

УДК 811.111'42:327.7
DOI <https://doi.org/10.32782/fohium/2026.8.24>

КОМУНІКАТИВНІ СТРАТЕГІЇ ТА ТАКТИКИ ВПЛИВУ В СУЧАСНОМУ МІЖНАРОДНОМУ ПОЛІТИЧНОМУ ДИСКУРСІ: СТРАТЕГІЯ САМОПРЕЗЕНТАЦІЇ

Тетяна Соловійова

доктор філософії (PhD)

Карпатський національний університет імені Василя Стефаника

ORCID ID 0000-0003-0516-7398

tetiana.soloviova@cnu.edu.ua

Жанна Колоїз

доктор філологічних наук, професор,

Рівненський кооперативний економіко-правовий фаховий коледж

ORCID ID 0000-0003-3670-2760

koloiz.zv@gmail.com

Ключові слова: *комунікативна стратегія, комунікативна тактика, стратегія самопрезентації, міжнародний політичний дискурс, Всесвітній економічний форум*

Статтю присвячено дослідженню стратегії самопрезентації як однієї з ключових компонентів комунікативного впливу в сучасному міжнародному політичному дискурсі. Увагу зосереджено на тактиках реалізації комунікативної стратегії самопрезентації у промовах відомих політиків. Матеріалом слугують тексти п'яти спеціальних звернень, виголошених у межах 56-го щорічного Всесвітнього економічного форуму в Давосі (19–23 січня 2026 р.): президента Єврокомісії У. фон дер Ляєн, президента США Д. Трампа, президента Франції Е. Макрона, прем'єр-міністра Канади М. Карні та президента України В. Зеленського. Загальний обсяг корпусу становить близько 25 000 слів. Здійснено комплексний аналіз комунікативних тактик стратегії самопрезентації, реалізованих у зазначених промовах, та висвітлено у межах статті найпотужніші з них. Згадано й деякі мовні та мовно-стилістичні засоби, що підсилюють ефект застосованих тактик. У дослідженні застосовано прагмалінгвістичний аналіз, метод критичного аналізу дискурсу, контекстуальний та зіставний методи, які допомогли не лише виявити та окреслити досліджувані феномени, але й порівняти змістовну, функціональну та інтенційну природу тактик. Аналіз засвідчив, що всі п'ять мовців реалізують стратегію самопрезентації, однак послуговуються різними домінантними тактиками, що відображають як їхні індивідуальні риси, так і геополітичне становище представлених ними держав та інституцій. Серед найпотужніших виявлено тактики самопросування, суб'єктивного та об'єктивного інформування, трансференції, ототожнення мовця з країною, народом або міжнародною інституцією, демонстрації професійності та соціальної взаємодії. У межах реалізації окреслених тактик було зафіксовано такі мовні засоби, як анафора, антитеза, гіпербола, риторичні запитання, афоризм, розгорнута алюзія, паралелелізми та ін. Ці засоби увиразнення слугували підсиленню ефекту згаданих тактик зокрема та стратегії самопрезентації загалом.

COMMUNICATIVE STRATEGIES AND TACTICS OF INFLUENCE IN MODERN INTERNATIONAL POLITICAL DISCOURSE: THE STRATEGY OF SELF-PRESENTATION

Tetiana Soloviova

PhD in Linguistics,

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University

Zhanna Koloiz

Doctor of Philology, Professor,

Rivne Cooperative Professional College of Economics and Law

Key words: *communicative strategy, communicative tactics, self-presentation strategy, international political discourse, World Economic Forum.*

