

Рогач О. О.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

Тиводар А. О.

Волинський національний університет імені Лесі Українки

МАС-МЕДІЙНИЙ ДИСКУРС ВІЙНИ: ТЕМАТИЧНІ ФРЕЙМИ ТА РИТОРИЧНІ СТРАТЕГІЇ У МІЖНАРОДНИХ МЕДІА (НА ПРИКЛАДІ АНГЛОМОВНИХ ЧАСОПИСІВ FINANCIAL TIMES ТА THE GUARDIAN)

Статтю присвячено аналізу мас-медійного дискурсу війни в міжнародному інформаційному просторі на прикладі британських видань Financial Times та The Guardian. Використано методи критичного дискурс-аналізу, контент-аналізу, порівняльного та зіставного аналізу. Визначено ключові фрейми представлення та висвітлення інформації: геоекономічний, інституційно-політичний, гуманітарний, безпековий та інвестиційно-відбудовчий. Встановлено, що Financial Times репрезентує війну в Україні як елемент глобальної економіко-політичної системи, формуючи дискурс стратегічного значення подій та їхніх наслідків для світового порядку. Риторика Financial Times відзначається нейтральністю, технократичністю та використанням експертних оцінок. The Guardian, навпаки, вибудовує емоційно насичений, гуманітарно орієнтований дискурс, який поєднує оперативну новинну динаміку (через live-формати) з персоналізованими сюжетами та публіцистичними елементами. Часопис приділяє значну увагу людським історіям, морально-оцінним фреймам та критиці політичних рішень і виконує роль не лише інформатора, а й медіатора громадської думки, підсилюючи емпатичний вимір міжнародної аудиторії. До риторичних стратегій The Guardian належать персоналізація, креолізація, критичність, моральна евалюація. Порівняльно-зіставний аналіз цих газет у площині тематичних фреймів, риторичних стратегій та контент наповнення матеріалів, присвячених війні в Україні, демонструє значні відмінності між риторикою цих видань, оскільки показує, що Financial Times тяжіє до технократичної аналітики, тоді як The Guardian акцентує увагу на гуманітарному вимірі і публіцистичній критиці. Разом з тим, такі відмінності сприяють полівекторному підходу та взаємодоповнюваності у формуванні глобального уявлення про сучасну ситуацію в українській державі та на полі бою.

Ключові слова: мас-медійний дискурс, тематичні фрейми, критичний дискурс-аналіз, війна, риторичні стратегії, Financial Times, The Guardian.

Постановка проблеми. Дослідження мас-медійного дискурсу війни після 2022 року інтенсивно розвиваються на перетині критичного дискурс-аналізу, медіадосліджень та безпекових студій. Медіапростір війни стає не лише каналом інформування, а й потужним інструментом ідеологічної боротьби, формування наративів, легітимації дій акторів та впливу на міжнародну громадську думку. Відповідно, особливого значення набуває аналіз того, як провідні міжнародні ЗМІ структурують тематичні напрями та риторичні стратегії, висвітлюючи війну в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Одним із ключових теоретиків дискурс-аналізу є Т. А. ван Дейк, який розглядає дискурс як інструмент влади та ідеології, що структурує

доступ до публічної комунікації та формує опозиції «ми – вони». У його підході центральними є поняття контролю, легітимації та фреймування [6]. Ці аналітичні рамки є фундаментом для дослідження медіадискурсу війни, де йдеться не лише про передачу фактів, а про відбір, організацію та інтерпретацію подій. Р. Водак розвиває історико-дискурсивний підхід, у якому значну увагу приділено мультимодальності: креолізовані вербальні тексти функціонують у поєднанні з візуальними образами та соціокультурними контекстами. Це особливо важливо для аналізу воєнного дискурсу, де роль яскравих і влучних заголовків, фото, карт, схем та рисунків стає критичною [23]. У царині досліджень війни та її репрезентації у медіа важливими є праці С. Карре-

