

ПРАГМАТИКА КОМІЧНОГО У РИТОРИЦІ ВІЙНИ В. ЧЕРЧИЛЛЯ І В. ЗЕЛЕНСЬКОГО

Христина Прядун

магістрантка

Національна академія Служби безпеки України

ORCID ID 0009-0005-2492-4843

khpryadun@gmail.com

Віра Ніконова

докторка філологічних наук, професорка,

професорка кафедри романо-германських мов

Національна академія Служби безпеки України

ORCID ID 0000-0002-0324-4217

nikonovavg@gmail.com

Ключові слова: *політична промова, політичний лідер, гумор, іронія, сарказм, сатира.*

У статті розглядається роль комічного в риториці політичних лідерів у контексті військових конфліктів: В. Черчилля у період Другої світової війни та В. Зеленського за час повномасштабної російсько-української війни. Метою статті є визначення функцій комічного в риториці В. Черчилля та В. Зеленського у контексті військових і кризових ситуацій та встановлення його впливу на аудиторію. Проведене дослідження демонструє, що різні види комічного (гумор, іронія, сарказм, сатира) є потужним інструментом комунікації, який піднімає бойовий дух, згуртовує людей, деморалізує ворога, мобілізує населення та поширює певні ідеї. Гумор та іронія розглядаються як механізми, що використовуються для підтримки настрою та вселяння надії серед населення, тоді як сарказм та сатира служать для висміювання ворога та викриття його невдач. В. Черчилль використовував сатиричні метафори для приниження ворога. Сатира та сарказм допомагали Прем'єр-міністру Великої Британії висміювати ворога та підбадьорювати населення завдяки контрасту між очікуванням і реальністю в діях противника. В. Зеленський вміло використовує іронію та сарказм для піднесення патріотизму. Комічне стає потужним засобом у психологічній та інформаційній війні, демонструючи сильну позицію нації завдяки іронічним висловлюванням Президента України. Прийоми комічного у промовах політичних лідерів допомагають людям відчувати себе частиною чогось надважливого та надають сил долати труднощі. Для ефективного застосування комічного необхідний ретельний підхід, який враховує контекст та історичні події.

PRAGMATICS OF THE COMIC IN W. CHURCHILL'S AND V. ZELENSKYI'S RHETORIC OF WAR

Khrystyna Priadun

Master student

National Academy of the Security Service of Ukraine

Vira Nikonova

Doctor of Science (Philology), Professor,

Professor of the Department of Romance and Germanic Languages,

National Academy of Security Service of Ukraine

Key words: *political speech, political leader, humor, irony, sarcasm, satire.*

The article substantiates the role of the comic in the rhetoric of political leaders in the context of military conflicts: W. Churchill during the Second World War and V. Zelenskyi during the full-scale Russian-Ukrainian war. The objective of the article is to determine the functions of the comic in W. Churchill's and V. Zelenskyi's rhetoric in the context of military and crisis situations and establish its impact on the audience. The conducted research demonstrates that various types of the comic (humour, irony, sarcasm, and satire) are a powerful communication tool that raises morale, unites people, demoralizes the enemy, mobilizes the population, and spreads certain ideas. Humour and irony are viewed as mechanisms used to maintain morale and instill hope in the population, while sarcasm and satire serve to ridicule the enemy and expose their failings. W. Churchill used satirical metaphors to humiliate the enemy. Satire and sarcasm helped the Prime Minister of Great Britain ridicule the enemy and encourage the population by contrasting the expectation and reality of the enemy's actions. V. Zelenskyi skillfully uses irony and sarcasm to promote patriotism. The comic becomes a powerful tool in the psychological and information war, demonstrating the strong position of the nation thanks to the ironic statements of the President of Ukraine. The use of the comic in the speeches of political leaders helps people feel part of something more important and gives strength to overcome difficulties. Effective use of the comic by speakers requires a thorough approach that takes into account the context and historical events.

