khmelnytskyi, Ukraine) olga.ukr@ukr.net

Yuliia SABADOSH,

orcid.org/0000-0002-2850-1224

PhD in Pedagogical Sciences,

Associate Professor at the Department of Foreign Languages

Vinnytsia National Technical University

(Vinnytsia, Ukraine) avataric87@gmail.com

IDEOLOGY AND TRANSLATION: HOW THE MEANING OF AN ENGLISH TEXT CHANGES DEPENDING ON THE SOCIOCULTURAL CONTEXT OF THE RECIPIENT

The article explores the phenomenon of ideological shifts in the translation of English media texts and identifies the patterns of meaning transformation depending on the sociocultural context of the recipient. The focus is on news reports and press releases issued by international organizations and leading media outlets such as NATO, the European Commission, Reuters, and The Economist as translated into Ukrainian by national media platforms including Ukrinform and NV. The study traces how the shift in communicative context affects the semantic and pragmatic structure of the text and how translation becomes an instrument of ideological adaptation and cultural representation. It is shown that English originals are characterized by technocratic neutrality, formal precision, and cautious presentation of facts, consistent with the standards of global journalism and diplomatic discourse. In contrast, Ukrainian translations, particularly during wartime, tend to reinforce emotionality, concreteness, and expressive renewal of meaning. These transformations are realized through lexical choices («unwavering support for Ukraine,» «readiness for decisive action»), re-framing of events (substituting the frame of «procedural policy» with that of «solidarity» or «heroic struggle»), and increased visibility of actors, where impersonal forms («the Alliance,» «the Commission») are replaced by personalized expressions («Ukraine sets its priorities,» «NATO Secretary General Jens Stoltenberg stated»). The article argues that translation decisions are not merely technical operations but reflect processes of sociocultural interpretation. Translators create nationally relevant versions of events, adapting international information to the needs and expectations of the local audience. Such adaptation contributes to shaping the image of Ukraine as an active subject of international dialogue, capable not only of receiving but also of generating new meanings within the global communicative space. Particular attention is paid to the interplay between official and independent discourses. While state agencies tend to maintain a balance between neutrality and legitimation, independent media aim to engage readers through expressiveness, evaluative tone, and analytical interpretation. This approach gives rise to a new type of informational text – a translated interpretation that combines the functions of both message and commentary. The study concludes that translation in contemporary media communication performs a dual role: communicative and representational. On the one hand, it ensures access to the global information space; on the other, it transforms messages, reconstructing them within the boundaries of local cultural values.

Key words: media translation, ideological shift, sociocultural adaptation, framing, lexical transformation, media discourse, national representation.

Постановка проблеми. Питання ідеологічних зсувів у перекладі набуває особливої ваги в умовах глобалізованої медіакомунікації, коли тексти транслюються між аудиторіями з різними соціокультурними очікуваннями. Переклад, зокрема новин і пресрелізів, стає не лише інструментом інформування, а й засобом вторинного констру-

ювання реальності. Актуальність проблеми ідеологічних зсувів у перекладі зумовлена зростанням ролі міжкультурної медіакомунікації в умовах глобалізованого інформаційного простору. Сучасний переклад новинних матеріалів і пресрелізів виходить за межі суто лінгвістичної операції, оскільки він стає інструментом формування суспільної

думки, конструювання національних наративів і переосмислення міжнародних подій у локальному контексті. Відповідно, від перекладача вимагається не лише відтворення змісту, а й інтерпретація тексту в координатах соціокультурних очікувань аудиторії. Особливої ваги це питання набуває у період воєнного протистояння, коли мовні рішення у перекладі інформаційних повідомлень прямо впливають на колективні уявлення про солідарність, стійкість і національну ідентичність.

