

Міністерство освіти і науки України
Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

Навчально-науковий інститут соціології та медіакомунікацій

Кафедра медіакомунікацій

До захисту допущено

кафедрою медіакомунікацій, протокол № _____ від _____

В. о. завідувача кафедри _____
(підпис)

Лілія ЗМІЙ
(ім'я, прізвище)

« _____ » _____ 2025 р.

Кваліфікаційна робота
(інноваційний магістерський проєкт)
здобувача другого (магістерського) рівня вищої освіти

**РИТОРИКА ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ: ВІД СПІЧРАЙТИНГУ
ДО ПРОМОВИ**

Спеціальність 061 Журналістика
(код та найменування спеціальності)

Освітня програма Аудіовізуальні медіа та цифрова журналістика
(назва освітньої програми)

Виконавець


(підпис)

Юлія ТКАЧЕНКО
(ім'я, прізвище)

Науковий керівник


(підпис)

Лідія СТАРОДУБЦЕВА
(ім'я, прізвище)

Харків – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ	7
1.1 Визначення основних понять дослідження.....	7
1.2 Текст і промова як складові риторики: співвідношення і взаємодія....	10
Висновки до розділу 1.....	16
РОЗДІЛ 2 СОЦІАЛЬНИЙ КОНТЕКСТ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ.....	18
2.1 Символічний потенціал мови у спічрайтингу	18
2.2 Публічний виступ як засіб побудови дискурсу.....	20
Висновки до розділу 2.....	22
РОЗДІЛ 3 КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ.....	24
3.1 Методологічні засади аналізу публічного виступу.....	24
3.2 Дискурсивний аналіз публічного виступу на прикладі промови Володимира Зеленського.....	30
Висновки до розділу 3.....	34
РОЗДІЛ 4 ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ РИТОРИЧНИХ ЗАСОБІВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ.....	36
4.1 Концепція та методологічний інструментарій експериментального дослідження.....	36
4.2 Підготовка до проведення експерименту.....	38
4.3 Проведення експерименту.....	46
4.4 Аналіз результатів експерименту.....	47
4.5 Рекомендації щодо створення та реалізації публічних промов.....	62
Висновки до розділу 3.....	64
ВИСНОВКИ.....	67
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	70
ДОДАТКИ.....	74

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Публічний виступ є важливим засобом комунікації у багатьох царинах людської діяльності. Починаючи від політичної сфери застосування і до комунікації всередині менших соціальних груп — публічний виступ є потужним інструментом впливу на аудиторію. У політиці публічний виступ відіграє ключову комунікативну роль. Звернення до мас на рівні країни і світу є основним способом політичної комунікації, а масштаб і сила його дії не може не залишити слід на свідомості аудиторії. Публічний виступ може бути засобом переконання, залякування, розпалювання ворожнечі чи методом примирення. Так само він може діяти і на дрібніших соціальних щаблях, обмежуючи лише коло аудиторії. Від звернень президентів держав до промов діячів на мистецьких чи наукових заходах і висловлень лідерів думок на їхню аудиторію — механізми і особливості публічного виступу працюють всюди.

Публічний виступ має дві невід’ємні складові — написання тексту і його виголошення, тобто спічрайтинг і промову. Чимало наукових досліджень фокусуються на кожній складовій окремо, що, безумовно, важливо, однак не дає цілісного уявлення про явище публічного виступу від його зародження і до виходу на широкий загаль. Зв’язку між письмом і говорінням приділяли увагу іноземні дослідники лінгвістики Ф. Аккі і М. Ларуз, але робили вони це в контексті педагогіки та освіти [13].

Роль спічрайтингу в політичній комунікації активно досліджувала українська науковиця А. Литвин [5]. Побудові спічу у своїй праці приділяв увагу В. Рибаченко [10]. О. Єгорова та І. Куц досліджували особливості політичної мови на основі промов політиків [3]. Серед іноземних дослідників до теми риторики і спічрайтингу зверталися Дж. Остін (J. Austin) та Дж. К’елдсен (J. Kjeldsen) [15, 25]. Вплив політичних промов на суспільство вивчали дослідники політичного спічрайтингу С. Саїдолімов і Н. Улугов [24]. Питання етичності спічрайтингу вивчала польська дослідниця політичної риторики і спічрайтингу І. Святчак-Василевська [27].

У нашому дослідженні ми, по-перше, спробуємо поглянути на публічний виступ як цілісність тексту і промови (спічрайтингу й усного виголошення), а по-друге, зробимо це з ширшого ракурсу. Будучи ґрунтовно дослідженою з історичної і лінгвістичної точок зору, риторика, одночасно з цим, рідко розглядається в контексті її соціального значення та емпіричної ефективності. Таким чином, для нас важливо дослідити публічний виступ саме через призму соціології та експериментальної перевірки, адже це дозволить поглянути на нього не просто як на мовне, а як на комплексне соціальне і комунікативне явище.

Метою нашого дослідження є визначення специфіки риторики публічного виступу від спічрайтингу до промови.

Досягти поставленої мети допоможуть такі *завдання*:

- визначити основні поняття дослідження;
- співвіднести текст і промову як складові риторики;
- визначити символічний потенціал мови у спічрайтингу;
- охарактеризувати публічний виступ як засіб побудови дискурсу;
- на основі теоретичної частини дослідження створити інструментарій аналізу публічного виступу;
- провести аналіз публічного виступу і прослідкувати заявлені теоретичні особливості на реальному прикладі;
- розробити та провести порівняльний експеримент для емпіричної оцінки впливу усного виголошення на ефективність комунікації;
- сформулювати практичні рекомендації щодо підвищення ефективності публічного виступу на основі отриманих емпіричних даних.

Об'єкт дослідження – публічний виступ як комунікативне явище.

Предмет дослідження – механізми взаємодії спічрайтингу та усного виголошення, дискурсивні особливості публічної промови та емпіричний вплив риторичних засобів на когнітивне, емоційне і мотиваційне сприйняття аудиторії.

Методи дослідження. Насамперед публічний виступ знаходиться на перетині лінгвістики і соціології. Оскільки сутність явища лежить в площинах

одразу кількох наук, то в дослідженні доцільно використати міждисциплінарний підхід.

Загальнонауковими методами, якими ми послуговуємось, є аналіз, синтез, порівняння, опис, пояснення, що дозволяють систематизувати існуючі знання і матеріали з теми, виокремити ключові аспекти публічного виступу та співвіднести їх із різними соціологічними підходами. До спеціально-наукових методів, використаних у роботі, належать:

- елементи номінативного аналізу, для дослідження мовних засобів впливу;
- дискурс-аналіз (у тому числі критичний дискурс-аналіз за Теуном ван Дейком), який дозволяє розглянути публічну промову як результат і водночас інструмент соціального впливу;
- інтертекстуальний аналіз та аналіз риторичних стратегій.

Також використані експериментальний метод та метод анкетування — для кількісно-якісної оцінки сприйняття промови аудиторією.

Теоретичною основою дослідження є теорія символічної влади П'єра Бурдьє, теорія дискурсу Мішеля Фуко та теорія політичного дискурсу Теуна ван Дейка, що дозволяють розглянути публічний виступ як явище, що має не лише буквальний мовний сенс, а й ширше, соціальне значення.

Емпіричну основу дослідження складають записи публічних промов політиків і акторів, на прикладі яких можна пояснити теоретичні знахідки дослідження; текст і відеозапис звернення Президента України Володимира Зеленського до парламенту Великої Британії; авторський текст промови та результати порівняльного практичного експерименту (анкетування $n=28$ респондентів), проведеного для емпіричної перевірки гіпотези.

Наукова новизна дослідження полягає у інтегративному підході до вивчення риторики публічного виступу, який поєднує теоретико-соціологічний аналіз, дискурсивний аналіз та кількісно-якісне емпіричне підтвердження — проведення порівняльного експерименту для фіксації залежності між ораторською виразністю та рівнем когнітивного, емоційного і мотиваційного залучення аудиторії. Таким чином, робота є інноваційною завдяки емпіричному

обґрунтуванню тези про те, що усне виголошення є фінальним і вирішальним етапом риторичного циклу, який або реалізує, або нейтралізує комунікативний потенціал тексту.

Практичне значення роботи полягає у формуванні універсальної аналітичної рамки для комплексного розбору публічних промов на всіх етапах їх створення й існування та у емпіричному обґрунтуванні практичних рекомендацій щодо використання риторичних засобів для підвищення когнітивної, емоційної та мотиваційної ефективності публічних виступів.

Структура дослідження. Робота складається із вступу, чотирьох розділів (у тому числі 11-ти підрозділів), висновків, списку використаних джерел (34 найменування, з них 16 – іноземними мовами, 6 – аудіовізуальні джерела). Робота також включає 3 таблиці, 22 рисунки і 7 додатків. Загальний обсяг проєкту – 91 сторінка (з них основна частина – 69 сторінок).