This article is devoted to the investigation of the self-presentation strategy as one of the fundamental components of communicative influence within modern international political discourse. The primary focus of the research is centred on the specific tactics employed to implement the communicative strategy of self-presentation in the speeches of prominent global political figures. The empirical material for this study comprises the texts of five special addresses delivered during the 56th Annual Meeting of the World Economic Forum in Davos (19–23 January 2026). The corpus of the study includes speeches by the President of the European Commission, Ursula von der Leyen; the President of the United States, Donald Trump; the President of France, Emmanuel Macron; the Prime Minister of Canada, Mark Carney; and the President of Ukraine, Volodymyr Zelenskyy. The total volume of the analysed corpus amounts to approximately 25,000 words. A comprehensive analysis of the communicative tactics within the self-presentation strategy as realised in these speeches has been conducted, highlighting the most potent manifestations within the scope of this paper. Furthermore, the study identifies specific linguistic and stylistic devices that serve to amplify the impact of the applied tactics. The findings of the analysis demonstrate that while all five speakers actively implement a self-presentation strategy, they utilise distinct dominant tactics that reflect both their individual rhetorical characteristics and the geopolitical standing of the states or institutions they represent. Among the most powerful tactics identified are self-promotion, subjective and objective informing, transference, the identification of the speaker with their country, people, or international institution, as well as demonstrations of professionalism and social interaction. Within the implementation of these outlined tactics, several linguistic devices were recorded, including anaphora, antithesis, hyperbole, rhetorical questions, aphorisms, extended allusions, and parallelism.

Вступ. В умовах стрімких геополітичних трансформацій початку третього десятиліття XXI ст. міжнародний політичний дискурс перетворився на один із найбільш динамічних і соціально значущих просторів мовленнєвої взаємодії. Форуми глобального рівня, як-от, наприклад, Всесвітній економічний форум (ВЕФ) у Давосі, стають майданчиками, де мова функціонує не лише як засіб передачі інформації, а як потужний інструмент впливу, переконання та формування міжнародного порядку денного. Дослідники фіксують: у сучасних умовах саме дискурсивні вміння політика вже важать більше, ніж його особистісні риси (Бацевич, 2004), що підкреслює

актуальність вивчення механізмів мовленнєвого впливу в міжнародній політичній комунікації.

56-й щорічний ВЕФ, що відбувся 19–23 січня 2026 р. у Давосі під гаслом «A Spirit of Dialogue» («Дух діалогу»), зібрав рекордну кількість – понад 400 провідних політичних лідерів, зокрема майже 65 глав держав і урядів – на тлі найскладнішого геополітичного контексту за останні десятиліття. Форум став платформою для відкритого обміну поглядами стосовно найгостріших викликів сучасності: від питань миру й безпеки до технологій, зростання економіки та збереження планети (World, 2026). Промови таких лідерів, як президент Європейської Комісії Урсула фон

дер Ляен, президент США Дональд Трамп, президент Франції Еммануель Макрон, прем'єр-міністр Канади Марк Карні та президент України Володимир Зеленський, відзначалися як актуальністю змісту, так і виразністю комунікативних стратегій, спрямованих на формування міжнародного порядку денного та впливу на глобальну аудиторію. Промови цих лідерів не лише задали тон, а й віддзеркалили ті зміни й трансформації, з якими зіштовхуються сучасне суспільство, громадяни їх держав і світова спільнота загалом. Саме тому їх промови були обрані **матеріалом** цього дослідження.

Метою є виявлення та комплексний аналіз комунікативних стратегій і тактик впливу, реалізованих у промовах У. фон дер Ляен, Д. Трампа, Е. Макрона, М. Карні та В. Зеленського на ВЕФ у Давосі в січні 2026 р., а також мовних засобів, якими ці стратегії й тактики були посилені. В одній з наших попередніх публікацій ми розглянули стратегію переконання (персуазивності), репрезентовану в аналізованих промовах. У межах цієї публікації увагу зосереджено на стратегії самопрезентації та тактиках, застосованих для її втілення в промовах названих політиків.

Теоретико-методологічну основу дослідження сформовано на засадах прагмалінгвістики, критичного аналізу дискурсу та теорії комунікативних стратегій і тактик. Відповідно до трактування одного з основоположників дискурс-аналізу Т. ван Дейка стратегія є складовою когнітивного плану спілкування, що зумовлює контроль над здійсненням оптимального модусу мовленнєвої комунікації в умовах недостатньої інформації про дії інших учасників (Van Dijk, 2001). У витлумаченні терміна комунікативної стратегії спираємося на концепцію, підтримувану Ф. Бацевичем, який розглядає комунікативну стратегію як загальний план досягнення комунікативної мети з урахуванням контексту, соціальних умов та особистісних рис комунікантів (Бацевич, 2004). Цю думку так чи так поділяють й інші українські дослідники: Л. Славова наголошує на інтенційній природі стратегії, адже вона завжди спрямована на результат (Славова, 2006); Н. Кондратенко зауважує, що стратегія в межах того чи того комунікативного акта подекуди є незмінною, може бути реалізована за допомогою різних комунікативних тактик (Кондратенко, 2007).