Аналіз досліджень. Огляд наукових джерел показує, що проблема ідеологічних зсувів у перекладі медійних текстів має міждисциплінарний характер і розглядається у контексті глобальної комунікації, політичного дискурсу та когнітивних стратегій фреймування. У сучасних дослідженнях медіапереклад трактується не лише як лінгвістична операція, а як соціокультурний акт, який формує певну картину світу для цільової аудиторії. У працях зарубіжних дослідників простежується тенденція до розгляду перекладу новин як процесу адаптації змісту до локальних ідеологічних контекстів. Зокрема, доведено, що редакційні політики міжнародних агентств визначають не лише формальну структуру текстів, а й семантичне навантаження ключових понять, пов'язаних із політичною нейтральністю або, навпаки, із маркуванням позиції сторін. Укладачі збірника *Translation in Global News*, які наголошують на тому, що переклад у глобальних новинних потоках є частиною механізму виробництва ідеології через добір фокусів, цитат і заголовків (Conway & Bassnett 2006). Концепція перекладу як політичної дії, представлена у дослідженні (Schäffner & Bassnett 2010), підкреслює, що будь-який акт трансляції інформації між мовами є водночас актом інтерпретації та репрезентації.

У контексті лексичної адаптації цінним є спостереження про зміну емоційного регістру новинних текстів у процесі перекладу. На матеріалі англomовних і перських ЗМІ (Azodi, Salmani 2015) показано, що ступінь експресивності та модальності безпосередньо залежить від ідеологічної спрямованості медіа. Цей висновок підтверджують і сучасні українські дослідження, де відзначено, що переклад новин супроводжується семантичними конкретизаторами й підсилювачами, спрямованими на емоційне залучення читача (Волощук, Жмаєва 2020).

Аналіз рамування подій у медіадискурсі (Song; Дем'янчук 2024) демонструє, що перекладач або редактор може зсувати фокус події, надаючи їй нового когнітивного центру. Якщо в

англomовних джерелах переважає фрейм «процесурної політики», то в перекладених версіях активізуються фрейми «солідарності», «рішучості» чи «героїчної боротьби» (Нагорна 2024). Подібні трансформації, як показують дослідження, стають характерною рисою воєнного медіаполя, де переклад виконує мобілізаційну функцію.

Особливу увагу в сучасних роботах приділено питанню агентності. У міжнародних текстах провідним актором виступає інституція, що забезпечує об'єктивність і дистанційованість викладу, тоді як в українських перекладах, навпаки, відбувається персоніфікація дії – у центрі стоїть Україна або конкретні політичні лідери (Самаріна, Шахматова 2024). Такі зрушення відображають процес націоналізації глобальних подій та переосмислення ролі країни в міжнародному дискурсі.

На рівні маркування джерел і оцінок спостерігається поєднання формальної нейтральності з прагненням до підвищення достовірності через подвійне атрибутування («з посиланням на Reuters», «повідомляє пресслужба НАТО»). Це явище пояснюється практиками новинних агентств, описаними у дослідженнях (Conway & Bassnett 2006), де переклад і редагування розглядаються як ланки одного процесу створення інформаційного продукту. Українські автори додають до цього аспекту питання етичної відповідальності перекладача, який через мовні засоби може впливати на тональність і сприйняття матеріалу (Одрехівська 2024).

У ширшому контексті проблематика ідеологічних зсувів у перекладі пов'язується з критичним дискурс-аналізом, який дозволяє виявляти латентні ідеологічні маркери у структурі тексту (Дем'янчук 2024), а також із постколоніальними підходами, що пояснюють переклад як акт символічного відновлення суб'єктності (Одрехівська 2024). Сукупність цих досліджень формує методологічне підґрунтя для аналізу перекладу як багатовимірного соціолінгвістичного процесу, у якому мовна форма, комунікативна стратегія та ідеологічна позиція взаємодіють у створенні нового медійного смислу.