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

1.1 Визначення основних понять дослідження

Перед тим, як давати визначення публічному виступу, варто звернутися до поняття, в межах якого і лежить перше — риторика, або ораторське мистецтво. У силу свого довгого періоду існування і широкої вживаності, термін риторика встиг обрости чималою кількістю різних трактувань. Насамперед потрібно сказати, що українським відповідником грецького слова риторика є «красномовство». Українські дослідники риторики М. Требін та Г. Клімова визначають це як «мистецтво підготування і виголошування публічної промови з конкретною метою дії на слухачів засобами живого слова» [12, ст. 7]. Перш за все позитивно відзначаємо у цьому визначенні двоскладову сутність явища — риторика стосується і підготовки промови, і її виголошення. По-друге, бачимо і функціональне призначення красномовства — вплив на слухача. Досить поетичне визначення “засоби живого слова” можна коротко назвати мовними засобами. Варто зауважити, що в цьому випадку риторика визначається як мистецтво. Справді, самі автори визначення говорять про те, що риторику історично долучають до видів мистецтва [12, с. 8]. Це може пояснюватися поширеним баченням риторики як виду мовлення, зосередженого на естетичній і прикрашальній складовій, такого, що потребує таланту. Тут варто звернутися до тези, згаданої українськими мовознавицями Любов’ю та Оксаною Мацько, про те, що «краса» мови не є її головною суттю, а лише допомагає донести суть сказаного [7, с. 6]. І самі автори визначення застерігають від прирівнювання риторики лише до виду мистецтва і наголошують на зв’язку риторики з іншими науками — філософією, лінгвістикою, а також пропонують бачення риторики як виду людської діяльності [12, с. 9]. Вищезгадані українські мовознавиці Любов та

Оксана Мацько пропонують розглядати риторику також як синтетичну і систематизуючу науку [7, с. 9].

Ми погоджуємося із усіма попередньо наведеними варіантами бачення риторики, оскільки це справді комплексне і багатогранне явище. Найкраще, на нашу думку, суть риторики виражає поняття «вид людської діяльності», оскільки воно застосовне для будь-якого виду і сфери використання риторики. Синтезувавши вищезгадані думки, можна сформулювати наступне визначення: «Риторика — це вид людської діяльності, що передбачає підготування і виголошування публічної промови з метою дії на слухачів засобами мови».

Говорячи про риторику, важливо окреслити її сфери застосування. Для наочного представлення наведемо родовидову характеристику ораторського мистецтва за М. Требіним та Г. Клімовою у табл. 1.

Таблиця 1

Родовидова характеристика ораторського мистецтва
авторства М. Требіна та Г. Клімової [12, с. 11]

Рід ораторського мистецтва	Вид ораторського мистецтва
Соціально-політичне красномовство	Політична промова; звітна доповідь; мітингова промова; парламентський виступ; військова промова; дипломатична промова
Академічне красномовство	Лекція; науково-популярна лекція; наукова доповідь; науковий огляд
Юридичне красномовство	Судове красномовство; лекція або виступ перед юристами; юридична консультація
Ділове красномовство	Інформаційна промова; ділова бесіда; переговори; прес-конференція
Соціально-побутове красномовство	Бесіда; ювілейна, або похвальна промова; застільна промова; анекдот
Богословсько-церковне красномовство	Проповідь; молитва; офіційна церковна промова

Ми бачимо, що ораторське мистецтво, тобто риторика, не обмежується лише політичною сферою комунікації, хоча часто є асоційованою перш за все з нею. Важливо, що попри відмінності у специфіці кожного з родів, риторика є сталим явищем, оскільки зберігає єдину структуру, де б не застосовувалась.

Так, згадаємо про складові частини риторики. Класична риторика складається з п'яти розділів: інвенції, диспозиції, елокуції, меморії та акції, кожен із яких відповідає за певний етап народження і життя промови. На основі матеріалів Л. та О. Мацько складемо схему, що ілюструє послідовність розділів риторики (рис. 1).

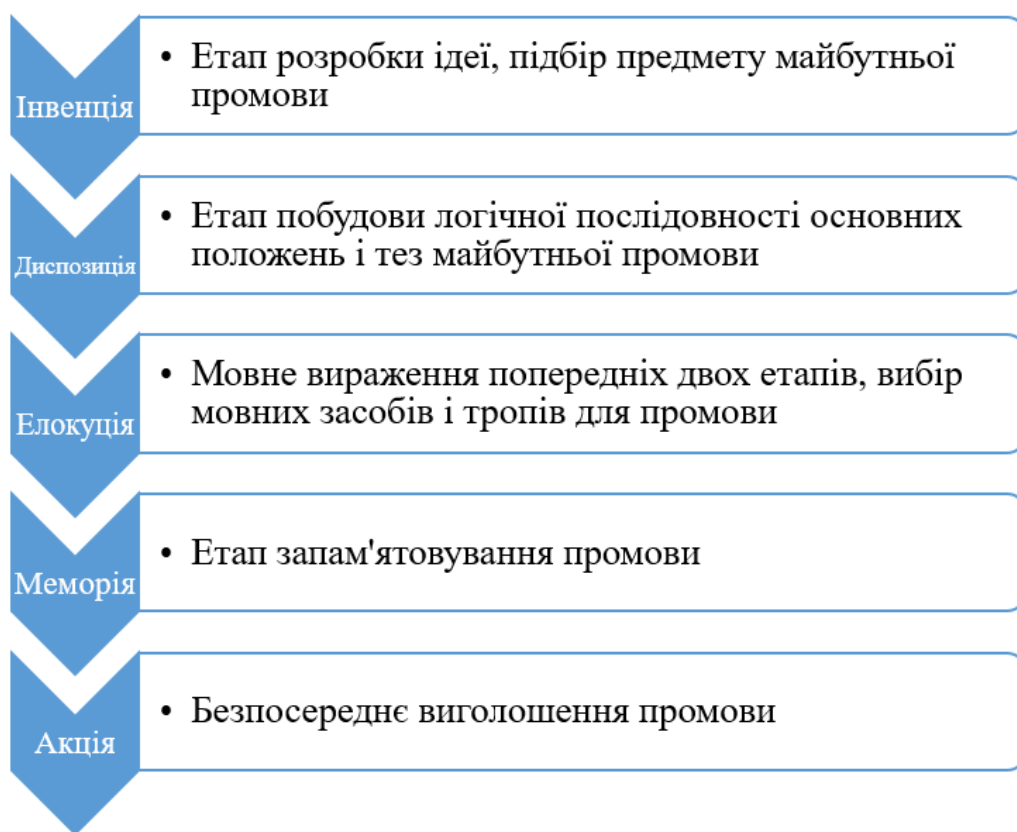


Рис. 1 Розділи класичної риторики за Л. і О. Мацько [7, с. 14-16]

Таким чином можемо стверджувати, що риторика — це комплексне і чітко організоване явище, чюю структуру можна застосувати до різних сфер комунікації.

На основі попередньо викладеної інформації тепер легше скласти уявлення про сам публічний виступ, або ж публічну промову. Можна сказати, що публічний

виступ є головним інструментом риторики, оскільки саме він розробляється на всіх етапах риторики і саме він здійснює вплив на аудиторію, що є основною функцією риторики. Так, ми маємо право стверджувати, що публічний виступ не обмежується лише безпосереднім виголошенням промови, адже починає своє існування набагато раніше і складається з двох, визначених М. Требіним та Г. Клімовою, взаємозалежних етапів — докомунікативного і комунікативного [12, с. 21]. Без проходження того чи іншого етапу публічний виступ неможливий, адже в одному випадку він не існуватиме в усній формі, а в іншому — в жодній. При цьому, накладаючи цей розподіл на класичні риторичні розділи, можемо побачити, що докомунікативний етап охоплює набагато більше рівнів, тоді як комунікативний етап еквівалентний лише одному розділу риторики — акції.

Отже, риторика є основоположним теоретичним підґрунтям для розуміння публічного виступу. Її багатогранність проявляється у синтетичній природі, поєднанні мистецтва, науки та практичної діяльності. Публічний виступ ми розглядаємо як головний інструмент риторики, звертаючи увагу на його двоскладову структуру, яка охоплює докомунікативний і комунікативний етапи. Ця структура забезпечує підготовку та реалізацію промови, спрямованої на вплив на слухачів. Таким чином, публічний виступ є не лише ключовим проявом риторики, а й практичним втіленням її головної мети — досягнення ефективної комунікації за допомогою засобів мови.

1.2 Текст і промова як складові риторики: співвідношення і взаємодія

Вивчивши структуру риторики, можна стверджувати про її насамперед двоїсту природу: риторика складається зі створення тексту промови і безпосереднього виголошення промови. Крім цього можна також виділити ідейний етап розробки тексту промови, що відбувається на стадії інвенції і диспозиції, однак заради полегшення оперування визначеннями врахуємо його як частину створення тексту промови.

Сама ж публічна промова, відповідно, існує в текстовому та усному форматі. Данський дослідник Дж. К'єлдсен разом із колегами наголошує на баченні промови не лише як тексту, а як перш за все фізичної події, що розгортається в певній сфері часу і простору: «Як форма спілкування, промова – це насамперед втілений усний та фізичний перформанс» [25, с. 12]. Зокрема науковці акцентують увагу на тому, що, хоч і промова першочергово створюється у письмовому варіанті, але як акт діяльності вона відрізняється від свого початкового вигляду [25, с. 12]. Ми погоджуємося з думкою дослідників і разом з тим вважаємо за потрібне вивчати публічну промову у повному об'ємі її виконання від зародження до втілення, оскільки кожний із етапів існування промови відбивається на кінцевому результаті.

Звісно, нескладно спостерігати зв'язок тексту і усної промови у випадку, коли автором промови і самим мовцем є одна людина. Однак у деяких сферах застосування публічних виступів поширеною є практика написання текстів окремими фахівцями для промовців. Це дістало назву «спічрайтинг». Українська дослідниця культури мовлення Н. Лесовець дає цьому терміну таке лаконічне формулювання: «Спічрайтинг — це підготовка й написання текстів для усних виступів перед аудиторією» [4, с. 74]. На нашу думку, навіть при написанні окремою людиною промови для спікера, тобто відокремленні спічрайтера від промовця, зв'язок усіх етапів риторики як єдиного явища зберігається, оскільки публічний виступ є комплексним і не обмежується лише вимовлянням заготовленого тексту.