Метою комунікативної стратегії у широкому сенсі є корекція моделі картини світу адресата через вплив на її емоційну, вольову й інтелектуальну сферу. Комунікативні тактики є засобом реалізації стратегії, що містять сукупність тактичних прийомів і мовно-стилістичних засобів

(Мозер, 2020; 176). Комунікативну тактику витлумачують як функційну одиницю послідовності мовленнєвих дій, яка сприяє розв'язанню локального або глобального завдання в межах конкретної стратегії (Van Dijk, 2001). Відтак комунікативну тактику переважно трактують як складник стратегії, засіб досягнення локальних завдань, які забезпечують реалізацію стратегії та її мети.

Сучасний міжнародний політичний дискурс має як спільні риси із традиційним політичним дискурсом, так і диференційні ознаки, які загалом диктують мовцям правила добору тактик і мовних засобів для реалізації обраних стратегій. Серед таких специфічних рис варто виокремити екстремальну ввічливість та пом'якшення (Wodak, 2011), стратегічну двозначність (Fairclough, 2010), етикетну ритуальність і конвенційність (Славова, 2006; Бацевич, 2004), предикацію та номінацію «Ми», протиставлення «Ми – Інші» (Кондратенко, 2007). Окрім цього, необхідно зауважити, що міжнародний політичний дискурс має значно розширений тип адресата. Публічні промови на такому рівні глобальної політичної взаємодії одночасно можуть бути запрограмовані на модифікацію цінностей когнітивної бази безпосереднього адресата (політичних діячів вищих рівнів різних країн, лідерів фінансово-економічної сфери) і долученого слухача (громадяни країни-репрезентанта, громадяни світової спільноти (серед них громадяни країн з диференційним типом устрою), політичні опоненти тощо). Такий тип адресата вимагає ефективних, зрозумілих (щонайменше прийнятних для всього кола слухачів) тактик та мовних засобів.

Матеріал і методи дослідження. В основу методологічного інструментарію покладено тривимірну модель аналізу дискурсу Н. Феркло, яка дає змогу поєднати мікрорівневий аналіз лінгвістичних засобів, мезорівневий опис дискурсивних практик і макрорівневий соціокультурний огляд (Fairclough, 2010), а також соціокогнітивний підхід Т. ван Дейка, згідно з позицією якого, аналіз дискурсу має враховувати ментальні моделі, знання, установки й ідеології комунікантів (Van Dijk 2006). Серед застосованих методів виокремлюємо *прагмалінгвістичний аналіз* – для виявлення ілокутивних сил висловлень і перлокутивних ефектів, на досягнення яких спрямовані окремі мовленнєві акти; *контекстуальний аналіз* – для встановлення зв'язку між мовними виборами й геополітичним та ситуативним контекстом кожного виступу; *метод критичного аналізу дискурсу* – для виявлення ідеологічних установок, прихованих за мовним вибором, та окреслення відносин влади і впливу, закодованих у промовах; *метод суцільної вибірки* – для

формування корпусу мовленнєвих одиниць, релевантних для аналізу стратегій і тактик; *опиcово-аналітичний метод* – для систематизації й інтерпретації виявленого матеріалу; *зіставний метод* – для порівняння стратегічного репертуару різних мовців, виявлення спільних і відмінних тенденцій; *елементи кількісного аналізу* – для встановлення відносної частотності застосування окремих тактик у межах кожної промови.

Матеріалом дослідження є тексти п'яти англomовних промов, виголошених у межах ВЕФ у Давосі (19–23 січня 2026 р.): спеціальні звернення президента Європейської Комісії У. фон дер Ляєн (von der Leyen, 2026), президента США Д. Трампа (Trump, 2026), президента Франції Е. Макрона (Macron, 2026), прем'єр-міністра Канади М. Карні (Carney, 2026), президента України В. Зеленського (Zelenskyu, 2026). Усі тексти взято з офіційних джерел: відеозаписів і транскриптів, оприлюднених на платформах верифікованих медіаресурсів. Загальний обсяг досліджуваного корпусу становить близько 25 000 слів. Вибір зазначених промов зумовлений їхньою репрезентативністю як зразків міжнародного політичного дискурсу найвищого рівня, а також геополітичною та лінгвопрагматичною контрастністю позицій мовців.