Метою статті є виявлення механізмів ідеологічної адаптації під час перекладу англomовних медійних текстів українською мовою та визначення закономірностей трансформації смислів у процесі переходу між комунікативними просторами. Для досягнення цієї мети поставлено такі завдання: здійснити порівняльний аналіз англomовних і українських версій офіційних і незалежних медійних текстів (NATO, European Commission, Reuters, The Economist – NATO,

Європейська Комісія, Укрінформ, НВ); охарактеризувати основні стратегії ідеологічного зсуву в перекладі через призму таких параметрів: лексичного добору, рамкування події, видимості акторів та маркування джерел/оцінок; визначити, як переклад функціонує як інструмент національної репрезентації в умовах глобальної інформаційної взаємодії.

Виклад основного матеріалу. Лексичний рівень виявляє найочевидніші механізми ідеологічної адаптації, оскільки саме вибір слова чи виразу найчастіше сигналізує про прагматичну орієнтацію тексту. В англомовних офіційних джерелах НАТО та Європейської Комісії переважає технократична нейтральність, що виявляється у використанні уніфікованих та процедурних одиниць – *deterrence*, *exercise*, *unwavering support*, *policy mechanism*. Зазначені лексеми не несуть емоційного забарвлення, вони покликані підкреслити стабільність і послідовність політики Альянсу та ЄС, демонструючи дистанцію від будь-яких оцінних або конфронтаційних відтінків. Така лексика формує образ інституцій, що діють у межах усталених процедур і поза політичними пристрастями.

Українські переклади цих текстів, зокрема пресрелізів НАТО й Єврокомісії, зберігають ключову термінологію, проте розширюють її семантичне поле за рахунок конкретизацій і контекстуальних підсилювачів. Так, у повідомленнях для української аудиторії з'являються конструкції на кшталт «сигнал супротивнику», «готовність Альянсу до рішучих дій», «непохитна підтримка України». Такі номінації виконують подвійне завдання: з одного боку, вони адаптують інформацію до емоційно насиченого воєнного контексту, а з іншого – підтримують наратив стійкості та оборонної солідарності, що є релевантним для локального реципієнта. Отже, лексична конкретизація перетворює безособову міжнародну комунікацію на національно забарвлену промову, де ключові гасла – безпека, рішучість, союзництво – набувають експресивного змісту.

Англомовний матеріал агентства Reuters, орієнтований на глобальну аудиторію, витримано в стилі інституційної обережності: численні конструкції *sources said*, *it was unclear*, *according to a European official* сигнализують про стандарт журналістської неупередженості та прагнення уникнути політичної інтерпретації. У перекладі ж для українського державного агентства *Укрінформ* простежується лексична адаптація під українську перспективу: додано уточнення «пріоритетні потреби України», «координація Генсека НАТО»,

«підтримка союзників». Такі модифікації зсувають фокус із технічної процедури на вигоду для української сторони, виводячи Україну з об'єкта фінансування в позицію суб'єкта партнерських відносин.

У перекладах *The Economist* – НВ простежується дещо інший тип лексичної стратегії – термінологічна симетрія. Переклад есе Валерія Залужного здійснено з високим рівнем відповідності до оригіналу: військові терміни (*positional warfare*, *counter-battery*, *mine barriers*, *electronic warfare*) передано точно, без емоційних нашарувань. Однак редакційне оформлення перекладу в українському медіа модифікує загальну тональність тексту: заголовок «Як Україні перемогти у позиційній війні» звучить набагато емоційніше, ніж оригінальне *How to win it*, надаючи тексту елемент мотиваційного пафосу. Таким чином, навіть за високої еквівалентності на рівні термінів, лексичне рамкування заголовка змінює прагматичний ефект від аналітичного роздуму до заклику до дії.

Узагальнюючи, можна стверджувати, що лексика перекладів демонструє три головні тенденції: 1) зсув від процедурної нейтральності до емоційно-мобілізаційного тону; 2) зростання кількості конкретизаторів, що наближують глобальні поняття до українських реалій; 3) посилення національної самоідентифікації через ключові семантичні вузли («підтримка України», «готовність», «стійкість»).