Вступ. У контексті військових конфліктів, риторика політичних лідерів стає інструментом мотивації, впливу на громадську думку та формування міжнародної підтримки. Особливу роль у цьому процесі відіграє комічне, що може використовуватися для зниження напруги серед населення, критики опонента, а також зміцнення духу нації. Комічне в політиці – це не просто альтернативне джерело новин, а унікальна комунікативна форма, яка, стимулюючи зусилля із переробки інформації та когнітивну активність, змінює установлені погляди (Чорновол-Ткаченко, 2010: 11).

В епоху загострення міжнародних конфліктів і кризових явищ роль комічного в комунікації стає все більш вагомим. Такий нестандартний підхід використовується ораторами задля консолідації суспільства, підриву морального стану противника та налагодження більш тісного зв'язку з народом, фактично створення атмосфери довіри. Дослідження ролі комічного в риторичній війні

Вінстона Черчилля та Володимира Зеленського є актуальним із точки зору не лише розуміння історичних і сучасних політичних контекстів, але й необхідності глибокого вивчення механізмів впливу на свідомість і психологію суспільства в умовах війни.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перемога на президентських виборах колишнього актора та коміка Володимира Зеленського актуалізувала необхідність осмислення впливу комічного на політичні процеси. Тож, в Україні з 2019 року спостерігається стрімке зростання дослідницького інтересу до цієї теми. Зокрема, комічне як явище в політичному дискурсі привернуло увагу С. Кривенко (Кривенко, 2016). Г. Вусик і Н. Рула (Вусик & Рула, 2022) проаналізували комічне в промовах Президента України. Дослідники (Баранова & Калініченко, 2019; Блинова & Зернецька, 2021; Кондратенко, 2019; Старкіна, 2020; Gregorowicz, 2013) пропонують нові

методологічні підходи до використання комічного в політичній комунікації, розкриваючи його значення у формуванні громадської думки та взаєминах між політичними діячами.

Метою статті є визначення функцій комічного в риториці Вінстона Черчилля та Володимира Зеленського у контексті військових і кризових ситуацій та встановлення його впливу на аудиторію.

Матеріалом дослідження стали чотири промови В. Черчилля періоду Другої світової війни, а також одна промова та чотири відеозвернення В. Зеленського за час повномасштабної російсько-української війни.

Виклад основного матеріалу. Слова – джерело величезної сили. Вони слугують не лише засобом комунікації та вираження думок, а й інструментом формування самого мислення. Риторична сила полягає у згуртуванні аудиторії, до якої звертається мовець, «оснащуючи [слухачів] необхідним арсеналом для оцінки його впливу – метафорами, категоріями та концепціями певного дискурсу» (Jeffrey, 1987). Провоєнна риторика використовується для переконання аудиторії в необхідності активної протидії ворогу, а отже, і в необхідності війни. Її мета полягає в мобілізації ресурсів і підтримки населення для ведення бойових дій (Федорів, 2021: 52). В моменти кризи, якою також є війна, застосування риторики лідерства полегшує людям делегування почуття провини та відповідальності керівництву (William, 2008).

Комічне у всіх його проявах – гумор, іронія, сарказм, сатира – слугує способом критичного осмислення світу та руйнує стереотипність мислення. Його основою зазвичай є контраст, протиріччя: між формою та змістом, метою та засобами, дією та обставинами, сутністю та її видимістю, причиною та наслідком, процесом і результатом, реальністю та її уявленням. Ефект комічного зумовлюється передусім самим змістом тексту, де в ході розгортання подій спостерігається логічний збій, що веде до порушення очікувань реципієнта (Вусик & Рула, 2022: 26). Оратори завжди здійснюють свідомий вибір мовних засобів, аби ті корелювали з їхніми цілями та гармоніювали з власною системою цінностей, світоглядом і перцепцією реальності (Finucane, 2000).

Розглянемо застосування різних видів комічного у риториці війни В. Черчилля і В. Зеленського.

Гумор є важливим у досліджуваних промовах, що визначається його універсальністю як засобу комунікації, що не залежить від культурних і мовних бар'єрів. Терміни «комічне» та «гумор» часто помилково використовуються як синоніми, однак між цими поняттями існує суттєва різниця. Поняття «гумор» охоплює не лише рефлексивні

реакції, а й фізичні прояви, такі як сміх. Водночас, це поняття вживається у вужчому сенсі для позначення одного з різновидів комічного.