Знову звернемося до розділів класичної риторики, щоби на кожному з етапів створення публічного виступу прослідкувати нерозривний зв'язок тексту і промови. Перш за все, у спічрайтингу, етапи інвенції і диспозиції — тобто аналіз дійсності, виокремлення найважливіших подій, інформаційних приводів, викристалізовування основної ідеї майбутньої промови, підбір і побудова тез — потребують колективної роботи і зусиль не лише спічрайтера, а й майбутнього спікера, для якого, власне, створюється промова, а також його команди. Данський дослідник Дж. К'єлдсен говорить про спічрайтинг як форму колективного

мислення, коли люди працюють спільно, розвиваючи думки про те, що їхня організація думає та у що вірить, збираючи найкращі аргументи та приклади для позиції чи ідеї [25, с. 179]. Так, тема промови має, якщо не виражати погляди спікера чи організації, від імені якої він говорить, то хоча би бути йому знайомою, аби аудиторія справді вірила сказаним словам і сприймала їх без сумнівів. Політична психологиня А. Литвин у своєму дослідженні українського президентського спічрайтингу подає інформацію про те, що президенти часто особисто долучаються до процесу розробки ідей, а в особливо важливих випадках у мозкових штурмах тез і текстів бере участь ціла команда експертів [5, с. 114-115]. Справді, ще на найперших, до-текстових етапах важливо чітко окреслити майбутній предмет промови і, щонайменше, ввести в курс справи спікера.

Етап елокуції знаменується перетворенням ідей і тез у словесну форму. Звісно, для того, щоби знати «як» щось сказати, потрібно знати «що» сказати. Кожна промова має свою особливу будову, однак основні складові промов приблизно однакові. Звернемося до структури промови, запропонованої українським дослідником і практиком спічрайтингу В. Рибаченком. Коротко охарактеризуємо виділені науковцем композиційні елементи промови:

1. Початок виступу. Невербальний етап, коли аудиторія оцінює спікера ще до початку промови.
2. Вступ. Вітання, перші фрази та звернення до слухачів, що враховують їх особливості задають тон спілкування.
3. Оголошення теми. Чітка артикуляція теми чи ключової ідеї промови.
4. Опис контексту. Розміщення теми у ширшій ситуації, що дозволяє аудиторії краще зрозуміти значущість обговорюваного питання.
5. Різноманіття версій. Ознайомлення аудиторії з різними підходами до теми, які існують у суспільстві. Це дозволяє спікеру окреслити поле дискусії.
6. Власна позиція спікера. Презентація особистого бачення теми, заснованого на об'єктивних фактах і логіці.

7. Логічне розгортання теми. Послідовне і структуроване викладення матеріалу, яке дозволяє слухачам легко стежити за думкою спікера.

8. Аргументація. Використання доказів, фактів і статистики для підтримки позиції спікера.

9. Полеміка. Критичне обговорення альтернативних точок зору, спрямоване на спростування слабких місць у чужих аргументах.

10. Порівняння. Співставлення різних підходів до теми для доведення переваги власної позиції. Це допомагає слухачам оцінити обґрунтованість сказаного.

11. Аналогії. Проведення паралелей із відомими ситуаціями чи подіями для кращого пояснення позиції.

12. Посилання на експертів. Використання думок авторитетних осіб чи фактів, що підтверджують точність викладених ідей і підсилюють довіру до промови.

13. Емоційні засоби. Використання метафор, цитат, культурних посилань чи художніх елементів для посилення емоційного впливу на аудиторію.

14. Висновки. Повторення основних положень і ключової думки у підсумковому вигляді, щоб закріпити головну ідею у свідомості слухачів.

15. Запитання від аудиторії. Готовність відповісти на питання слухачів, що є проявом поваги до них і можливістю уточнити чи розширити представлену інформацію.

16. Подяка та комплімент. Вираження вдячності аудиторії за увагу та комплімент, який підкреслює її значущість і закріплює позитивне враження.

17. Фінальний заклик. Завершальне звернення до аудиторії, що надихає чи закликає до дії [10, с. 103-105].

Кожен із цих елементів посилює або послаблює комунікативний ефект промови, тож на етапі написання тексту надзвичайно важливо наперед змодельовати і продумати, що і як говорити спікеру в тому чи іншому моменті виступу. Це знову ж таки потребує розуміння зв'язку між текстом і виступом як від спічрайтера, так і від спікера.

Не менш важливо на етапі створення тексту підібрати потрібні слова, стиль висловлювання і мовні прийоми. Це можна віднести до окремого підрозділу елокуції — елоквенції, присвяченому тропам і риторичним фігурам. На думку багатьох дослідників, найважливіше при написанні промови враховувати особистий стиль спілкування спікера. У дослідженні політичної психологині А. Литвин наведена думка про те, що спічрайтери мають орієнтуватися на характерні риси мовлення спікера — яку лексику він використовує, як формулює думки [5, с. 113]. Українська науковиця Н. Лєсовець наводить кейс спічрайтера американського президента Р. Рейгана, П. Ханнафорда, який склав індивідуальний список слів, що були некомфортними для президента, і відповідно небажаними для використання [4, с. 76]. Швейцарська лінгвістка Г. Мейпс у своєму дослідженні відзначає роль залученості спічрайтерів до діяльності політика в процесі створення промов: відвідування заходів разом із ними допомагає зрозуміти стиль їхнього мовлення [21, с. 271]. Польська дослідниця політичної риторики і спічрайтингу І. Святчак-Василевська, вивчаючи взаємодію спічрайтера і мовця між Т. Соренсеном і Дж. Кеннеді, говорить про особливу модель залученості спічрайтера до діяльності політика і політичного життя країни загалом [26, с. 206].

Таким чином етап написання тексту промови неможливий без попереднього врахування того, якою промова буде в кінцевому результаті — наскільки природно і щиро звучатимуть ті чи інші слова і формулювання із вуст спікера, чи характерний йому такий стиль промови, чи зможе він вдало використати риторичні прийоми і звороти, та найголовніше — чи повірить йому аудиторія.

З іншого боку данський дослідник Дж. К'єлдсен висловив думку про те, що промова може навпаки не відображати особистість спікера, оскільки спікер виголошує її лише від імені організації, від якої говорить [25, с. 179]. З такого ракурсу промова представляє колективну позицію інституції, а спікер виступає лише медіумом повідомлення. На нашу думку, ці два підходи можуть і мають взаємодіяти: промова має одночасно як висловлювати позицію держави, установи, організації чи компанії, так і мати індивідуальні риси спікера, аби ця позиція була

почута і сприйнята аудиторією, що знову таки потребує розуміння того, якою має бути майбутня усна промова ще на етапі створення тексту.

Стадія меморії насправді містить у собі більше, ніж просто запам'ятовування спікером тексту. На цьому етапі спікеру важливо по максимуму опрацювати і засвоїти тему та дотичні до теми промови контексти, щоби бути готовим до відхилень від сценарію виступу внаслідок непередбачуваних обставин чи неточності власної пам'яті. Крім того, вільне володіння темою передбачає успішність відповідей на запитання аудиторії і вправність у дискусії, якщо така розгориться. Так, професійний спікер має добре знати, про що він розповідає, і бути чимось більшим, аніж «головою, що говорить».

Акція є «кульмінацією» промови, що підводить підсумок роботи на всіх попередніх риторичних етапах. Звісно, на цьому етапі найбільш помітною є постать спікера. Яким би не був попередньо складений текст промови, його сприйняття аудиторією залежить від усного виступу. Українська дослідниця Н. Лесовець знову ж таки наводить кейс спічрайтера П. Ханнафорда і президента США Р. Рейгана: тексти, що від імені президента писав спічрайтер, були більш популярні в аудіальній формі, аніж у текстовій, завдяки особливій подачі Р. Рейгана, яка подобалася людям [4, с. 76]. Щодо конкретних характеристик, данський науковець Дж. К'елдсен відзначає такі важливі у промові ознаки використання голосу, як інтонація, гучність, темп, варіації темпу, пауза, тон і артикуляція [25, с. 12]. Насправді, голос, тембр, артистизм спікера, його емоційність — усі ці невербальні та паравербальні елементи створюють додатковий рівень комунікації, який посилює або навіть цілком змінює зміст написаного тексту.

Крім цього, важливі також навички імпровізації спікера та його вміння вести себе перед публікою. Усе це забезпечується насамперед впевненістю у своєму виступі, що знову відсилає нас до етапу меморії і стадій розробки тексту, що передують їй, оскільки саме там спікер збирає цілісне уявлення про предмет промови. На основі глибокого розуміння теми спікер може швидко адаптуватися до змін обставин, що можуть траплятися під час публічних виступів.

Не менш важливо приділити промові час уже і після її виголошення, тобто проаналізувати її. Причому зробити це варто як спікеру, так і спічрайтеру, аби краще зрозуміти одне одного задля перспективи подальшої роботи — чи вдалося передати і підкреслити усним виступом сенс тексту, а текстом прикрасити і покращити сприйняття усного виступу, якщо ні, то що варто змінити. Зокрема для полегшення аналізу промов нині створюється чимало інструментів, у тому числі з використанням штучного інтелекту, як пропонують ізраїльські дослідники Т. Міхельсон і Ш. Пелег [22]. Так, за їхніми методами можна детально аналізувати поведінку промовця як з аудіальної, так і з візуальної точок зору.