Фреймова структура повідомлення визначає, які аспекти події подаються як центральні, а які – як периферійні. В англомовних офіційних текстах НАТО та Єврокомісії превалює фрейм «рутинної політики безпеки»: навчання, програми, механізми підтримки зображуються як частина регулярної діяльності інституцій. Цей тип рамкування підкреслює стабільність міжнародного порядку й передбачуваність дій організацій. Українські переклади, натомість, зміщують фокус у бік «демонстрації сили та солідарності»: замість «планових навчань» часто акцентується «сигнал супротивнику» або «рішучість Альянсу». Таким чином, переклад надає події динамічного, навіть конфронтаційного виміру, що краще узгоджується з воєнною ситуацією та очікуваннями внутрішньої аудиторії.

Рамкування перекладів матеріалів Reuters для Укрінформ також змінює семантичну перспективу. В оригіналі подія описується як «інституційне рішення у сфері фінансів», тобто як технічна реформа всередині НАТО. У перекладі ж вона подається як «підтримка України союзниками», що вводить елемент національного нара-

тиву. Такий зсув показує, як медійний переклад перетворює технічну новину на політичний сигнал солідарності.

У випадку The Economist – НВ рамкування має іншу природу: в обох версіях зберігається аналітична структура «проблема – аналіз – рішення», проте українська редакція додає наратив героїчної стійкості, який відчутно підсилює емпатію читача. Фрейм «стратегічного аналізу» залишається, але в українському тексті він отримує додаткове етичне вимірювання – боротьба не лише за тактичну перевагу, а й за моральну правоту.

Параметр агентності дозволяє простежити, хто у тексті виступає активним діячем, а хто – лише контекстним елементом. В англомовних текстах, особливо в офіційних пресрелізах НАТО, ЄС і Reuters, провідним агентом є інституція, а не окремі особи. Дії приписуються «the Alliance», «the Commission», «officials», «sources», що створює образ колективної відповідальності та знеособленої професійності. Така стратегія підкреслює глобальний, а не національний вимір події.

В українських перекладах спостерігається протилежна тенденція – посилення персональної та національної агентності. У повідомленнях часто з'являються конкретні діячі: «Генсек НАТО Єнс Столтенберг», «Президентка Єврокомісії Урсула фон дер Ляєн», «українські військові», «Збройні сили України», що надає текстові персоналізованого виміру, роблячи його ближчим до читача. Водночас Україна, яка в оригіналах часто згадується як об'єкт політики чи допомоги, у перекладах перетворюється на активного суб'єкта: «Україна визначатиме пріоритети», «Україна отримає кошти», «Україна співпрацює». Таким чином, переклад відображає процес націоналізації міжнародних подій, коли глобальні ініціативи осмислюються крізь призму українського досвіду й участі.

На рівні джерел оригінальні англомовні тексти дотримуються стандартів формальної безоцінності. Навіть коли вживаються прикметники з позитивною семантикою (*unwavering*, *collective deterrence*), вони є частиною дипломатичного етикету, а не справжньої оцінки. Однак переклади для українських ЗМІ виявляють цікаву тенденцію: державні агентства, як-от Укрінформ, активно вказують подвійне атрибутування («з посиланням на Reuters», «повідомляє пресслужба НАТО»), що створює ефект документальної достовірності й одночасно звільняє перекладача від відповідальності за інтерпретацію. Таким чином, подвійна атрибуція виконує функцію «щитка об'єктивності», дозволяючи відтворити інформацію в національному полі, але без прямої участі у формуванні оцінки.

Іншу стратегію демонструють незалежні медіа, такі як НВ. Тут джерело маркується прозоро («переклад есе з The Economist»), але до тексту додається короткий вступ чи редакційна ремарка, що створює інтерпретаційне поле для читача. Такі елементи не є прямими оцінками, проте задають емоційно-смысловий вектор, адже текст прочитується не лише як аналітичний матеріал, а й як свідчення моральної сили українського опору. Отже, навіть зберігаючи точність і фактологічну достовірність, перекладач і редакція стають співтворцями ідеологічного значення, модифікуючи комунікативний ефект оригіналу.