У випадку використання гумору у промовах політичних лідерів під час війни ми маємо справу з псевдозвинуваченням, головна мета якого – розважити. Чим слабший ворог і чим дурніше він поводить, тим краще. Водночас, така критика радше є дружнім «підштрикуванням», аніж звинуваченням. Гумор нівелює буквальний зміст, по суті, сигналізує: «Це гра» (Bateson, 1972: 181). Як зауважує С. Шервуд: «Подібно до риторики, гумор є мистецтвом переконання. Зрештою, аудиторію неможливо змусити сміятися; її сміх потрібно заслужити за допомогою переконання» (Sherwood: 3).

У психології роль гумору розглядається крізь призму різних теоретичних підходів. Серед найбільш поширених виділяють: *теорію переваги* (гумор як механізм зняття психологічної напруги та емоційного тиску), *теорію розрядки* (гумор як інструмент приниження або висміювання інших людей, зокрема опонентів або навіть окремих подій), *теорію невідповідності* (гумор як результат невідповідності між очікуванням і реальністю) (Чорновол-Ткаченко, 2010). В умовах воєнних дій гумор також може виступати засобом пропаганди, коли її першочерговим завданням є тимчасове зниження напруги, а не мобілізація населення (Colston, 2017: 239). Важливо пам'ятати про те, що «в гуморі під маскою смішного таїться серйозне ставлення до предмету сміху і, навіть, виправдання, що забезпечує гумору більш цілісне відображення сутності явища» (Савіна, 2014: 38).

Одним із найефективніших інструментів створення гумористичного ефекту є семантико-стилістичні повтори. Цей прийом ґрунтується на багаторазовому використанні слова або фрази, що з кожним повторенням може набувати не лише більшої експресивності, але й нових смислових відтінків (Савіна, 2019: 61). Наприклад: *Hitler took it for granted that when France gave in we should give in; but we did not give in. And he had to think again.* (America's National Churchill Museum). Стосовно Франції, фраза *gave in* має глибоке значення і описує її капітуляцію перед нацистською Німеччиною. Коли йдеться про Велику Британію, *give in* відображає очікування Гітлера. Проте тут виникає гумористичний контраст, адже Велика Британія все ж не здалася (*we did not give in*). Остання фраза *And he had to think again* підсилює гумористичний ефект, з одного боку, підкреслюючи, що Гітлер був змушений переглянути свої плани, а з іншого, виражаючи кумедну реакцію на провал його стратегії. Таким чином, гумор у промові В. Черчилля яскраво підсилює несподіваність і крах сподівань Гітлера в контексті подій Другої світової війни.

В останніх політичних промовах В. Зеленського безтурботний гумор фактично зник, залишилися лише натяки на нього, які знаходять відклик серед аудиторії завдяки метафоричним зворотам, як ось у цьому фрагменті: *Ми всі повинні робити не щось, а все можливе для поразки агресора. Будь ласка, пам'ятайте всі, що диктатори на канікули не йдуть* (Промови та звернення).

Візьмемо, до прикладу, ситуацію в Чорнобаївці, яка стала символом численних невдач і втрат агресора: *Наші героїчні Збройні Сили за тиждень, що минає, завдали ворогу потужних ударів. Помітних втрат. Кажуть, кудись зник міністр оборони Росії... Цікаво, може і він особисто захотів відвідати Чорнобаївку?* (Промови та звернення). Коментар щодо несподіваної відсутності міністра оборони рф [на телебаченні] набуває особливого сенсу. Президент натякає на можливість для вищого військового керівництва опинитися в подібній ситуації невдачі чи навіть смерті. Гумор тут слугує для демонстрації стійкості та оптимізму, створюючи в моменти кризи можливості для підняття бойового духу серед населення.