терс, яка показала, як жанрові особливості новин, політика редакцій і технології кадрування визначають сприйняття збройних конфліктів [5]. Вона розкрила історичну тяглість між пропагандою ХХ століття та сучасними медійними війнами. Е. Хоскінс і Б. О'Лафлін запропонували концепцію «дифузної війни» (*diffused war*), де інформаційний потік більше не контролюється єдиним центром, а циркулює між державними, військовими, медійними та аудиторними учасниками в реальному часі. Така медіаекологія радикально змінює динаміку формування наративів та їхню легітимацію на глобальному рівні [11]. П. Робінсон з позицій політичної комунікації вивчає воєнну пропаганду у демократичних суспільствах, показуючи механізми, через які медіа впливають на громадську думку та політичні рішення під час воєн [16]. М. Леманчик та М. Трошинський розглядають питання дискурсу війни у 21 столітті та мовних засобів її репрезентації [14], А. Недашківська вивчає питання сутності сучасної війни проти України через призму мови, культури та засобів масової інформації [15]. Д. Хью [12] присвячує свою увагу гібридній медіа-війні, досліджуючи вебсайти Міністерств закордонних справ України та росії. У наукових розвідках С. Гейко [10] простежуємо аналіз ролі медіа-дискурсу у відображенні воєнних конфліктів та формуванні громадської думки до збройного протистояння. В українській науковій традиції питання медіадискурсу війни почали системно аналізувати та вивчати після 2014 року, а особливо з початком повномасштабного вторгнення росії в Україну в 2022 році. Оскільки сучасна війна характеризується гібридністю, то закономірним є дослідження не лише власне воєнних подій на полі бою, але й в інформаційному просторі. У 2023 році О. Кирилюк провела полівекторне дослідження дискурсу інформаційної війни через призму лінгвокогнітивістики та психолінгвістики [2]. У колективних монографіях «Медіадискурс війни» [3] та «Досвід війни. Медійно-дискурсивний простір сучасної України» [1] розроблено класифікацію тематичних напрямів, фреймів та жанрових особливостей українського та міжнародного медіа-висвітлення війни. Проте дослідження такого інформативно потужного, персуазивного та динамічного мовного джерела як засоби масової інформації, вимагає постійної уваги та аналізу. Тому актуальність нашого дослідження зумовлена як розвитком теоретичних рамок дискурс-аналізу, так і потребою емпіричного аналізу міжнародних медійних

практик, зокрема провідних видань *Financial Times* та *The Guardian*, які задають тон глобальній інформаційній повістці дня щодо війни в Україні.

Постановка завдання. Метою статті є дослідити особливості мас-медійного дискурсу війни на прикладі тематичних фреймів і риторичних стратегій міжнародних видань *Financial Times* та *The Guardian* у період повномасштабної агресії росії проти України (2022–2025 рр.). Для досягнення поставленої мети необхідно виконати наступні завдання: проаналізувати теоретичні засади понять «медіадискурс» і «дискурс війни»; визначити тематичні напрями та фрейми, у яких міжнародні медіа висвітлюють війну в Україні; дослідити риторичні особливості і стратегії текстів *Financial Times* і *The Guardian*; порівняти домінантні підходи цих видань у формуванні міжнародного інформаційного порядку денного. Під час проведення дослідження були використані такі методи, як критичний дискурс-аналіз, контент-аналіз та порівняльний і зіставний методи.

Виклад основного матеріалу. Проблема походження та функціонування дискурсу виступає одним із провідних напрямів світової лінгвістики. На думку К. Серажим, дискурс – це складний соціолінгвістичний феномен сучасного комунікативного середовища, який, по-перше, детермінується (прямо чи опосередковано) його соціокультурними, політичними, прагматично-ситуативними, психологічними та іншими (конституюючими чи фоновими) чинниками, по-друге, має «видиму» – лінгвістичну (зв'язний текст чи його семантично значущий та синтаксично завершений фрагмент) та «невидиму» – екстралінгвістичну (знання про світ, думки, настанови, метуадресанта, необхідні для розуміння цього тексту) структуру і, по-третє, характеризується спільністю світу, який «будується» впродовж розгортання дискурсу його автором та інтерпретується його реципієнтом [4, с. 12–13]. У сучасних гуманітарних науках поняття медіадискурсу розглядають як особливу форму суспільного дискурсу, що реалізується у площині масової комунікації. Структура медіадискурсу охоплює мовні, текстові, візуальні та прагматичні компоненти, а також соціокультурні контексти, у яких ці елементи функціонують. Як зазначає М. Talbot (2007), медіадискурс – це не лише тексти, опубліковані в медіа, а «мережа дискурсивних практик», яка включає способи виробництва, поширення й інтерпретації повідомлень у конкретних соціальних умовах. Н. Fairclough