Отже, текст і усна промова — це нерозривні складові публічного виступу. Текст забезпечує структурну основу та логічну послідовність думок, тоді як усне виголошення оживляє ці ідеї через інтонацію, емоції та інші засоби. Навіть у випадку, коли спічрайтером і спікером виступають різні люди, неможливо повністю відділити одне від одного частини їхньої роботи, адже процес створення і реалізації промови на кожному етапі пов'язується з іншими етапами. Текст залежить від майбутньої промови, а майбутня промова — від тексту. Тобто спікер не може відчужуватися від етапів генерування ідеї, викристалізовування теми, підбору тез і складання тексту, бо має розумітися на тому, що говорить, тоді як спічрайтер не може відчужуватися від особливостей мови спікера, бо має зробити промову підходящою спікеру, меті виступу і бажанням аудиторії.

Висновки до розділу 1

У цьому розділі ми теоретизували і конкретизували основні аспекти риторики. Ми розглянули термін «риторика» у його багатогранності, включаючи етимологію, історичний спадок і сучасне трактування, та запропонували власну дефініцію цього поняття. На основі теоретичного аналізу сутності риторики ми пояснили явище публічного виступу.

Нами також розглянуто текст і усну промову як дві взаємозалежні складові публічного виступу. Виявлено їх дуалістичну природу, яка охоплює створення

тексту (етапи інвенції, диспозиції та елокуції) та його реалізацію в усній формі (меморія та акція). Проаналізовано ключові аспекти взаємодії спічрайтера та спікера, а також їх роль у забезпеченні автентичності та ефективності публічного виступу. Взявши за основу поетапну модель риторичного процесу, ми пояснили взаємодію тексту і усної промови на кожному з етапів і довели важливість розгляду цих складових публічного виступу як єдиного цілого у нашому подальшому дослідженні.

РОЗДІЛ 2

СОЦІАЛЬНИЙ КОНТЕКСТ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

2.1 Символічний потенціал промови

Варто приділити увагу публічному виступу не лише як мовному комунікативному акту, а і як соціальному явищу. Перш за все відмітимо те, що структура публічного виступу сама по собі ієрархічна. Про це зокрема говорить данський науковець Дж. К'єлдсен. Він зазначає, що, порівняно з іншими видами комунікації, публічна промова має попередньо передбачені нерівні становища учасників комунікації: промовець має право на слово, у той час як основна роль аудиторії — слухати його [25, с. 14]. Більш того, зворотній зв'язок аудиторії в цій комунікативній ситуації не урівнює учасників, адже, взявши слово, коментатор усе одно залишається лише коментатором промови.

Таким чином ми маємо сказати, що промовець має над аудиторією певну владу. У цьому контексті звернемося до наукових доробків французького соціолога і філософа П. Бурдьє. Він стверджував, що «мовні відносини є відносинами символічної влади», і що вони виражають відносини між соціальними становищами і бекграундом учасників комунікації [17]. Тобто в нашому випадку публічна промова реалізує відносини влади не лише через свій ієрархічний формат комунікації, але й через попередній соціальний бекграунд учасників, що привів їх до цієї чи іншої ролі в даній комунікації. При цьому, як говорить П. Бурдьє, влада має підтверджуватися символічним капіталом, тобто певними соціальними статусами, здобутками, документами — це можуть бути як, наприклад, дворянські титули, так і диплом про освіту — він називає це офіційною номінацією, тобто суспільно визнаною кваліфікацією, що дає право здійснювати символічне насильство [16, с. 21]. Так, щоби реалізувати свою владу, промовець має бути визнаним аудиторією на певних підставах, аби вона сприймала його слова і дозволяла, власне, мати владу над собою.

Щодо поняття символічної влади, то український дослідник Ю. Прокопчук визначає його, як «владу над системами символів, які детермінують відносини індивідів з внутрішнім і зовнішнім світом» [9, с. 7]. Таким чином символічна влада є силою надання визначень, владою слів над сприйняттям світу — оскільки говорячи про предмет тим чи іншим чином, ми визначаємо бачення його, незважаючи на його фактичну сутність, якщо вона залишається невербалізованою.

Промову недостатньо сприймати лише як слова із певними значеннями. Про неповноцінність виключно лінгвістичного підходу до вивчення мови говорив П. Бурдьє, наголошуючи на важливості врахування соціального контексту її використання [17]. Так, одні й ті ж самі слова можуть бути влучними в одних обставинах, і цілком неприпустимими в інших, на що вказував і британський філософ Дж. Остін [15, с. 28]. Тобто можна підвести до того, що сказане завжди існує і набуває сенсу в певному контексті, який і є тими самим відносинами символічної влади. П. Бурдьє, як уже було згадано вище, говорив, що в комунікації беруть участь бекграунди людей [17]. Тобто мова завжди містить в собі певний соціальний, політичний, історичний контекст, а сам комунікативний акт існує в цьому контексті. Причому ці соціальні та інші досвіди існують з обох сторін комунікації — у нашому випадку має враховуватися і бекграунд промовця, який говорить у певному контексті, і бекграунд аудиторії, яка приймає чи не приймає цю людину і сказане нею, залежно від власного бекграунду. Так, промовець може завоювати прихильність аудиторії, використовуючи близькі соціальному досвіду аудиторії слова і символи. Наприклад, як це зробив Володимир Зеленський у зверненні з нагоди Дня Незалежності України 2024 року, де замість повних нормативних понять на позначення російського озброєння та самих військових вжив скорочені назви, які побутують у повсякденному спілкуванні українців: «каби», «орки» [31], таким чином наблизившись до контексту, в якому перебуває аудиторія.

Відтак публічна промова як засіб реалізації символічної влади наділена чималою силою впливу. Наприклад, данський дослідник Дж. К'єлдсен наголошує на тому, що жодна форма вербальної комунікації не є настільки ефективною у

створенні і об'єднанні спільнот і груп, як публічна промова, зокрема це реалізується використанням займенника «ми» [25, с. 14]. Промова, справді, може як об'єднувати, так і ділити суспільство на групи за допомогою дихотомії ми/вони. Крім того, П. Бурдьє звертає увагу на те, що промовець має повноваження говорити від імені певної спільноти, що може бути для неї як позитивним, так і негативним [17]. Таким чином у публічному виступі промовець постає представником певної соціальної групи, який має право за допомогою використання самих лише слів залучати до цієї групи одних людей і відлучати інших. П. Бурдьє називає це владою «світотворення» [16, с. 22]. Це зокрема проявляється і в праві іменування, тобто підборі одного з варіантів назви того чи іншого явища, що визначає ставлення промовця і, відповідно, аудиторії до цього явища. Український дослідник і практик спічрайтингу В. Рибаченко говорить про це як про вибір версії [10, с. 104]. Так, промовець під час публічного виступу, маючи легітимну символічну владу, може завдяки словам із необхідним контекстом занурювати аудиторію у певну картину світу.

Символічний потенціал публічної промови визначається її ієрархічним характером, де промовець володіє символічною владою над аудиторією завдяки своєму легітимному статусу. Ця влада реалізується не лише самою структурою комунікації, але й попереднім соціальним бекграундом учасників. Промова виступає засобом символічної влади, формуючи ставлення аудиторії до світу через вибір слів і акцентів, що відображають певний соціальний контекст. Крім того, публічні виступи можуть як об'єднувати, так і ділити суспільство, оскільки промовці наділені владою визначати зміст та ідентичність груп через сам акт мовлення.

2.2 Публічний виступ як засіб побудови дискурсу

Говорячи про символічну владу «світотворення», доцільно продовжити розмову, зачепивши тему дискурсу. Українська філософія І. Матвієнко в контексті вивчення робіт французького філософа М. Фуко загалом пояснює термін

дискурс, як «певний мовний феномен, який функціонує за допомогою мовних (граматичних) правил, враховує соціальні особливості його учасників і існує автономно від творця» [6, с. 83]. Можна сформулювати дискурс як набір мовних норм, що визначають і висловлюють певну соціальну реальність. Таким чином дискурс становить вербальну парадигму світосприйняття, а промова, в нашому випадку, існує в цій парадигмі.

При цьому дискурс не буває лише один. М. Фуко говорить про градацію дискурсів у суспільстві від тих, що забуваються як тільки були проговорені, до тих, що продовжують артикулюватися знову і знову [19, с. 115]. Як приклад дискурсу із довгим життєвим циклом можна назвати текст реакції Володимира Зеленського на російські обстріли 11 вересня 2022 року [29], що запустив обговорюваний і повторюваний у суспільстві меседж «Без газу чи без вас? Без вас». Говорячи про посилення на тексти, М. Фуко зазначає, що таким шляхом можуть народжуватися нові дискурси [19, с. 116]. Так, дискурси можуть перетинатися. Наприклад американський кіноактор Хоакін Фенікс у своїй промові на церемонії «Оскар 2020» об'єднав дискурси захисту прав жінок, представників ЛГБТ та народів на самовизначення в єдиному дискурсі справедливості [34]. Ці три дискурси, хоч і стосуються різних предметів, однак можуть співвідноситись, утворюючи більш широкий дискурс «свідомості» і «стурбованості» за суспільство.

Так, тексти не існують поодинокі, а постійно посиляються одне на одного. Українські дослідниці О. Єгорова та І. Куц говорять про алюзивність політичної мови та те, що промови політиків роблять згадки, художні відсилки до інших промов, текстів і політичних подій, аби посилити комунікативний ефект власних [3]. Ці відсилки є, власне, віднесенням промови до конкретного дискурсу. При цьому варто зазначити, що належність до дискурсу й алюзії можливі не тільки в політичній комунікації, адже коли люди комунікують у повсякденному житті, вони також звертаються до вже існуючих текстів, цитують фільми, книги, персонажів, меми.