Іронія є ще одним різновидом комічного, який в період війни використовується як один із найпоширеніших стилістичних прийомів. Іронія як «стилістичний засіб, коли слову або звороту надається протилежного значення з метою глузування» (*Великий тлумачний словник сучасної української мови*) характеризується невизначеністю та неоднозначністю сприйняття. Специфіка іронії полягає в умисному приховуванні істинного задуму мовця (Чернюк & Ванганен, 2014: 131). Тобто, суть цього прийому полягає в зіставленні контрастних понять, що своєю чергою створює комічний ефект і підкреслює абсурдність ситуації. Тут ми можемо говорити й про гіперболізацію слабкості або безпорадності ворога. Наприклад: *When the brilliant decisive victory at Sidi Barrani, with its tens of thousands of prisoners, proved that we had quality, maneuvering power and weapons superior to the enemy, who had boasted so much of his virility and his military virtues [...] (America's National Churchill Museum).*

Іронія у цьому контексті полягає у різьчому контрасті між реальними досягненнями та попередніми заявами противника про власну перевагу. Згадка про вихваляння ворога своєю мужністю та військовими чеснотами (*who had boasted so much of his virility and his military virtues*) підкреслює розрив між очікуваннями та реальністю, а факт про десятки тисяч полонених (*with its tens of thousands of prisoners*) лише підтверджує цю думку. Оратор продемонстрував абсурдність звеличування ворога при його одночасному проґраші. Такий метод не лише допомагає висміяти

противника, але й надає аудиторії відчуття переваги та моральної перемоги.

Схожі мотиви вбачаємо у зверненні В. Зеленського на початку повномасштабного вторгнення росії на територію України: *Завершилася вже 25-та доба, як російські військові поїхали «на навчання», а опинилися на нашій землі. Всі вони так кажуть, коли потрапляють у полон. Вже 25-та доба, як російські військові шукають і ніяк не можуть знайти придуманих ними ж «нацистів», від яких вони хотіли нібито захищати наших людей. Як вони шукають і не можуть знайти українців, які зустріли б їх із квітами. Хоча б у якомусь місті нашої держави. Хоча б у якомусь селі. А головне – російські військові ніяк не знаходять дорогу додому. А тому наші військові допомагають їм із дорогою на суд Божий* (Промови та звернення). Цей фрагмент промови має іронічне та гірке забарвлення, оскільки стосується серйозної й трагічної теми. Комічне у цьому випадку побудоване на гіперболізації безпорадності російських військових сил. Іронічні висловлення про «навчання», неможливість знайти «вигаданих нацистів», про те, що росіян не зустрічають радісно, є відображенням ситуації, в якій насправді опинилася армія, що вторглася в чужу країну. А «дорога додому» в їхньому випадку стає шляхом до відповідальності за скоєні дії перед вищою силою. Справжній підтекст слів Зеленського не лише викриває безглуздість ворожих намірів та їхнє провальне виконання, але й демонструє силу духу українського народу та його війська.

Інколи за допомогою іронії можна переконати суспільство у власній силі: *We have not journeyed all this way across the centuries, across the oceans, across the mountains, across the prairies, because we are made of sugar candy (America's National Churchill Museum).* В. Черчилль іронічно натякає на те, що людський дух і воля є набагато міцнішими, ніж тендітність карамелі. Порівняння з цукерками, які відомі своєю м'якістю та вразливістю до зовнішніх впливів (*we are made of sugar candy*), використовується напротивагу для того, щоб підкреслити, наскільки люди є непохитними перед життєвими труднощами.

Президент України, як і в свій час прем'єр-міністр Великої Британії, прямо засуджує свого головного ворога та його дії. Та все ж інколи він може натякнути на путіна з нотками іронії: *Немає такого бункера, щоб пережити відповідь від Бога* (Промови та звернення). Проте навіть легка іронія підкреслює всю серйозність ситуації. З одного боку, ми розуміємо, що навіть найкращий прихисток не здатен вберегти від неминучого суду; з іншого боку, Зеленський натякає на те, що ті, хто вчиняє злочини (у цьому контексті йдеться про «бункерного діда»), не уникнуть своєї

відповідальності перед вищою силою чи перед суспільством.