підкреслює, що медіадискурс функціонує як простір ідеологічного виробництва: медіа не просто віддзеркалюють події, а активно конструюють їхній сенс через відбір фактів, фреймування, жанрові структури та риторичні стратегії [9]. У цьому сенсі медіа виступають не нейтральними передавачами інформації, а учасниками соціальних і політичних процесів.

У дискурсологічній перспективі медіадискурс відрізняється від інших форм публічного дискурсу (наукового, правового, художнього) своєю гібридністю, мультимодальністю та інституційною опосередкованістю. Він об'єднує різні жанри (новини, аналітика, коментарі, репортажі, live-стрічки, мультимедійні формати), через що потребує комплексного підходу до аналізу – мовного, структурного, риторичного, візуального й соціально-контекстуального.

Варто зазначити, що дискурс війни – це тематично окреслена підсистема публічного дискурсу, у межах якої мова, тексти й візуальні образи слугують інструментами легітимації, інтерпретації та комунікації збройного конфлікту як соціальної реальності. Його можна визначити як сукупність вербальних та невербальних практик, які формують уявлення про війну, її учасників, причини, наслідки та морально-ідеологічні оцінки. Теоретики дискурс-аналізу (van Dijk [6], Wodak [23], Fairclough [9]) звертають увагу на кілька ключових функцій воєнного дискурсу: легітимаційна – обґрунтування власних дій і делегітимація дій противника; інтерпретаційна – надання сенсу подіям через фрейми, метафори, риторичні стратегії; мобілізаційна – спонукання аудиторій до дії (підтримки, опору, солідарності); морально-оцінна – формування образів добра/зла, героїзму/злочину тощо; інформаційна – передача оперативних відомостей про хід бойових дій, втрати, наслідки.

У контексті сучасної війни в Україні цей тип дискурсу набуває гібридного характеру, де традиційні новинні формати поєднуються з аналітичними статтями, мультимедійними сюжетами та соціальними мережами. Медіа одночасно виконують роль джерела інформації, коментатора, інтерпретатора та інструмента політичного впливу. Важливо зазначити, що міжнародні видання часто поєднують глобальний аналітичний ракурс (геополітика, економіка, енергетика) з локальними сюжетами (гуманітарна криза, життя людей у зоні бойових дій), створюючи багаторівневу картину війни. Саме ці особливості роблять аналіз медіадискурсу війни

особливо релевантним, актуальним та важливим, особливо, якщо це стосується таких впливових та думкоформуючих англomовних видань, як Financial Times та The Guardian.

Видання Financial Times (FT) традиційно позиціонує себе як глобальне джерело аналітики в галузі економіки, фінансів та політики. У період повномасштабної агресії Росії проти України воно активно висвітлює події війни крізь призму геоекономічних, енергетичних, інституційних та відбудовчих фреймів, зосереджуючись на їхніх наслідках для європейського та світового порядку.

Серед основних тематичних фреймів та риторичних особливостей FT варто назвати *геоекономічний фрейм*, оскільки цей часопис приділяє значну увагу впливу війни на глобальні ринки енергоресурсів, продовольства, фінансову стабільність Європейського союзу і країн G7. Часто статті починаються з ключових цифр, економічних показників і прогнозів експертів. Наприклад, у матеріалах 2022–2023 років видання аналізує ефект від ембарго на російську нафту, перерозподіл енергопотоків у Європі та зростання ролі України як потенційного постачальника електроенергії до ЄС. У центрі уваги знаходяться також стратегічні рішення Євросоюзу та НАТО, ринки LNG, ціни на газ і нафту, а також фінансові санкції. Риторика FT у цьому фреймі переважно аналітична й технократична: замість емоційних описів бойових дій застосовуються конкретні дані, коментарі економістів і політичних експертів. Наступний фрейм, представлений у цьому часописі, це *інституційно-політичний фрейм*. FT активно висвітлює політику ЄС, США та міжнародних організацій у відповідь на війну. У текстах домінують посилання на дипломатичні зустрічі, рішення самітів, заяви чиновників високого рівня. Видання фокусується на процесах ухвалення рішень, боротьбі між державами-членами ЄС за узгодженість санкційної політики, а також на ролі України у цих процесах. У цих випадках риторика стримана, інституційна: використовуються нейтральні мовні конструкції, часто у формі непрямої мови через цитування офіційних заяв. FT таким чином виступає своєрідним «інформаційним посередником» між політичними центрами та глобальною бізнес-аудиторією. Ще один представлений фрейм – *фрейм відбудови та інвестицій*. З 2023 року FT починає регулярно публікувати матеріали, присвячені повоєнній відбудові України, інвестиційним перспективам та планам уряду. У цих статтях використовуються аналітичні моделі, прогнози щодо