Таким чином можна сказати, що дискурс є одним із варіантів мовних парадигм, у якій артикулюються певні теми, ставляться акценти на тих чи інших аспектах, існують свої норми, цінності та традиції, і все це за допомогою певних мовних норм. Бути поза дискурсом для тексту неможливо, бо навіть якщо він не належить до певного існуючого дискурсу, то в такому випадку несе власний. Так, публічна промова в будь-якому разі завжди закріплює в свідомості аудиторії конкретний дискурс, тобто мовну парадигму світосприйняття.

Публічний виступ виступає ключовим засобом побудови дискурсу, формуючи та закріплюючи мовну парадигму, яка відображає соціальну реальність. Публічна промова стає інструментом відтворення та трансформації дискурсу. Дискурси мають різні життєві цикли та здатні перетинатися, створюючи нові значення. Тексти загалом і промови зокрема апелюють до інших текстів і подій, відносячи себе до певних дискурсів. Таким чином, публічна промова не тільки існує в межах конкретного дискурсу, але й має потенціал створювати нові форми дискурсивної реальності, впливаючи на уявлення аудиторії про світ.

Висновки до розділу 2

У цьому розділі нами було проаналізовано соціальний контекст публічного виступу та його роль у формуванні дискурсу. Ми виявили, що публічна промова є не лише комунікативним актом, а й важливим соціальним явищем, яке через легітимну символічну владу впливає на уявлення аудиторії про світ. З одного боку, промова реалізує ієрархічні відносини між промовцем та аудиторією, що базуються на соціальному бекграунді учасників і підтверджуються символічним капіталом. З іншого боку, вона формує та трансформує дискурси, закріплюючи мовні парадигми світосприйняття.

Таким чином, публічний виступ слугує суттєвим інструментом впливу на аудиторію, що закріплює чи трансформує суспільні уявлення, ефективно використовуючи мову як засіб впливу і конструювання реальності. Тобто словами

«зсередини» промова контекстуально прикріплюється до певного місця серед інших дискурсів «ззовні».

РОЗДІЛ 3

КОМПЛЕКСНИЙ АНАЛІЗ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

3.1 Методологічні засади аналізу публічного виступу

Після ґрунтовного теоретичного розгляду публічного виступу як феномену риторики, що охоплює етапи від формулювання ідеї до виголошення промови, логічним наступним кроком є спроба простежити цей процес у дії. Попередньо нам вдалося виявити складну, послідовну структуру риторичного процесу, однак лише звернення до конкретного прикладу дозволить переконатися, як ці етапи реалізуються у реальному комунікативному акті. Саме тому далі доцільно було би проаналізувати один з публічних виступів у його повному циклі — такий аналіз дозволяє виявити, наскільки узгоджено функціонують елементи риторики на практиці, та яким чином теоретичні принципи знаходять своє втілення у публічному дискурсі. Перш ніж перейти до самого аналізу, потрібно обрати й окреслити методологічні підходи та критерії, які допоможуть здійснити комплексний аналіз публічного виступу як риторичного явища.

Варто зазначити, що підходів до аналізу публічних виступів існує велика кількість, і жоден із них не є універсальним. Вибір методики значною мірою залежить від дослідницької мети, характеру самого виступу та рівня, на якому його розглядають. Одні дослідники зосереджуються передусім на лінгвістичній складовій — аналізі мовних засобів, структур та риторичних прийомів, — тоді як інші трактують публічний виступ у ширшому культурному, ідеологічному або комунікативному контексті.

Так, до публічних виступів можна застосовувати інтертекстуальний аналіз, що дозволяє простежити, як публічна промова взаємодіє з іншими текстами та дискурсами. Такий підхід застосовується для виявлення цитат, алюзій та інших форм міжтекстової взаємодії, як це можна прослідкувати в дослідженні української філологині Б. Салюк [11]. Публічні виступи можна також аналізувати за засобами виразності, тобто фокусуватися на мовленнєвих прийомах —

метафорах, епітетах, повторах тощо. Наприклад, як це зробив український мовознавець А. Гончар в дослідженні промов українського та американського президентів методом зіставного аналізу експресивних засобів виразності [2]. Публічні виступи можна також розглядати як інструменти переконання — у такому разі дослідники звертають увагу на те, якими риторичними засобами спікер формує довіру до себе, структурує аргументацію та апелює до емоцій слухачів. Такий підхід продемонстровано, зокрема, у дослідженні українських науковиць С. Вискушенко, О. Мосієнко і Т. Свиридюк, які аналізують, як стратегічно вибудовується вплив на аудиторію в умовах публічного виступу [1]. До публічних виступів можна також застосовувати дискурс-аналіз — підхід, який дає змогу розглядати промову не лише як мовленнєвий акт, а як соціально зумовлений процес творення смислів. У цьому контексті можна звернути увагу на дослідження філологині В. Ницполь, яка аналізує політичну промову з позиції критичного дискурс-аналізу, виявляючи, як семантичні та синтаксичні структури тексту сприяють прихованому впливу на розуміння й оцінку політичного послання з боку громадян [8]. Іноземні лінгвісти А. Гілл, С. Раза, М. Іштіак використовували корпусний жанровий аналіз для дослідження інавгураційних промов Дональда Трампа та Джо Байдена [20]. Дослідники лінгвістики і соціолінгвістики Н. Аль-Хавалде, Л. Рабаба, Алі Ф. Хавалде та А. Банікалеф застосовували для аналізу промов Джо Байдена критичний дискурс-аналіз [28]. Іноземна дослідниця лінгвістики Х. Алісой використовувала стилістичний аналіз промов Дональда Трампа [14]. Звісно, наведений перелік не є вичерпним — сучасні дослідження публічної комунікації активно розвиваються на перетині риторики, лінгвістики, культурології, політології та інших наук, що дає підстави говорити про міждисциплінарний потенціал вивчення публічного виступу.

На нашу думку, для аналізу публічного виступу саме як цілісного процесу — від створення промови до її виголошення — найбільш доцільним є використання дискурс-аналізу з певними методологічними розширеннями. Такий підхід дозволяє розглядати публічну промову не лише як завершений мовний продукт, а

як процес, що включає концептуалізацію ідеї, її риторичне оформлення та комунікативну реалізацію.

У межах такого аналізу важливо враховувати:

- структуру промови, її композиційну організацію;
- використані риторичні прийоми та смислове навантаження цих прийомів;
- дискурсивну взаємодію — тобто те, які дискурси продукує виступ або до яких апелює;
- контекст виголошення — зокрема символічну владу, статус промовця та аудиторії, соціально-політичні обставини, які впливають на зміст і сприйняття промови;
- усне виконання як невід’ємну частину комунікативного впливу, завдяки якому реалізуються закладені риторичні інтенції.

Окрім цього, аналітичний фокус охоплюватиме всі етапи риторичного процесу — від ідейного задуму до текстового втілення і, зрештою, усного виголошення. Запропонований підхід орієнтований насамперед на якісне дослідження, яке дозволяє простежити всі ключові аспекти створення та реалізації публічного виступу. Водночас такий аналіз має не лише описовий, а й прикладний потенціал — на його основі можна сформулювати практичні рекомендації щодо побудови ефективних промов.

Для проведення повноцінного аналізу публічного виступу як складного риторичного явища, що поєднує спічрайтинг і усне мовлення, необхідно визначити аналітичну рамку, яка дозволить не лише інтерпретувати зміст сказаного, а й зрозуміти, чому саме такий зміст було сформульовано, як і в яких умовах. Інакше кажучи, перш ніж звертатися до внутрішньої структури промови, потрібно окреслити зовнішні обставини її виникнення — контекст, у межах якого вона постала. Це дозволяє побачити, з яких позицій говорить промовець, які ідеологічні, соціальні, інституційні параметри впливають на формулювання і подання меседжів.

З цією метою доцільним є застосування підходу, запропонованого Теуном ван Дейком у межах контекстуального аналізу політичного дискурсу. На думку

дослідника, текст не може бути адекватно інтерпретований без урахування контекстуальних категорій, які структурують як сам акт комунікації, так і його риторичне наповнення.

З огляду на це, першою частиною нашого інструментарію є аналіз контексту публічного виступу за такими критеріями:

1. Глобальні характеристики комунікативної ситуації:

а) Глобальна сфера: до якої соціальної чи інституційної сфери належить виступ;

б) Тип акту: яку функцію виконує виступ (формування політики, реагування на в) події, звернення до громади тощо);

г) Глобальне середовище: у яких умовах виголошено промову (палата парламенту, сесія парламенту тощо);

г) Локальні політичні дії: що саме здійснюється через промову (мобілізація, протиставлення, легітимація дій тощо);

д) Політичні ролі учасників: депутат, представник, член партії, член опозиції тощо;

е) Політичні знання учасників: політичні переконання та ідеології; цілі та завдання тощо [18, с. 214].

2. Рольові та ідеологічні параметри промовця:

а) Політична (або соціальна) ідентичність: хто виступає — представник влади, громадський лідер, експерт тощо;

б) Критерій діяльності: представляти громадян, приймати закони тощо;

в) Мета виступу: керувати країною, штатом, містом або представляти інтереси, переконання, закликати до дії);

г) Ціннісна система: на які норми, принципи, суспільні очікування опирається промовець;

г) Позиція, взаємодія з іншими учасниками комунікації: як промовець позиціонує себе щодо аудиторії, опонентів, колег;

д) Ресурсна база: на чому ґрунтується авторитет промовця (політична влада, експертність, громадська підтримка тощо) [18, с. 215].

Контекстуальний аналіз дає змогу визначити вихідні умови, у межах яких формується текст промови, а також окреслити ті дискурсивні рамки, у межах яких промова набуває значення. Ці характеристики ляжуть в основу подальшого детального аналізу змісту, структури й риторичних стратегій виступу.