Результати та обговорення. Однією з центральних і найпоширеніших комунікативних стратегій впливу серед промов на ВЕФ в Давосі є стратегія самопрезентації, мета якої полягає у формуванні бажаного образу мовця в очах адресата (Бацевич, 2004; Стрій, 2015; Кондратенко, 2007). Це зумовлено передусім майданчиком реалізації цих промов і практичним задумом: залучення інвестицій, підняття престижу (як власного, так і країни), переконання у спроможності забезпечити стабільний розвиток, що є важливим для фінансово-економічної сфери взаємодії. Задля реалізації цієї стратегії можуть застосовуватися різні системи тактик. Розглянемо їх у межах аналізованих промов.

Найвиразніше стратегія самопрезентації продемонстрована у промовах Е. Макрона, Д. Трампа, що, по суті, стала підґрунтям їх виступів. Послабленою вона є у промові У. фон дер Ляєн та М. Карні і найменш вираженою на майданчику ВЕФ у В. Зеленського.

Промова президента Франції відзначається інтелектуальною моделлю самопрезентації: мовець позиціонує себе насамперед як аналітика й державного стратега, що бачить суперечності й пропонує системні рішення. Макрон структурує свою промову як аналітичну доповідь: він формулює проблему, унеможливує дві хибні відповіді, пропонує тричленну стратегію: “I

want to exclude two approaches. The first approach would be to passively accept the law of the strongest, leading to vassalization and bloc politics. <...> The second would be to adopt a purely moral posture, limiting ourselves to commentary. <...> Faced with the brutalization of the world, France and Europe must defend an effective multilateralism” (Macron, 2026). Така структура є типовою для діалектичного мислення й характеризує мовця як людину, що долає полярності на користь третього (власного) шляху. У такий спосіб реалізується тактика інтелектуалізації: через демонстрацію аналітичного мислення. Вона, своєю чергою, виступає складником *тактики об'єктивного інформування* (Семенюк, 2023; Стрій, 2015). У межах цієї ж промови оприявнюється і протилежна *тактика суб'єктивного інформування* в поєднанні з *тактикою соціальної взаємодії* (Стрій, 2015) через позиціонування Франції як морального й цивілізаційного авторитету. Макрон представляє Францію як країну, що відстоює принципи верховенства права, передбачуваності та мультилатералізму – на противагу «закону сильнішого»: “We do prefer respect to bullies. We do prefer science to plotism, and we do prefer rule of law to brutality” (Macron, 2026). Трирівнева анафора з *we do prefer* – це емоційна декларація цінностей, де *we* означає «Франція і Європа», а мовець заявляє про себе як про виразника гуманістичної традиції.

Тактика об'єктивного інформування наявна і в промовах інших лідерів. Зокрема, прем'єр-міністр Канади реалізує її через демонстрацію інтелектуальної чесності та відваги ословити неприємну реальність. М. Карні свідомо будує самопрезентацію через парадокс: він позиціонує себе як лідера, який не боїться говорити незручну правду. Ключова теза: “The power of the less powerful starts with honesty” (Carney, 2026). Антитеза *less powerful – power* та парадоксальна синтаксична конструкція вирізняють мовця одразу на двох рівнях: визнання обмеженості (що може бути потрактована як скромність) і демонстрація переваги через чесність. Протилежна ж тактика суб'єктивного інформування, що теж реалізована у промові канадського політика, втілюється за допомогою позиціонування через метафору й афоризм: “Middle powers must act together because if you are not at the table, you are on the menu” (Carney, 2026), – який має дуже потужний ефект, бо саме цей афоризм став медіацитатою дня. Харчова метафора (*table / menu*) перетворює складну геополітичну концепцію на лаконічний, запам'ятовуваний образ, що характеризує мовця як ритора й стратега одночасно.