ринку нерухомості, енергетики, IT-сектора та агропромисловості. Україна постає як майбутній економічний партнер Заходу, а не лише як жертва війни. Особливо часто з'являються цифри, наприклад, оцінки потреб у відбудові (понад 500 млрд доларів), згадки про участь Світового банку, ЄБРР, приватних інвесторів. Наприклад: *Russian air strikes disable 60% of Ukraine's gas production ahead of winter* [17]; *Investors need to keep an eye on Ukraine* [13], *EU leaders stall €140bn Ukraine loan using frozen Russian assets* [7], *European satellite group Iceye weighs new funding at \$2.5 bn valuation* [8]. Такий підхід демонструє специфічну роль FT – створення інвестиційно-аналітичного дискурсу війни, де фокус зміщується з поля бою на довгострокові наслідки та можливості. Щодо риторичних стратегій, якими послуговуються автори публікацій у FT, то серед них варто назвати наступні: а) *аналітичність та технократизм* – тексти орієнтовані на професійну аудиторію; б) *нейтральність та дистанційність* – уникнення емоційних епітетів, фокус на фактах, цифрах, експертних коментарях; в) *інституційна перспектива* – цитати політиків, економістів, офіційних осіб; г) *глобальна рамка* – війна подається як фактор, що впливає на світові ринки та інституції, а не лише як локальний конфлікт.

Таким чином, дискурс FT формує аналітичний, стратегічно зорієнтований образ війни, у якому домінують економіка, політика та інституції, а не драматичні описи подій. Цей стиль сприяє закріпленню образу війни в Україні як ключового елементу глобального економіко-політичного порядку денного.

На відміну від аналітично-інституційного стилю *Financial Times*, британське видання *The Guardian* вирізняється оперативністю, персоналізацією та емоційною насиченістю подання матеріалів. Його аудиторія є ширшою – це не лише експертне середовище, а й масовий читач, тому риторичні стратегії мають виразно гуманітарний і публіцистичний характер. Щодо представлених тематичних фреймів, то домінують наступні: *оперативно-новинний фрейм, гуманітарний та фрейм безпеки і глобальних наслідків*. *The Guardian* активно використовує формат live updates – живих стрічок оновлень, у яких у хронологічному порядку фіксуються головні події доби: бойові дії, заяви політиків, нові санкційні заходи, міжнародна допомога тощо. Такий формат дозволяє створити ефект «присутності» читача в інформаційному потоці та забезпечує швидку реакцію на події. Наприклад:

Ukraine live updates [21], *Ukraine reconstruction and recovery will cost \$524 bn over next decades* [22].

Мовний стиль тут динамічний, короткий, іноді телеграфний. Часто використовуються дієслова дії в теперішньому часі: *strikes hit, officials say*, що надає текстам відчуття безпосередності. У повідомленнях трапляються прямі цитати від військових, очевидців, офіційних осіб, а також елементи мультимодальності – карти, фотографії та відео в електронних версіях. Велика кількість публікацій *The Guardian* присвячена гуманітарним аспектам війни: евакуаціям, біженцям, цивільним втратам, руйнуванням інфраструктури, життю в прифронтових містах. Наприклад: *A Russian rocket attack killed two mine-clearing workers from a Danish humanitarian group, officials said* [21]. Тут на перший план виходять людські історії – розповіді про конкретні родини, дітей, лікарів, волонтерів.