Другим етапом є дискурс-аналіз тексту публічного виступу, що дозволяє розглянути, як саме в межах визначеного контексту реалізується риторичний задум — тобто як побудовано промову, які повідомлення вона транслює, які смисли активує та якими мовними засобами цього досягає.

У процесі аналізу ми зосередимо увагу на виявленні ключових опозицій, сторін або акторів, згаданих у промові. Такий підхід дає змогу прослідкувати, як промовець позиціонує себе щодо певних соціальних груп, інституцій чи ідей, а також якими мовними засобами формує уявлення про «своїх», «інших» або «опонентів».

У межах аналізу виділених фрагментів ми звертаємо увагу на кілька аналітичних площин:

1. Структура промови

А. Визначення основних композиційних частин тексту (вступ, аргументаційна частина, кульмінація, висновок);

В. Аналіз логіки розгортання думки, риторичних переходів і композиційної динаміки;

С. Способи організації уваги аудиторії та тематичних блоків.

2. Риторичні засоби і експресивність

А. Виявлення і функціональний аналіз риторичних прийомів (повтори, протиставлення, риторичні запитання, анафори, звернення тощо);

В. Визначення стратегій переконання: апеляція до логіки (логос), емоцій (пафос), довіри до мовця (етос);

С. Виявлення моментів емоційної кульмінації та способів досягнення емоційного ефекту;

Д. Вивчення інтонаційної структури (на рівні письмового тексту — через пунктуацію, довжину речень, типи конструкцій).

3. Інтертекстуальність і культурний контекст

А. Виявлення цитат, алюзій, історичних, релігійних або політичних відсилань;

В. Аналіз функціонального навантаження таких елементів у межах виступу;

С. Визначення взаємозв'язку промови з ширшими соціальними й культурними дискурсами.

Таким чином, дискурс-аналіз дозволяє не лише описати зміст промови, а й виявити, яким чином цей зміст формується, що приховано за вибором певних слів, структур і звернень, та які соціальні смисли артикуються в кожному з тематичних фрагментів. Такий підхід дає змогу простежити цілісну динаміку промови — від наміру до впливу — крізь призму мови як інструменту соціального конструювання реальності.

Останнім етапом дослідження стане аналіз усного виголошення промови. Як ми з'ясували раніше, саме під час виголошення відбувається остаточне втілення тексту в публічний акт, тож важливо простежити, як закладені в промову засоби реалізуються у виступі.

Як ми вже з'ясували раніше, згідно з думкою данського дослідника Й. К'єлдсена, до основних характеристик усного мовлення, які впливають на сприйняття промови, належать інтонація, гучність, темп, варіації темпу, паузи, тон і артикуляція [25, с. 12]. Ми звернемо увагу на ці параметри, щоб проаналізувати, наскільки вдало реалізовано експресивні засоби, закладені в текст; чи є особливості, притаманні усному виголошенню промови; як контекст події вплинув на характер виконання.

Такий аналіз дозволяє завершити спостереження над публічним виступом у повному риторичному циклі — від ідейного задуму до живого виголошення.

Така методологічна рамка дозволяє проаналізувати публічний виступ як цілісний риторичний процес — від задуму і створення тексту до його усного виголошення. Дещо розширений метод дискурс-аналізу, заснований на концепції Теуна ван Дейка, дозволяє врахувати як зовнішні умови виникнення промови, так і

внутрішню структуру тексту, засоби риторичного впливу та особливості усного виконання.

3.2 Дискурсивний аналіз публічного виступу на прикладі промови Володимира Зеленського

Для прикладу аналізу публічного виступу пропонуємо взяти звернення Президента України Володимира Зеленського до парламенту Великої Британії, виголошене 8 березня 2022 року. Промова, виголошена через відеозв'язок у перші дні повномасштабного вторгнення Росії в Україну, стала резонансною і набула символічного значення як акт міжнародної політичної комунікації. Повний текст промови подано в Додатку А.

Аналіз здійснюється за критеріями, визначеними в попередньому підрозділі, з опорою на модель дискурс-аналізу Т. ван Дейка. Застосування цього інструментарію дозволяє розглянути промову не лише як мовленнєвий акт, а як форму соціальної дії у специфічному політичному контексті. Результати аналізу контексту публічного виступу представлені в табл. 3.1 і 3.2.

Таблиця 3.1

Глобальні характеристики комунікативної ситуації

Критерій	Зміст
Глобальна сфера	Виступ належить до політичної сфери, зокрема міжнародної дипломатичної комунікації. Адресований британській владі й публіці.
Тип акту	Реакція на повномасштабну війну. Має мобілізаційну, емоційно-переконливу й інформаційну функції. Заклик до дій союзників.
Глобальне середовище	Спеціальне засідання Палати громад британського парламенту. Легітимізує промову як офіційний політичний акт.

Локальні політичні дії	Мобілізація підтримки, делегітимація агресора, легітимація боротьби України, символічне об'єднання союзників.
Політичні ролі учасників	Зеленський — глава держави в умовах війни; аудиторія — союзники та політичні партнери, здатні впливати на рішення.
Політичні знання учасників	Аудиторія обізнана в історичному й політичному контекстах. Ідеологічна близькість: спільні цінності — свобода, демократія.

Таблиця 3.2

Рольові та ідеологічні параметри промовця

Критерій	Зміст
Політична ідентичність	Президент і водночас голос народу-борця. Репрезентує державу, що чинить спротив тиранії та захищає загальноєвропейські цінності.
Критерій діяльності	Представництво інтересів громадян у міжнародному полі. Лідерство в кризовій ситуації.
Мета виступу	Мобілізація підтримки Британії. Заклик до конкретних рішень: санкцій, закриття неба, визнання РФ державою-терористом.
Ціннісна система	Апеляція до свободи, гідності, історичної пам'яті. Цінності презентуються як універсальні та спільні для України і Великої Британії.
Позиція щодо інших учасників	Рівноправний партнер, що має моральне право вимагати дій. Баланс між подякою та апеляцією до обов'язку. РФ — образ ворога

	цивілізації.
Ресурсна база	Посада, особиста хоробрість, підтримка народу й міжнародної спільноти. Символічна вага як лідера спротиву та голосу нації у війні.

Треба сказати про те, що в промові прослідковується три сторони, а саме опозиція Україна-жертва і Росія-агресор, а також сторона Велика Британія, яка тяжіє до сторони України і позиціонується як союзник України, і відповідно боку миру і демократії.

Далі розглянемо промову в наступних визначених нами аналітичних площинах. За структурою виступ побудований, як щоденник 13-ти днів повномасштабної війни, що дає промові наростаючий характер. Починається і закінчується вона зверненням до людей Великої Британії, що не дає адресатам забути, до кого звернене це послання і яка його мета.

Текст багатий на риторичні засоби. Використано чимало повторів із метою емоційного посилення сказаного, як наприклад у фрагменті “Бомби, бомби, бомби, знову бомби на будинки, на школи, на лікарні”. Окремо варто виділити фрагмент “Я звертаюся до всіх людей Сполученого Королівства. До всіх людей Великої Британії. Великого народу. З великою історією. Я звертаюся до вас як громадянин, як Президент, але теж великої країни. З великою мрією. І великою боротьбою” — тут повтор не просто додає емоційної експресії, а слово з назви країни перекладає на інші сенсові одиниці, у тому числі об’єднуючи британську характеристику і з українським народом. Також у промові є приклад завуальованої прямоти у фрагменті “Так міцно, як не можна сказати в парламенті”. У тексті чимало емоційно підживлюючих окличних речень, аби передати жах від російських діянь: “Бомбами!”. Також із цією ж метою використані емоційні метафори: “Через 80 років потому Росія вбила їх удруге”. На емоційну складову працює структура самих речень — вони короткі, привертають увагу, чіткі й гострі.

Найбільше текст сповнений відсилками й метафорами. Більшість із них стосується алюзій на схожий до українського британський контекст: “Так само, як

ви не хотіли втратити свій острів, коли нацисти готувалися розпочати битву за вашу велику державу, битву за Британію”. Одним із найвідоміших фрагментів тексту стало інтертекстуальне алюзивне посилання на промову британського лідера В. Черчилля “Ми будемо битися в лісах, на полях, на узбережжях...”

Щодо особливостей усної подачі промови, то її можна охарактеризувати як емоційну і досить жорстку [24]. Це реалізується за рахунок високого темпу промови й активної артикуляції — промовець ставить багато логічних наголосів, піднімаючи інтонацію й гучність. З точки зору контексту публічного виступу це можна пояснити тим, що промову українською аудиторії перекладають, тож спікеру необхідно передавати емоції додатково. Із точки зору тексту це реалізується завдяки тим самим коротким реченням, притаманним усій промові. Подекуди окремими реченнями виділяються одне-два слова, на яких спікер ставить зрештою акцент, додаючи промові гострих “голок”. Короткі речення виконують функцію постійного зосередження уваги аудиторії на сказаному, не даючи відволіктися.

Розширений дискурс-аналіз промови Володимира Зеленського до британського парламенту показав, як загальний політичний та соціальний контекст, а також зовнішні умови публічного виступу визначають як зміст тексту, так і вибір риторичних прийомів. Глобальна ситуація — початок повномасштабної війни та необхідність мобілізації міжнародної підтримки — детермінували форму звернення, побудовану як хронологічний звіт-щоденник подій, що підсилює емоційну напругу та логіку аргументації.