Сарказм можна дефініювати як іронічне глузування з образливим відтінком або як їдке, єхидне та різке висловлення. Сарказм постає вищим ступенем іронії, сутність якої не вичерпується лише високим ступенем висміювання та викриття. Насамперед, сарказм ґрунтується на кореляції двох інформаційних планів: імпліцитного (прихованого) та експліцитного (явного). Сарказм відрізняється емоційним тоном обурення (Seguin, 2007: 172). Для повного розуміння сарказму часто потрібне розуміння контексту, який включає в себе попередні події, атмосферу, тон голосу та інші аспекти, які допомагають зрозуміти інтенцію та смисл сказаного.

Президент України дуже часто використовує символи та фрази, які стали не лише «крилатими фразами», а й мемами, що відображають настрої та реакцію українського народу на події перших місяців після вторгнення. Вони спрямовані на деморалізацію ворога. Наприклад: *Коли чуємо слово «Патрон», згадуємо найвідомішого сапера України [...] Чомусь не побачили їхнього хваленого танка «Амата». Думаю, вони побоялися нашого нового словосполучення «тракторні війська» [...] І ще одне словосполучення варто згадати – «друга армія світу» [...] Слова про те, куди прямує й завжди прямуватиме ворожий військовий корабель. Про те, що робити з окупантами, коли хтось скаже: «Вова!» І, звичайно, наше вже народне – «Доброго вечора, ми з України!»* (Промови та звернення). Кожна з цих фраз і символів відіграє важливу роль у становленні національної самоідентифікації та формуванні образу ворога як слабшого та неефективного. Весь текст пронизаний сарказмом, який використовується для висміювання російської армії, її пропаганди, та при цьому допомагає підтримувати позитивний настрій серед населення, й служить потужною зброєю в інформаційній війні проти агресора.

На відміну від українського підходу, насиченого символікою та яскравими образами, прем'єр-міністр Великої Британії В. Черчилль частіше вдавався до дотепних реплік у відповідь на певні заяви, для розуміння яких були необхідні знання конкретного історичного контексту, наприклад, як-от: *“In three weeks England will have her neck wrung like a chicken.” Some chicken; some neck* (America's National Churchill Museum). На початку наведено цитату відомого французького військового діяча Філіпа Петена, який прогнозував швидко й однозначну перемогу Німеччини у протистоянні з Великою Британією. У відповідь В. Черчилль саркастично висміює таку думку. Шия набуває потужного символу незламності та здатності британців протистояти агресії,

незалежно від обставин. Комічне полягає в тому, що, здавалося б, приречена на поразку курка продовжує боротися, і недооцінена Британія все ж здобуває перемогу, на відміну від Франції. Слова Черчилля спрямовані на підсилення національної гордості та ідентичності.

Сатира (від лат. satura, що означає «змішана страва» або «усякий мотлох і непотріб») – це різновид комічного, який ґрунтується на гострому висміюванні з метою критики окремих осіб, людських груп або суспільства в цілому (Савіна, 2014: 39).

Варто зазначити, що В. Черчилль щиро ненавидів і засуджував Гітлера за його тиранію, проте ставився з ще більшою зневагою до Муссоліні, висміюючи його як диктатора-послідовника. В такому випадку комічне може виконувати й приховану функцію – несвідомлене прагнення принизити опонента та спонукати його до зміни поведінки (Кривенко, 2016: 122). І це вдається Черчиллю блискуче зробити завдяки використанню метафор, за допомогою яких на лексичному рівні й досягається ефект «сміху» (Старкіна, 2020: 49): *The boastful Mussolini has crumpled already. He is now but a lackey and a serf, the merest utensil of his master's will* (America's National Churchill Museum); *[...] and which Hitler's accomplice and jackal, Mussolini, so faithfully imitated in the case of Greece* (America's National Churchill Museum). Черчилль не просто критикує політичну та військову неспроможність Муссоліні, але й зневажливо висміює його особистісні якості, зводячи нанівець будь-який авторитет. Через принизливі порівняння політик досягає комічного ефекту, що дозволяє його аудиторії легше сприймати важку воєнну реальність. Водночас, це спонукає відчувати перевагу над ворогами.