Мову таких публікацій характеризує використання риторичних і стилістичних засобів та художньо-публіцистичних: метафори, епітети, описові сцени, що викликають емпатію. Це формує дискурс співчуття та солідарності. Українці постають не лише як об'єкти новин, а як суб'єкти опору, люди з конкретними долями, а це, своєю чергою, що підсилює емоційний зв'язок аудиторії з подіями. Поряд із гуманітарними сюжетами, у рамках реалізації фрейму безпеки та глобальних наслідків, *The Guardian* аналізує наслідки війни для європейської та глобальної безпеки, приділяючи увагу військовій допомозі, розвіданню, санкційним обхідним схемам («тіньовий флот», поставки озброєнь), політичним рішенням ЄС і НАТО. Наприклад: *There are hundreds in the Baltic: tracking Russian shadow fleet of oil tankers* [20], *Every day hundreds of shadow fleet ships – unregulated ageing tankers from around the world in varying states of repair carrying oil from Russia to states including China and India – are moving through a relatively narrow passage in the Baltic* [20]. На відміну від FT, тут такий аналіз супроводжується візуалізацією, більш публіцистичним стилем мови з елементами критики, наприклад, урядів. Часто видання використовує жанр розслідування або аналітичного репортажу, викриваючи схеми обходу санкцій чи неефективність деяких рішень. У такий спосіб *The Guardian* виконує роль не лише інформатора, а й ревізора громадського контролю.

Щодо риторичних стратегій, то здійснений аналіз дозволяє говорити про такі стратегії, як *персоналізація* – фокус на окремих людях, їхніх історіях та емоціях; *мультимодальність*

– використання зображень, інтерактивних карт, відео; *прозорість і критичність* – чітка позиція видання, акценти на відповідальності політичних діячів; *оперативність* – інтенсивне використання live-форматів; *морально-оцінні елементи* – вираження підтримки, солідарності, емпатії.

Таким чином, дискурс The Guardian формує емоційно насичену, гуманістичну перспективу війни, у якій поєднуються новинна динаміка, гуманітарний вимір та критична публіцистика. На відміну від Financial Times, що тяжіє до технократичного стилю, The Guardian апелює до цінностей, етики та громадянської відповідальності міжнародної спільноти.

Проведений зіставний аналіз заголовків та фокусних тем у публікаціях Financial Times та The Guardian підтверджує відмінності у тематичних фреймах та риторичних стратегіях цих видань, значну різницю у загальній політиці видань та відмінні ціннісні орієнтири. Результати зіставних досліджень подано у таблиці 1.

Наведені вище приклади свічать про те, що Financial Times виконує роль аналітичного інституційного майданчика, орієнтованого на глобальні еліти, тоді як The Guardian – більш оперативного, гуманітарно-публіцистичного видання, яке активно формує морально-оцінну ситему координат та підтримує емпатичну перспективу.

Таблиця 1

Приклади заголовків та фокусних тем у публікаціях Financial Times та The Guardian

Видання	Заголовок / фокус статті	Основний тематичний фрейм
Financial Times	Russia's attacks cripple 60% of Ukraine's gas output	Геоекономіка, енергетика
Financial Times	EU debates using frozen Russian assets for Ukraine's reconstruction	Інституційна політика, відбудова
Financial Times	Ukraine reconstruction needs \$524 billion – World Bank estimates	Відбудова, інвестиції
Financial Times	Investors eye Ukraine's rebuilding potential	Інвестиційний фрейм
Financial Times	Russian strikes on Ukraine's energy grid leave millions without power – eyewitness accounts	Гуманітарний фрейм
The Guardian	How Ukrainian doctors work under fire: stories from frontline hospitals	Персоналізація, гуманітарний фрейм
The Guardian	Shadow fleet helps Russia skirt oil sanctions – Guardian investigation	Безпека, санкції, розслідування
The Guardian	Live: latest news from Ukraine – strikes, official statements, global reaction	Оперативний новинний фрейм

У той час, як Financial Times тяжіє до аналітично-інституційної аналітики, фокусуючись на геоекономічних, політичних та інвестиційних аспектах війни, The Guardian, навпаки, вибудовує емоційно насичений, гуманітарно орієнтований дискурс, який поєднує оперативну новинну динаміку з персоналізованими сюжетами та публіцистичними елементами.