Загалом промова М. Карні здобула “standing ovation” і порівнювалася з промовою В. Черчилля

у Фултоні. З погляду самопрезентації вона вирізняється унікальним поєднанням тактики інтелектуальної чесності та позиціонування через наратив. **Тактика трансференції**, або позиціонування через наратив, полягає в перенесенні авторитетного смислу (цитати, альянсу, прецедентного феномена) у нову ситуацію, що не лише демонструє її оцінку, але й посилює авторитет самого мовця (Стрій, 2015). М. Карні звертається до есе Вацлава Гавела «Сила безсилах», розгорнуто переказуючи притчу про крамаря та вивіску: “*Havel called this “living within a lie” <...> Friends, it is time for companies and countries to take their signs down*” (Carney, 2026). Це представляє його як освіченого, культурно самодостатнього лідера, що мислить категоріями моральної філософії.

Позиціонування через інтертекстуальну альянсу як реалізація тактики трансференції є і в промові В. Зеленського, розпочатої з покликання на знаменитий голлівудський фільм “Groundhog Day”, і цей образ став центральною метафорою всього виступу: “*Everyone remembers the great American film, Groundhog Day, with Bill Murray and Andy McDowell, yes, but no one would want to live like that, repeating the same thing for weeks, months, and, of course, for years. And yet, that’s exactly how we live now*” (Zelenskyu, 2026). Метафора «Дня Бабака» позиціонує Зеленського водночас як людину, що знає масову культуру (апеляція до аудиторії в Давосі), й трагічного свідка циклічності європейських провалів. Подекуди науковці тактику апеляції до відомих культурних наративів розглядають і як спосіб надання власній позиції загальнолюдського, позаполітичного виміру (Стрій, 2015; Кондратенко, 2007).

Традиційною тактикою для промов світових лідерів на міжнародних майданчиках є **тактика ототожнення мовця з країною, її народом або міжнародною інституцією**, яку представляє спікер (Якимчук, 2022). У наведених вище цитатах Е. Макрона ця тактика взаємодіє з іншими. Вживання займенника *we* ототожнює рішення і погляди спікера з думкою французького народу, а досягнення країни стають здобутками мовця. Урсула фон дер Ляєн систематично використовує займенник *we/our* у значенні «ми – Європа», демонструючи колективне авторство рішень і позиціонує себе як виразника загальноєвропейської волі: “*We acted immediately*”; “*We are moving fast*”; «*Europe will always stand with Ukraine*” (von der Leyen, 2026). Іноді цю тактику описують як тактику консолідації й ідентифікації мовця з колективом (Стрій, 20215). Особливо показовим у промові президента Єврокомісії є парцелят “*And long live Europe*” (von der Leyen, 2026) – емоційна кульмінація промови,

що закріплює ідентифікацію мовця з Європою як цінністю.

У промові президента США ця тактика репрезентована дещо по-іншому, що можна пояснити специфікою його стилю політичної комунікації («трампізму», «deal-maker») (Taylor, 2022). Д. Трамп систематично ототожнює власні рішення з прогресом нації: займенник *I* замінюється на *we* (що прирівнюється до США), а будь-яке досягнення безпосередньо пов’язане з особистим рішенням президента: “*In America I’ve stopped the nation-wrecking energy policies*”; “*It was my idea. I said you can’t create this much energy*”; “*I came up with the idea*” (Trump, 2026). Підкреслене вживання *my idea* порушує колективну природу управлінських рішень і максимально персоналізує успіх держави.

М. Карні реалізує окреслену тактику через ідентифікацію себе з Канадою як «середньою державою» з особливою місією. Мовець послідовно вживає *we* – “Canada”, апелюючи до унікальних ресурсних переваг країни: “*Canada has what the world wants. We are an energy superpower. We hold vast reserves of critical minerals. We have the most educated population in the world*” (Carney, 2026). Анафора *we* в поєднанні з метафорою *superpower* (зазвичай вживаною до наддержав) спонукає адресата переосмислити місце Канади у світовій ієрархії.

На відміну від інших мовців В. Зеленський майже не вживає займенника *I*. Він постійно промовляє від імені народу, нації, жертв. Самопрезентація будується не через особисті досягнення, а через репрезентацію спільного болю: “*Just last year, here in Davos, I ended my speech with the words, Europe needs to know how to defend itself. A year has passed and nothing has changed*” (Zelenskyu, 2026). Повторення власних конструкцій водночас засвідчує послідовність і підкреслює безсилля слів без дій. Промова В. Зеленського на ВЕФ 2026 є найнетиповішою з-поміж п’яти: стратегія самопрезентації реалізується тут переважно через відмову від власного «я» на користь «ми – Україна» та через моральний авторитет свідка і борця.