Попри часте згадування релігії та Бога в російському суспільстві, необхідно зрозуміти, що насправді там немає нічого святого. В. Зеленський використовує сатиру, щоб викрити ці реалії: *Святе місце. Тепер – побите війною. Вони не бояться навіть цього! Користуються тим, що Бог не дає моментальної відсічі. Але він бачить. І відповідає. Відповідає так, що вам не сховатися. [...] І говоримо росії: вчіть слова «репарації» та «контрибуції»* (Промови та звернення). І хоч сатира не може зупинити ворожі танки, вона стає зброєю в інформаційній війні. Гострі висловлювання Президента висвітлюють лицемірство та безбожність окупантів, демонструючи їхню справжню сутність. *Вчіть слова «репарації» та «контрибуції»*, – глузливо кидаємо ми їм. І стає зрозуміло, програш росії неминучий, адже протистояти Божій справедливості їм не під силу.

Війна, розв'язана росією проти України, оголила жахливу істину: ті, хто так часто

прикриваються вірою, насправді є безбожними варварами. Їхні криваві руки не гребують нічим, навіть святинями. Ніякі стіни, ніякі статки не захистять путіна [бункерного] та його прибічників від неминучої відповідальності. Кожен, хто брав участь у цій злочинній війні, – від рядового солдата до кремлівського тирана – відповідь за свої діяння.

Висновки. Аналіз використання різновидів комічного – гумору, іронії, сарказму та сатири – в політичних промовах Вінстона Черчилля та Володимира Зеленського у період військових конфліктів, продемонстрував, що комічне є потужним інструментом комунікації, який здатен піднімати бойовий дух, згуртовувати людей, деморалізувати ворога, а також мобілізувати населення та поширювати певні ідеї. В. Черчилль у своїх промовах був радше дотепним і обожноував використовувати сатиричні метафори з метою приниження противника, натомість В. Зеленський активно використовує іронію та сарказм задля піднесення патріотизму серед народу. Комічне постає потужним засобом у психологічній та інформаційній війні: іронічні висловлювання та коментарі Президента України Володимира Зеленського про російських військових та їхні невдачі є яскравими прикладами успішного протистояння ворогу, фактично, це демонстрація сильної позиції незламної нації. Сатира та сарказм допомагають висміяти та принизити ворога, як це вмів робив Вінстон Черчилль. Розрив між очікуванням і реальністю в діях ворога, на диво, підбадьорює населення. Вдало підібрані фрази та символи швидко доносять важливе повідомлення до широкої аудиторії. Такі методи допомагають людям відчувати себе частиною чогось надважливого та надають сил долати труднощі.

Перспективним є дослідження еволюції комічного в політичній риторичі під час війни, адже це може стати цінним джерелом інформації про динаміку конфлікту, ефективність різних комунікативних стратегій та здатність лідерів адаптуватись до нових реалій. Дослідження реакції громадськості на використання гумору, іронії, сарказму та сатири в політичних виступах під час конфліктів може надати додаткових уявлень про те, як ці стратегії впливають на громадську думку і які з них знаходять найбільший відгук серед аудиторії.