Висновки. Дослідження показало, що Financial Times та The Guardian формують відмінні, але взаємодоповнювальні дискурсивні рамки, які відображають як специфіку їхньої редакційної політики, так і цільових аудиторій. Тематичні напрями у FT і Guardian перетинаються (економіка, політика, безпека), але пода-

ються з різними комунікативними акцентами. Риторичні стратегії FT зорієнтовані на експертність і глобальні інституції, тоді як Guardian – на людський вимір, емоції та оперативність. Разом обидва медіа формують багаторівневий медіа-дискурс війни, у якому поєднуються стратегічні, аналітичні, гуманітарні та емоційні складові. Перспективами подальших досліджень будуть нові часописи, як от американське видання New York Times, австралійський часопис The Australian, з метою виявлення тематики та еволюції фреймів у часовій перспективі 2022–2025 рр., а також вивчення рецепції аудиторії – аналіз коментарів, соціальних мереж і реакцій читачів як частини дискурсивного поля.

Список літератури:

1. Досвід війни. Медійно-дискурсивний простір сучасної України / За ред. М. Романюка. Київ: ІПіЕНД ім. І. Ф. Кураса НАН України, 2022. URL: https://ipiend.gov.ua/wp-content/uploads/2022/12/dosvid_viyny.pdf (дата звернення: 23.10. 2025).
2. Кирилюк О. Д. Дискурс інформаційної війни: лінгвокогнітивний та психолінгвістичний аспекти: дис. ... канд. філол. наук. Дрогобич: ДДПУ ім. І. Франка, 2023. URL: <https://science.dspu.edu.ua/wp-content/>

uploads/2023/11/%D0%94%D0%B8%D1%81%D0%B5%D1%80%D1%82%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F-%D0%9A%D0%B8%D1%80%D0%B8%D0%BB%D1%8E%D0%BA-%D0%9E.-1.pdf (дата звернення: 22.10. 2025).

3. Медіадискурс війни. Львів: ЛНУ ім. І. Франка, 2022. URL: <https://lingua.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/Mediadyskurs-viiny-monohrafiia.pdf> (дата звернення: 22.10. 2025).

4. Серажим К. Дискурс як соціолінгвальне явище: методологія, архітектоніка, варіативність (на матеріалі сучасної газетної публіцистики) : монографія. К. : ПАЛИВОДА А. В., 2020. 352 с.

5. Carruthers S. L. *The Media at War*. London: Palgrave Macmillan, 2011. 272 p.

6. van Dijk T. A. *Critical Discourse Analysis // The Handbook of Discourse Analysis*. Oxford: Wiley-Blackwell, 2015. P. 466–485.

7. EU leaders stall €140bn Ukraine loan using frozen Russian assets. *Financial Times*. URL: <https://www.ft.com/content/9ec35777-2dc5-48ca-97bf-ae760f06eda0> (дата звернення: 27.10. 2025).

8. European satellite group Iceye weighs new funding at \$2.5bn valuation. URL: <https://www.ft.com/content/08883786-3e75-4a44-b7cc-451704ebcf87> (дата звернення: 27.10. 2025).

9. Fairclough N. *Media Discourse*. London: Edward Arnold, 1995. 214 p.

10. Geiko S. M. et al. The role of media discourse in coverage of military conflicts. *Humanities Studios: Pedagogy, Psychology, Philosophy*. 2023. 11 (4). P. 190–195. DOI: 10.31548/hspedagog14(4).2023.190-195. URL: <https://humstudios.com.ua/en/journals/tom-14-4-2023/rol-diskursu-media-u-visvitlenni-viyskovikh-konfliktiv>

11. Hoskins A., O'Loughlin B. *War and Media: The Emergence of Diffused War*. Cambridge: Polity Press, 2010. 216 p.

12. Hu D. Hybrid Media Warfare: Discourse Analysis of Russian and Ukrainian Ministries of Foreign Affairs Websites. *Journal of Discourse Studies*. 2025. 18 (1). P. 44–62. URL: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772503025000702>

13. Investors need to keep an eye on Ukraine. *Financial Times*. URL: <https://www.ft.com/content/3c688ab3-c86f-4475-a2bc-cf5353daf2f> (дата звернення: 27.10. 2025).