Отримані результати засвідчують, що переклад у сучасному медійному просторі функціонує як ідеологічний медіатор, який адаптує текст до очікувань і ціннісних орієнтацій цільової аудиторії. Міжнародні англомовні джерела тяжіють до універсальної нейтральності, уникають емоційної насиченості та дотримуються жанрових норм офіційного чи аналітичного стилю. Натомість українські переклади, особливо у воєнний період, демонструють тенденцію до емоційно-мобілізаційного оновлення: без порушення змістової еквівалентності вони вводять додаткові конотації, що підсилюють почуття солідарності, впевненості й патріотизму.

Держава та офіційні агентства (НАТО, ЄК, Укрінформ) прагнуть до нейтралізації і водночас легітимації, їхня мова стандартна, обережна, сповнена інституційних кліше. Ці тексти формують «фон стабільності», в якому події набувають характеру контрольованих і передбачуваних. Водночас незалежні українські медіа, зокрема НВ, використовують експресивно-пояснювальні стратегії, орієнтовані на залучення читача до процесу інтерпретації. Таким чином, міждержавні тексти виступають джерелом фактів, а незалежні переклади – інструментом їх ідеологічного осмислення.

Особливо виразною є динаміка «видимості акторів». Якщо в англомовних джерелах актором є колективна інституція, то в українських перекладах – конкретні лідери та, насамперед, сама Україна, що відображає процес націоналізації міжнародного дискурсу, коли глобальні ініціативи отримують нове значення в межах локальної культурної рамки. Через мову перекладу формується не лише інформаційна, а й символічна картина світу, у якій Україна постає не як пасивний одержувач допомоги, а як рівноправний учасник міжнародного діалогу.

Висновки. Таким чином, переклад у медійному контексті виконує подвійну роль – комунікативну і репрезентативну. З одного боку, він забез-

печує доступ до інформації світових агентств, а з іншого – реконструює її зміст у відповідності до соціокультурної ідеології реципієнта. Саме в цій трансформації (від нейтрального повідомлення до національно маркованого тексту) проявляється