ЛІТЕРАТУРА

1. Баранова С. В., Калініченко І. П. Гумор у політичному дискурсі. *Південний архів. Серія: Філологічні науки*. 2019. № 80. С. 20–23.
2. Блинова І. А., Зернецька А. А. Гумор як різновид комічного: критерії виокремлення, теорії реалізації і засоби вираження. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2021. Т. 32 (71), № 1. С. 35–43.
3. Великий тлумачний словник сучасної української мови. URL: <https://1531.slovaronline.com/search?s=іронія>.
4. Вусик Г. Л., Рула Н. В. Художні засоби творення комічного в політичних промовах Президента України Володимира Зеленського. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2022. Т. 33 (72), № 6. С. 25–30.
5. Кондратенко Н. Гумор в українському політичному дискурсі. *Культура слова*. 2019. № 91. С. 112–121.
6. Кривенко С.-В. О. Семантична парадоксальність політичного дискурсу (теоретико-методологічний аналіз) : дис. на здоб наук. ступеня канд. політ. наук. Львів, 2016. 216 с.
7. Савіна Ю. О. Когнітивна природа комічного та вербальні засоби його створення у художньому тексті (на матеріалі «малої» прози Дж. К. Джерома й О. Генрі) : дис. на здоб наук. ступеня канд. філолог. наук. Херсон, 2014. 258 с.
8. Савіна Ю. О. Лінгвопоетичні засоби створення комічного та їх відтворення у процесі перекладу (на матеріалі творів Дж. К. Джерома й О. Генрі та їх українськомовних перекладів). *Закарпатські філологічні студії*. 2019. Т. 2, № 9. С. 58–64.
9. Старкіна А. А. Маніпулятивний ефект гумору в англійських публічних виступах та лінгвокультурні особливості його відтворення українською мовою : дис. на здобуття ступеня магістра зі спец. 035 «Філологія». Київ, 2020. 150 с.
10. Україну стільки разів хотіли знищити, але не змогли. Стримуючи російські дії, наші захисники підводять керівництво росії до думки: треба говорити. Не питайте Україну, коли закінчиться війна, питайте в себе, чому путін досі здатний її продовжувати. Ми працюємо над тим, щоб друзями України був увесь світ. «Мир», «перемога», «Україна» – три слова, задля яких ми боремося протягом уже ста днів після восьми років. *Промови та звернення. Офіційне інтернет-представництво Президента України В. Зеленського*. URL: <https://www.president.gov.ua/news/speeches>.
11. Федорів Я. Р. Кінодискурс війни: потрібна перспектива інтермедіальності. *Інтермедіальність на перетині наукових парадигм : ретроспектива і сучасність* : матеріали III Міжнар. наук. конф. УАКЛіП, м. Київ, 21 трав. 2021 р. Київ, 2021. С. 52.
12. Чернюк Н. І., Ванганен Д. Е. Реалізація іронічного значення в англійському дискурсі. *Філологічні трактати*. 2014. Т. 6, № 1. С. 130–138.

13. Чорновол-Ткаченко О. О. Еволюція та класифікація підходів до вивчення гумору у політичному дискурсі. *Вісник Харківського національного університету ім. В. Н. Каразіна*. 2010. Вип. 63. С. 75–79.
14. Bateson G. *Steps to an Ecology of Mind*. Northvale, NJ, and London: Jason Aronson. 1972. P. 181–198.
15. Colston, H. L. Irony and Sarcasm. In: Attardo, S. (ed.), *The Routledge Handbook of Language and Humor*. London: Routledge. 2017. P. 238–249.
16. Give Us the Tools. Some Chicken, Some Neck. Broadcast on the Soviet-German War. Address to Congress Speech. *America's National Churchill Museum*. URL: <https://www.nationalchurchillmuseum.org/winston-churchills-speeches.html>.
17. Gregorowicz K. D. Democracy Now: the Effect of Political Comedy on Knowledge and Ideological Constraint, a Model of Humor-Triggered Cognition : doctoral dissertation. 2013. 245 p. URL: https://deepblue.lib.umich.edu/bitstream/handle/2027.42/102479/kryshag_1.pdf.
18. Jeffrey K. Tulis, *The Rhetorical Presidency: New Edition*. NED-New edition, vol. 31. Princeton University Press. 1987. 243 p.
19. Finucane M. The Affect Heuristic in Judgments of Risks and Benefits. 2000.
20. Seguin M. C. A Typically Sarcastic Tone of Voice? Yeah, Right! *Ottawa Papers In Linguistics*. 2007. Vol. 35. P. 161–183.
21. Sherwood S. Intersections of Wit and Rhetoric: Humor as a Rhetorical Enterprise. URL: <https://www.ship.edu/globalassets/proteus/volume29-7sherwood.pdf>.
22. William E. Scheuerman. Presidentialism and emergency government. In: Ramraj VV, ed. *Emergencies and the Limits of Legality*. Cambridge: Cambridge University Press. 2008. P. 258–286.