14. Lemańczyk M., Troszyński M. *Discourses on War in the 21st Century: navigating the linguistic landscape of contemporary conflict*. Language, Discourse & Society. 2025. 13 (1). P. 8–17. URL: <https://www.language-and-society.org/wp-content/uploads/2025/07/LDS-June-2025-art-1-intro-pp-8-17.pdf>

15. Nedashkivska A. War against Ukraine: language, culture, and media. *Canadian Slavonic Papers / Revue canadienne des slavistes*. 2024. 66 (2). P. 201–225. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/00085006.2024.2415200>

16. Robinson P. *The CNN Effect: The Myth of News, Foreign Policy and Intervention*. London: Routledge, 2002. 256 p.

17. Russian air strikes disable 60% of Ukraine's gas production ahead of winter. *Financial Times*. URL: <https://www.ft.com/content/2ade480c-012c-47d9-8dde-85022756697c> (дата звернення: 27.10. 2025).

18. Russia-Ukraine war at a glance. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/world/series/russia-ukraine-war-at-a-glance> (дата звернення: 27.10. 2025).

19. Talbot M. *Media Discourse*. Cambridge: Cambridge University Press, 2007. 192 p.

20. There are hundreds in the Baltic: tracking Russian shadow fleet of oil tankers. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/world/2025/sep/13/hundreds-baltic-tracking-russia-shadow-fleet-oil-tankers> (дата звернення: 26.10. 2025).

21. Ukraine live updates. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/world/ukraine> (дата звернення: 27.10. 2025).

22. Ukraine reconstruction and recovery will cost \$524bn over next decade, says report – as it happened. *The Guardian*. URL: <https://www.theguardian.com/world/live/2025/feb/25/ukraine-russia-trump-putin-zelensky-macron-ceasefire-latest-news-updates-live> (дата звернення: 27.10. 2025).

23. Wodak R. *The Discourse of Politics in Action: Politics as Usual*. London: Palgrave Macmillan, 2009. 288 p.

Rohach O. O., Tyvodar A. O. MASS MEDIA DISCOURSE OF WAR: THEMATIC FRAMES AND RHETORICAL STRATEGIES IN INTERNATIONAL MEDIA (on the example of the English-language periodicals Financial Times and The Guardian)

The article is dedicated to the analysis of the mass media discourse of war in the international information space on the basis of the British newspapers Financial Times and The Guardian. Methods of a critical discourse analysis, content analysis, comparative, and contrastive analyses were used. Key frames of representation and information coverage have been identified: geo-economic, institutional-political, humanitarian, security, and investment-reconstruction ones. It has been found out that the Financial Times represents the war in

Ukraine as an element of the global economic-political system, shaping a discourse of the strategic significance of events and their consequences for the world order. Financial Times's rhetoric is characterized by neutrality, technocracy, and the use of expert assessments. The Guardian, on the other hand, builds an emotionally rich, human-focused discourse that combines real-time news dynamics (through live formats) with personalized stories and journalistic elements. The newspaper pays significant attention to human stories, moral-evaluative frames, and criticism of political decisions, serving not only as an informer but also as a mediator of public opinion, enhancing the empathetic dimension of the international audience. The rhetorical strategies of The Guardian include personalization, creolization, criticality, and moral evaluation. The newspapers comparative contrastive analysis of thematic frames, rhetorical strategies, and content of materials dedicated to the war in Ukraine demonstrates significant differences between the rhetoric of these publications, as it shows that the Financial Times leans towards technocratic analysis, while The Guardian emphasizes the humanitarian dimension and journalistic critique. At the same time, such differences contribute to a multivectoral approach and complementarity in forming a global understanding of the current situation in the Ukrainian state and on the battlefield.

Key words: mass media discourse, thematic frames, critical discourse analysis, war, rhetorical strategies, Financial Times, The Guardian.

Дата надходження статті: 28.10.2025

Дата прийняття статті: 20.11.2025

Опубліковано: 29.12.2025