Промова Д. Трампа на ВЕФ 2026 року натовість характеризується найвиразнішою та найагресивнішою самопрезентацією з-поміж п’ятьох мовців. Дослідники виокремлюють у промовах Трампа стратегію трампізму, ґрунтовану на гіперболізації власних досягнень і дискредитації попередника (Taylor, 2022). Тут стратегія самопрезентації нероздільно поєднується з агітаційною. Ці стратегії виявляються також і через **тактику самопросування через гіперболізоване перерахування досягнень** (Стрій, 2015). Найпомітніша риса промови – безпрецедентна концентрація

найвищих ступенів порівняння і гіпербол, покликаних представити мовця як найуспішнішого лідера в історії: “*The United States is in the midst of the fastest and most dramatic economic turnaround in our country’s history*”; “*We’ve secured commitments for a record-breaking \$18 trillion. <...> That’s never been done by any country at any time, not even close*”; “*I never thought we could do it this quickly*” (Trump, 2026). Асиндетонне нагромадження дієслів у теперішньому часі посилює ефект невпинного руху й успіху: “*Our economy is booming, growth is exploding, productivity is surging, investment is soaring, incomes are rising, inflation has been defeated*” (Trump, 2026). Відповідною тактикою послуговуються й інші мовці.

Наприклад, У. фон дер Ляен реалізує **тактику самопросування через цифри та результати**: “*We now have three leading European defence tech startups that have reached unicorn valuation*”; “*This has helped to triple the market value of European defence industry companies since January 2022*” (von der Leyen, 2026). Тактика реалізована через ланцюжок іменних груп із числовими показниками, що є типовою рисою управлінського дискурсу. Через якісні та кількісні показники у промові Е. Макрона маніфестована тактика самопрезентації не стільки себе як лідера, скільки своєї країни як відкритого модернізованого простору для бізнесу й інвестицій. Такий підхід ще може бути потрактований як **тактика демонстрації професійності** через демонстрацію практичної результативності та реформаторства. “[*France has*] *been the most attractive country of Europe during the past six years*” (Macron, 2026), – Макрон апелює до шестирічного перебування Франції на першому місці в Європі за інвестиційною привабливістю. Ці самопрезентації через числа та факти, на відміну від Трампа, – фактологічні і стримані.

Висновки. Усі п’ять мовців реалізують стратегію самопрезентації, проте обирають різні домінуючі тактики та мовні засоби, що відображають не лише їхні особистісні риси, а й геополітичне становище, яке вони репрезентують. У статті проаналізовано найпотужніші тактики, засвідчені одразу в кількох аналізованих промовах сучасного міжнародного політичного дискурсу, з-поміж яких: тактика самопросування, тактика суб’єктивного інформування, тактика об’єктивного інформування, тактика трансференції, тактика ототожнення мовця з країною, її народом або міжнародною інституцією, тактика демонстрації професійності, тактика соціальної взаємодії. Інші тактики на кшталт тактика дискредитації, тактика демонстрації патріотизму, тактика налаштування через гумор тощо через обмежений обсяг публікації плануємо осмислити

в подальших наукових дослідженнях. Окреслена тематика залишається актуальною в умовах сучасних соціально-політичних та геополітичних зламів, тому глибше вивчення мовно-стилістичних, когнітивних структур у міжнародному публічному політичному дискурсі може слугувати перспективою подальшого дослідження.