найцікавіший аспект сучасної перекладацької практики, який демонструє, що будь-який переклад у політичному та інформаційному дискурсі неминує є актом інтерпретації, оцінки та позиціонування.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Білецька О. О. Переклад інформаційно-новинних текстів у контексті глобалізації. *Молодий вчений*. 2016. № 12. С. 210–214. http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=molv_2016_3_153
2. Волощук Ю., Жмаєва Н. Специфіка перекладу англомовних новинних текстів українською мовою (на матеріалі новинних текстів ОБСЄ). *Науковий вісник ПНПУ ім. К. Д. Ушинського*. 2020. № 31. С. 164–181 <https://www.lingstud.od.ua/archive/2020/31/11.pdf>
3. Дем'янчук О. Фрейм як засіб формування у ЗМІ негативної суспільної думки. *Наукові записки НаУКМА. Серія: Філологічні науки*. 2024. Т. 7. С. 132–139. <https://doi.org/10.18523/3041-1718.2024.1.2.3-13>
4. Нагорна Ю. О. Фреймінг у сучасному регіональному новинному теледискурсі. *Обрії друкарства*. 2024. № 1 (15). С. 202–212. [10.20535/2522-1078.2024.1\(15\).307822](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1(15).307822)
5. Одрехівська І. Деколоніальність, українська література і переклад. *Language. Literature. Folklore*. 2024. № 2. С. 81–88. <https://doi.org/10.26661/2414-9594-2024-2-11>
6. Самаріна В.В., Шахматова О. В. Масмедійний дискурс та переклад. *Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Сер.: Філологія*. 2024. № 66. С. 266–271 <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2024.66.58>
7. Azodi J., Salmani B. The Impact of Ideology on Translation of News Stories. *Advances in Language and Literary Studies*. 2015. Vol. 6, No. 1. P. 163–171. <http://dx.doi.org/10.7575/aiac.all.v6n.1p.163>
8. Conway K., Bassnett S. (eds.). *Translation in Global News* (Warwick Working Papers). Coventry : University of Warwick, 2006. 129 p.
9. Schäffner C., Bassnett S. (eds.). *Political Discourse, Media and Translation*. Newcastle upon Tyne : Cambridge Scholars Publishing, 2010. 256 p.
10. Song Y. Ideology in Translation-Mediated Framing of Direct Quotations in the News. *inTRAlinea: Online Translation Studies Journal*. 2025. URL: https://www.intralinea.org/archive/article/Ideology_in_Translation (дата звернення: 10.10.2025).
11. NATO holds annual nuclear exercise: Steadfast Noon. Supreme Headquarters Allied Powers Europe (SHAPE). 11.10.2024. URL: <https://shape.nato.int> (дата звернення: 13.10.2025).
12. НАТО проводить щорічні ядерні навчання – «Стедфаст нун». NATO.int (укр. версія). 14.10.2024. URL: <https://www.nato.int> (дата звернення: 13.10.2025).
13. EU confirms unwavering support for Ukraine (IP_25_1016). *European Commission. Press corner*. 08.04.2025. URL: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner> (дата звернення: 13.10.2025).
14. ЄС підтверджує непохитну підтримку України (IP_25_1016). *Європейська Комісія. Press corner*. 08.04.2025. URL: <https://ec.europa.eu/commission/presscorner> (дата звернення: 13.10.2025).
15. Slattery G., Stone M., Stewart Ph. US, NATO developing novel funding mechanism for Ukraine weapons transfers. *Reuters*. 01.08.2025. URL: <https://www.reuters.com> (дата звернення: 13.10.2025).
16. США та НАТО розробляють новий механізм фінансування поставок зброї Україні – *Reuters. Укрінформ*. 02.08.2025. URL: <https://www.ukrinform.ua> (дата звернення: 13.10.2025).
17. Zaluzhnyi V. Modern positional warfare and how to win it. *The Economist*. 01.11.2023. URL: <https://infographics.economist.com> (дата звернення: 13.10.2025).
18. Як Україні перемогти у позиційній війні: повний переклад програмного есе Залужного в The Economist. НВ. 02.11.2023. URL: <https://www.nv.ua> (дата звернення: 13.10.2025).

REFERENCES

1. Biletska, O. O. (2016). Pereklad informatsiino-novynnykh tekstiv u konteksti hlobalizatsii [Translation of informational and news texts in the context of globalization]. *Molodyi vchenyi*, (12), 210–214. http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILA=&2_S21STR=molv_2016_3_153 [in Ukrainian].
2. Voloshchuk, Yu., & Zhmaieva, N. (2020). Spetsyfyka perekladu anhlomovnykh novynnykh tekstiv ukrainskoioi movoiu (na materialy novynnykh tekstiv OBSiE) [Specifics of translating English-language news texts into Ukrainian (on the material of OSCE news reports)]. *Naukovyi visnyk PNPU im. K. D. Ushynskoho*, (31), 164–181. <https://www.lingstud.od.ua/archive/2020/31/11.pdf> [in Ukrainian].
3. Demianchuk, O. (2024). Freim yak zasib formuvannia u ZMI nehatyvnoi suspilnoi dumky [Frame as a means of forming negative public opinion in the media]. *Naukovi zapysky NaUKMA. Serii: Filolohichni nauky*, 7, 132–139. <https://doi.org/10.18523/3041-1718.2024.1.2.3-13> [in Ukrainian].
4. Nahorna, Yu. O. (2024). Freiming u suchasnomu rehionalnomu novynnomu tele dyskursi [Framing in modern regional news television discourse]. *Obrii drukarstva*, 1(15), 202–212. [https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1\(15\).307822](https://doi.org/10.20535/2522-1078.2024.1(15).307822) [in Ukrainian].