Водночас мета промови — переконати, мобілізувати союзників і легітимізувати українську позицію — зумовила активне використання риторичних повторів, емоційних засобів, а також інтертекстуальних алюзій, які посилюють культурний резонанс і спільне розуміння з аудиторією. Особливості усної подачі, такі як високий темп, чітка артикуляція, акцентування коротких фраз, також є наслідком і текстових особливостей, і необхідності передати емоційний заряд через мовний бар’єр. Таким чином, аналіз промови демонструє цілісну взаємодію

контексту, мети, тексту і усної реалізації, які разом формують ефективний дискурс міжнародної політичної комунікації в умовах війни.

Проведений дискурсивний аналіз, крім того, також дає нам ґрунтовну базу для створення ефективних публічних виступів. Розроблений алгоритм аналізу промов може виступати своєрідною інструкцією або методичним підходом, що допомагає врахувати всі ключові аспекти: від контексту та мети до мовних прийомів і технік усної подачі. Завдяки такому комплексному підходу стає можливим не просто створити текст, а розробити цілісну стратегію виступу, яка передбачає гармонійне поєднання спічрайтингу з безпосереднім виголошенням промови.

Висновки до розділу 3

У цьому розділі ми здійснили комплексний аналіз публічного виступу як цілісного риторичного явища, що включає всі етапи — від формування ідеї до усного виголошення промови. Нами був проведений методологічний огляд різних підходів до аналізу публічних виступів з акцентом на дискурс-аналіз Теуна ван Дейка, який дозволяє врахувати як контекст, так і внутрішню структуру тексту, риторичні засоби та усне виконання.

Ми окреслили методологічну рамку, що включає аналіз контексту виступу (глобальні характеристики комунікативної ситуації, рольові й ідеологічні параметри промовця), а також тексту виступу (структура, риторичні засоби, інтертекстуальність і культурний контекст). Окрім того, увагу було приділено аналізу усного виконання промови — інтонації, темпу, артикуляції, які є важливими для повноти риторичного впливу.

За допомогою цього підходу ми провели дискурсивний аналіз публічного виступу Президента України Володимира Зеленського, що продемонстрував, як теоретичні принципи риторики реалізуються в реальному політичному дискурсі в умовах війни. Було виявлено ключові опозиції, ідеологічні позиції промовця, а

також особливості риторичної стратегії, що спрямована на мобілізацію підтримки міжнародної аудиторії.

Отримані результати демонструють, що дискурс-аналіз у запропонованій методологічній рамці ефективно розкриває механізми формування та реалізації публічного виступу як соціально значущого комунікативного явища. Це дозволяє не лише глибше розуміти специфіку риторичного процесу, але й дає змогу застосовувати такі інструменти у практиці спічрайтингу, підготовки публічних промов і їх критичного аналізу.

Таким чином, запропонований підхід має значний прикладний потенціал і може бути корисним як для дослідників у галузі риторики і комунікації, так і для практиків, що працюють із публічними виступами в політичному, соціальному або культурному контексті.

РОЗДІЛ 4

ЕМПІРИЧНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ РИТОРИЧНИХ ЗАСОБІВ НА ЕФЕКТИВНІСТЬ ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ

4.1 Концепція та методологічний інструментарій експериментального дослідження

Проведений у попередніх розділах теоретичний і дискурсивний аналіз дав змогу встановити, що публічний виступ є цілісним риторичним процесом, у межах якого створення тексту (спічрайтинг) та його усне виголошення функціонують як взаємопов'язані та взаємозумовлені етапи. Ефективність публічного виступу визначається не лише змістовим наповненням промови, а й особливостями її подачі — інтонаційною структурою, ритмікою мовлення, використанням пауз, невербальними сигналами, риторичними фігурами та мовленнєвою виразністю. Сукупність цих елементів формує цілісний комунікативний вплив, що визначає когнітивні, емоційні та поведінкові реакції аудиторії.

З метою емпіричної перевірки теоретичних положень, сформульованих у межах дослідження, було розроблено та проведено експеримент, спрямований на практичне відтворення риторичного процесу та виявлення залежності між способом виголошення тексту і його сприйняттям слухачами. Експеримент «Вплив риторичних засобів на ефективність публічного виступу: порівняльний експеримент» передбачає порівняльний аналіз двох варіантів виголошення одного й того самого тексту за різної насиченості риторичними засобами та невербальними елементами.

Мета дослідження полягає в емпіричному визначенні впливу риторичних засобів і технік усного виголошення на когнітивні, емоційні та поведінкові реакції аудиторії.

Об'єктом дослідження є спічрайтинг і виголошення промови як форма риторичної комунікації.

Предметом дослідження виступає вплив риторичних засобів та ораторських прийомів на сприйняття публічного виступу слухачами.

В основу експерименту покладено гіпотезу про те, що використання риторичних засобів (інтонаційних акцентів, логічних та синтаксичних пауз, емоційної виразності, повторів, образних порівнянь, звернень до аудиторії, риторичних запитань, жестів і міміки) істотно підвищує ефективність публічного виступу. Очікується, що вплив риторичних засобів виявлятиметься у кращому розумінні змісту промови, підвищенні рівня емоційного залучення слухачів та зростанні їхньої мотивації до дії.

Для досягнення поставленої мети та перевірки гіпотези було визначено такі завдання:

- змодельовати ситуацію публічної риторичної комунікації – створити контекст, адекватний моделі риторичної комунікації, де передбачається вплив на масову аудиторію;
- створити авторський текст промови відповідно до принципів спічрайтингу та класичних риторичних норм;
- підготувати два варіанти виголошення промови: контрольний (монотонне читання з мінімальною кількістю риторичних засобів) та експериментальний (емоційно й інтонаційно виразне виголошення з активним використанням риторичних і невербальних прийомів);
- організувати прослуховування обох варіантів промови цільовою групою респондентів;
- зібрати емпіричні дані за допомогою стандартизованої анкети;
- здійснити компаративний аналіз результатів сприйняття;
- визначити характер та силу впливу риторичних засобів на когнітивні, емоційні й поведінкові показники ефективності публічного виступу.

Методологія дослідження ґрунтується на поєднанні кількісних і якісних методів аналізу. Основним є експериментальний метод, який дає змогу

простежити зміну залежної змінної (сприйняття аудиторії) за впливу незалежної змінної (тип виголошення промови). Для стандартизованого збору даних застосовано метод анкетування, що дозволяє оцінити рівень розуміння змісту, емоційне ставлення та можливу поведінкову реакцію респондентів. Дискурс-аналіз відкритих відповідей забезпечує якісний вимір глибинного розуміння тексту та формування індивідуальних смислів у слухачів. За наявності відеофіксації можливе додаткове використання методу спостереження з метою аналізу невербальних реакцій аудиторії.

Інструментарій дослідження включає:

- авторський текст публічної промови, який виступає базовим матеріалом для моделювання риторичної ситуації;
- відеозаписи виголошення промови (контрольний та експериментальний варіанти);
- анкету оцінювання, структуровану у наступні блоки: когнітивний (оцінка розуміння та запам'ятовування ключових положень), емоційний (рівень емоційного залучення, інтересу, загальної тональності сприйняття) та поведінковий (готовність до дій, зміна ставлення, намір поширювати почуту інформацію).

Таким чином, обраний підхід дає можливість комплексно відтворити риторичний процес «від тексту до промови» та емпірично оцінити ступінь залежності між його етапами. Результати експерименту дозволяють визначити ефективність риторичних засобів як інструментів впливу публічної комунікації та підтвердити або спростувати висунуті теоретичні припущення.

4.2 Підготовка до проведення експерименту

Підготовка експериментальної частини дослідження охоплювала кілька послідовних етапів, кожен із яких був необхідним для достовірного відтворення повного циклу публічного виступу — від ідейного задуму і створення тексту до його оцінки респондентами. У цьому підрозділі подано опис ключових кроків, які

забезпечили методологічну узгодженість експерименту та дозволили зробити його наближеним до реальних умов публічної комунікації.

Першим етапом стала розробка моделюючої ситуації, що мала забезпечити реалістичний контекст для створення промови та подальшого її оцінювання. Було створено й деталізовано ситуацію «Урочистий виступ представника активного студентства на центральній площі міста під час святкування Дня молоді».

Таке рішення мало кілька аргументів. По-перше, реалістичність контексту: святкування Дня молоді на загальноміському рівні – реальна, регулярно відтворювана комунікативна ситуація, що не потребує додаткових пояснень слухачам. По-друге, нейтральність і водночас суспільна значущість теми: тематика молоді, розвитку та громадської активності має широкий суспільний резонанс, але не належить до жорстко політизованих дискурсів, що дозволило уникнути упередженості в оцінці. По-третє, загальна аудиторія: умовна аудиторія (міська громада, переважно молодь) є типово гетерогенною – саме такою, з якою часто стикаються публічні спікери в реальному житті. Це дозволяє коректно моделювати умови публічного виступу.

У моделюючій ситуації промова мала виконувати функції мотивації, надихання, об'єднання та заклику до дії – типові для урочистих молодіжних звернень. Таким чином, моделююча ситуація задала не лише тематичний, а й дискурсивний і комунікативний контекст, у межах якого далі створювався текст промови. Це забезпечило внутрішню логіку експерименту: текст був написаний так, ніби він має бути реально виголошений у зазначених умовах.

Другим, найбільш об'ємним етапом підготовки стало написання тексту промови. Робота над промовою безпосередньо спиралася на теоретико-методологічні засади, описані в Розділі 3. Зокрема, у процесі створення тексту були використані ті самі критерії й підходи, які застосовувалися під час дискурсивного аналізу виступу В. Зеленського. Таким чином, метод, що раніше був застосований аналітично, тепер слугував практичним орієнтиром для створення власного тексту.