ЛІТЕРАТУРА

1. Бацевич, Ф. С. (2004). *Основи комунікативної лінгвістики*. Київ : Академія. 344 с.
2. Кондратенко, Н. В. (2007). *Український політичний дискурс: текстуалізація реальності* : монографія. Миколаїв : Вид-во ЧДУ ім. Петра Могили. 156 с.
3. Мозер, М. (2020). Комунікативні тактики та стратегії в політичному дискурсі. Філософія та політологія в контексті сучасної культури, 12(1), С. 141–146. DOI: <https://doi.org/10.15421/352016>
4. Семенюк А, Сукач М. (2023). Стратегії консолідації та самопрезентації в англійському політичному дискурсі. *Наукові записки Національного університету «Острозька академія»: Серія «Філологія»*. №20(88). С. 17–21. DOI: [https://doi.org/10.25264/2519-2558-2023-20\(88\)-17-21](https://doi.org/10.25264/2519-2558-2023-20(88)-17-21)
5. Славова, Л. Л. (2006). Комунікативні стратегії та тактики у сучасному масмедійному політичному дискурсі: зіставний аспект (на матеріалі українських та американських Інтернет-джерел). *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*, (52), С. 116–117. URL : <https://eprints.zu.edu.ua/2210/1/06sllldzm.pdf>
6. Стрій, Л. І. (2015). Комунікативна стратегія самопрезентації в ритуальних жанрах політичного дискурсу. *Вісник Одеського національного університету. Філологія*, 20 (2 (12)). С. 182–189. URL : <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/405611.pdf>
7. Якимчук, В., Лопатюк, Н. (2022). Комунікативні стратегії і тактики в політичних промовах В. Зеленського. *Науковий вісник ЧНУ. Серія: Германська філологія*, (852). DOI: <https://doi.org/10.31861/gph2022.835-836.127-134>
8. Bystrov, Ya., Kuravska, N., & Sabadash, D. (2024). Communicative-pragmatic potential of utterances with the modality of intentional volition. *Folium*, (4), 41–47. DOI: <https://doi.org/10.32782/folium/2024.4.5>
9. Fairclough, N. (2010). *Critical Discourse Analysis: The Critical Study of Language* (2nd ed.). Routledge. 608 p.
10. Taylor, W. L. (2022). Trumpism against the public interest: A political discourse analysis [*Doctoral*

dissertation, University of Texas at Arlington]. Public Affairs Dissertations. 207 p. URL : https://mavmatrix.uta.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1206&context=publicaffairs_dissertations

11. Van Dijk, T. A. (2001). Critical discourse analysis. In D. Schiffrin, D. Tannen, & H. E. Hamilton (Eds.), *The handbook of discourse analysis*. Blackwell, P. 352–371
12. Van Dijk, T. A. (2006). Ideology and discourse analysis. *Journal of Political Ideologies*, P. 115–140.
13. Wodak, R. (2001). The discourse-historical approach. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of critical discourse analysis*, P. 63–94.
14. World Economic Forum. (2026, January 23). *Annual meeting 2026: A spirit of dialogue* [Press release]. URL: <https://www.weforum.org/press/2026/01/annual-meeting-2026-a-spirit-of-dialogue-ceb3ae9c08/>
1. Carney, M. (2026, January 20). Principled and pragmatic: Canada's path. Prime Minister of Canada. URL: <https://www.pm.gc.ca/en/news/speeches/2026/01/20/principled-and-pragmatic-canadas-path-prime-minister-carney-addresses>
2. Macron, E. (2026, January 20). Special address by Emmanuel Macron, President of France. World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/stories/2026/01/davos-2026-special-address-by-emmanuel-macron-president-of-france/>
3. Trump, D. J. (2026, January 21). Address at the World Economic Forum in Davos. U.S. Senate Democratic Leadership. URL: <https://www.democrats.senate.gov/newsroom/trump-transcripts/transcript-president-trump-delivers-an-address-at-the-world-economic-forum-in-davos-12126>
4. von der Leyen, U. (2026, January 20). Special address at the World Economic Forum. European Commission. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/speech_26_150
5. Zelenskyy, V. (2026, January 22). Special address by Volodymyr Zelenskyy, President of Ukraine. World Economic Forum. URL: <https://www.weforum.org/stories/2026/01/davos-2026-special-address-volodymyr-zelenskyy-president-of-ukraine/>

ДЖЕРЕЛА ІЛЮСТРАТИВНОГО МАТЕРІАЛУ.

1. Carney, M. (2026, January 20). Principled and pragmatic: Canada's path. Prime Minister of Canada. URL: <https://www.pm.gc.ca/en/news/speeches/2026/01/20/principled-and-pragmatic-canadas-path-prime-minister-carney-addresses>

Дата першого надходження статті до видання: 23.02.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 26.03.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 07.05.2026



Стаття поширюється на умовах ліцензії відкритого доступу (CC BY 4.0)