5. Odrekivska, I. (2024). Dekolonialnist, ukrainska literatura i pereklad [Decoloniality, Ukrainian literature and translation]. *Language. Literature. Folklore*, (2), 81–88. <https://doi.org/10.26661/2414-9594-2024-2-11> [in Ukrainian].
6. Samarina, V. V., & Shakhmatova, O. V. (2024). Masmediinyi dyskurs ta pereklad [Mass media discourse and translation]. *Naukovyi visnyk Mizhnarodnoho humanitarnoho universytetu. Seriya: Filolohiia*, (66), 266–271. <https://doi.org/10.32782/2409-1154.2024.66.58> [in Ukrainian].
7. Azodi, J., & Salmani, B. (2015). The impact of ideology on translation of news stories. *Advances in Language and Literary Studies*, 6(1), 163–171. <http://dx.doi.org/10.7575/aialc.all.v.6n.1p.163>
8. Conway, K., & Bassnett, S. (Eds.). (2006). *Translation in global news (Warwick Working Papers)*. Coventry: University of Warwick.
9. Schäffner, C., & Bassnett, S. (Eds.). (2010). *Political discourse, media and translation*. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing.
10. Song, Y. (2025). Ideology in translation-mediated framing of direct quotations in the news. in *TRALinea: Online Translation Studies Journal*. https://www.intralinea.org/archive/article/Ideology_in_Translation (Accessed October 10, 2025).
11. NATO. (2024, October 11). NATO holds annual nuclear exercise: Steadfast Noon [Electronic resource]. Supreme Headquarters Allied Powers Europe (SHAPE). <https://shape.nato.int> (Accessed October 13, 2025).
12. NATO. (2024, October 14). NATO provodyt shchorichni yaderni navchannia – «Stedfast nun» [NATO holds annual nuclear exercise: Steadfast Noon] [Electronic resource]. NATO.int (Ukrainian version). <https://www.nato.int> (Accessed October 13, 2025). [in Ukrainian].
13. European Commission. (2025, April 8). EU confirms unwavering support for Ukraine (IP_25_1016) [Electronic resource]. Press corner. <https://ec.europa.eu/commission/presscorner> (Accessed October 13, 2025).
14. Yevropeiska Komisiia. (2025, April 8). YeS pidtverdzuie nepokhytnu pidtrymku Ukrainy (IP_25_1016) [EU confirms unwavering support for Ukraine] [Electronic resource]. Press corner. <https://ec.europa.eu/commission/presscorner> (Accessed October 13, 2025). [in Ukrainian].
15. Slattery, G., Stone, M., & Stewart, Ph. (2025, August 1). US, NATO developing novel funding mechanism for Ukraine weapons transfers [Electronic resource]. Reuters. <https://www.reuters.com> (Accessed October 13, 2025).
16. Ukrinform. (2025, August 2). SShA ta NATO rozrobliayut novyi mekhanizm finansuvannia postavok zbroi Ukraini – Reuters [US and NATO develop a new funding mechanism for supplying weapons to Ukraine – Reuters] [Electronic resource]. Ukrinform. <https://www.ukrinform.ua> (Accessed October 13, 2025). [in Ukrainian].
17. Zaluzhnyi, V. (2023, November 1). Modern positional warfare and how to win it [Electronic resource]. *The Economist*. <https://infographics.economist.com> (Accessed October 13, 2025).
18. NV. (2023, November 2). Yak Ukraini peremohty u pozytsiinii viini: povnyi pereklad prohramnoho ese Zaluzhnoho v *The Economist* [How Ukraine can win a positional war: Full translation of Zaluzhnyi's program essay in *The Economist*] [Electronic resource]. NV.ua. <https://www.nv.ua> (Accessed October 13, 2025). [in Ukrainian].

Дата першого надходження рукопису до видання: 20.10.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 28.11.2025

Дата публікації: 19.12.2025