За аналогією з контекстуальним аналізом за Т. ван Дейком [18], перед написанням промови було:

- визначено глобальну сферу (громадянсько-суспільна, молодіжна проблематика);
- уточнено тип комунікативного акту (урочистий виступ із мотиваційним і консолідаційним змістом);
- окреслено локальні цілі (представлення молоді як активної спільноти, посилення відчуття єдності, мотивація до участі в розвитку держави);
- визначено роль промовця (репрезентант молодіжної громади, рівноправний учасник суспільного діалогу);
- проаналізовано очікування аудиторії (емоційність, чіткість, конкретність меседжу, актуальність тематики, запит на надихаючі наративи).

Це дозволило сформувати ідейні акценти промови й уникнути «безконтекстного» стилю, коли текст не прив'язаний до умов його виголошення.

Наступним кроком створення промови стало, власне, текстове оформлення промови: формування структури, підбір потрібних смислів і риторичних засобів. Готовий текст промови представлено в Додатку В.

Розберемо детально зміст промови. Композиція промови побудована з двох великих частин: першої, де актуалізуються поширені стереотипи щодо молоді та здійснюється їхнє послідовне переосмислення, та другої, в якій надаються приклади конкретних дій молодих людей, що спростовують ці стереотипи емпірично.

Функція першої частини: завоювання довіри та подолання стереотипів. Перший блок промови відкривається серією цитат-лейблів: «“Дивні”. “Ліниві”. “Понавигадували собі депресій”. “Не хочуть нічого робити”. “Знову ці зумери”». Цей прийом виконує подвійну функцію: для молоді – створює ефект упізнавання і демонструє розуміння зовнішнього тиску та стигматизації; для старшої аудиторії – запускає механізм «дзеркального ефекту», коли слухач упізнає власні вислови й отримує імпульс до їхнього перегляду. Наступні параграфи вибудовані як послідовність протиставлень, де негативні характеристики трансформуються в

позитивні шляхом розкриття внутрішньої логіки поведінки молодих людей: «Слабка? ... То виходить... це не слабка, а щира молодь?», «Невихована? ... То це – чесна молодь?», «Дурна? ... То це самостійна молодь?», «Лінива? ... Вільна молодь.» Це – риторична схема інверсивної переоцінки: промова бере готовий соціальний стереотип і оприявнює його альтернативну інтерпретацію, демонструючи, що осуджувана поведінка має логіку, цінність і причини. Таким чином, перша частина промови виконує функцію зшивання поколінь через пояснення, а не конфронтацію.

Після етапу переозначення характеристик промова переходить до низки конкретних прикладів. Структура цього блоку є накопичувально-градаційною, кожне наступне твердження підвищує «ставки» та окреслює ширший масштаб участі молоді в суспільному житті. Риторично значущі приклади включають: громадський активізм («...виходила на вулиці, щоби захистити свою країну від корупції»); освітньо-просвітницьку діяльність («...освічує нас всіх на ютубі»); культурну й мовну суб'єктність («...щодня робить вибір говорити “добре”, “дякую”»); внесок у спорт, науку, мистецтво; волонтерство: «...щодня відкриває і закриває збори на потреби наших військових».

Ці приклади виконують:

- когнітивну функцію – доводять, що молодь не є «пасивною» чи «проблемною» групою;
- прагматичну функцію – моделюють патерни поведінки, з якими молоді слухачі можуть себе ідентифікувати;
- етичну функцію – формують моральний аргумент для старшої аудиторії.

Найсильніша концентрація риторичних засобів зосереджена у кульмінаційному фрагменті про участь молоді у війні. Тут використано прийоми контраст і антитеза: «...замість семінару з філософії щодня проходить практикум із ведення бою», «...замість автобусного туру Європою їде в медеваку». Ці фрази створюють жорстку лінію контрасту між нормальним життям і реальністю війни, підсилюючи емоційний ефект. Заклучний кульмінаційний образ – «могили... рік народження починається на цифру 2» – застосовує прийом точкової конкретизації:

замість абстрактного висловлювання на кшталт «молодь, що загинула» подається холодний факт, що формує шоковий ефект, який важко раціонально нейтралізувати. Таким чином промова максимізує елемент пафосу (емоційності).

У кінці промови здійснюється важливий змістовий перехід: від протиставлення – до спільності. Текст прямо артикулює: «Молодь не воює одна, не волонтерить одна, не мітингує одна. Але молодь дарує молодість тим, хто поруч». Так аудиторія промови риторично об'єднується в єдину групу «ми». Ефект полягає в тому, що молодь більше не позиціонується як окрема група, риторичний суб'єкт «народ» або «суспільство» вибудовується як цілісна спільнота, де молодь – не проблема, а ресурс.

Завершення промови – «Ходімо, молодь» – це форма м'якого заклику, що не наказує, а запрошує, відповідає принципу риторики солідарності.

Окрім великих структурних і змістових механізмів, у промові використано низку дрібних, але функціонально важливих прийомів:

- риторичні запитання («То яка все-таки зараз “молодь пішла”?») – для включення аудиторії в процес міркування;
- саркастичний відступ («Що ж тоді з неї взяти?») – покликаний активувати емоційну реакцію у виголошенні;
- анафори («Це та молодь, яка...») – формують ритм і підсилюють градаційний ефект.

Таким чином, текст промови був цілеспрямовано змодельований як риторично насичена структура, що поєднує:

- когнітивну логіку (через аргументи й переформулювання),
- емоційну динаміку (через приклади й контрасти),
- соціальний вплив (через об'єднання поколінь).

Завдяки цьому створений текст виступає не лише об'єктом аналізу, а й інструментом емпіричного дослідження, оскільки дозволяє перевірити, як різні риторичні механізми впливають на когнітивні, емоційні та поведінкові реакції аудиторії.

Говорячи про створення тексту промови, необхідно обов'язково приділити увагу усності як невід'ємному компоненту текстового моделювання. Важливою характеристикою промови є те, що вона конструювалася не лише як текстовий, а як аудіовізуальний риторичний продукт. Тобто логіка аргументації, структура, риторичні фігури та семантичні акценти були закладені таким чином, щоб на повну силу реалізуватися саме у виголошенні.

Серія протиставлень на початку промови («слабка?», «невихована?», «дурна?», «лінива?») передбачає чітко марковані інтонаційні переходи, де негативні ярлики вимовляються з легкою іронією і підкресленою відстороненістю. На рівні тексту вони фіксуються графічно – через питання, швидкий набір коротких фраз, – але їхня риторична сила розкривається лише при озвученні.

Інтонаційне виділення дозволяє перетворити ці фрази на соціальний «дзеркальний» ефект: аудиторія впізнає знайомі стереотипні судження, але відчуває дистанцію промовця щодо них. Це критично для побудови довіри із молоддю та одночасного делікатного апелювання до старшого покоління.

Фраза «Виходить, наша молодь ще й малочисельна? Що ж тоді з неї взяти?» створена як іронічна пауза, що потребує вголос вимовленого сарказму. У тексті це прочитується, але в усному виконанні – це кульмінація зламу логіки стереотипу: промовець наче підхоплює очікувану думку старшої аудиторії, але далі різко руйнує її в наступному абзаці («А не треба нічого брати»).

Таке риторичне рішення функціонує лише в поєднанні тексту з інтонацією. Саме інтонаційна «підміна» робить це місце точкою входу в другу частину промови.

Перелік прикладів діяльності молоді побудований за принципом поступового нарощування емоційної і смислової ваги. У письмовій формі це досягається через повтори («Це та молодь...»), паралельну синтаксичну структуру й підвищення ступеня значущості діяльності. Однак у виголошенні цей ефект посилюється за рахунок: зростання темпу на початкових прикладах (мітинги, ютуб-освіта, культура); переходу до глибшого, сповільненого тонального регістру

у воєнному блоці; подовженої паузи перед ключовим образом («І, на жаль, це ті, на чийх могилах...»).

Таким чином, кульмінація – блок про війну – була закладена на етапі творення тексту, але його максимальна емоційна сила можлива лише у синхронізації текстової структури з ораторською динамікою.

Фінальна частина промови, присвячена поєднанню молоді та старшого покоління, також передбачає особливу логіку виголошення. Фрази на кшталт «Так, молодь не воює одна, не волонтерить одна...» потребують м'якого зниження голосу – це створює відчуття примирення, переходу до спільності та завершення конфлікту поколінь.

Таким чином прогнозувалося, що нейтральний монотонний варіант промови не зможе досягти того ж рівня розуміння, емоційного та мотиваційного відклику аудиторії, як емоційно і інтонаційно виразний варіант, оскільки повний задум відкривається лише у другому варіанті.

Для фіксації реакцій респондентів на обидва варіанти виголошення промови була розроблена спеціалізована анкета, створена у сервісі Google Forms. Заповнення відбувалося у режимі реального часу під час експериментального сеансу в Zoom, що дозволило максимально стандартизувати умови сприйняття й отримати реакції без часової затримки між прослуховуванням та відповідями. Такий формат дав змогу мінімізувати вплив зовнішніх чинників і забезпечив контрольовану експериментальну ситуацію.

Для форми ми розробили окрему айдентику, яка б виглядала зрозумілою й привабливою для широкої аудиторії. Нами була вигадана назва «SPEECH INSIDE OUT», яка дозволила стилістично поєднати анкету з концепцією дослідження, однак при цьому не розкрити занадто багато контексту дослідження для збереження чистоти експерименту. Також для оформлення була розроблена спеціальна обкладинка у Figma – вона представлена у Додатку В.

Структура анкети від самого початку була тісно пов'язана з гіпотезою дослідження, а саме очікуваним впливом риторичних засобів на три блоки сприйняття: когнітивний (розуміння змісту та запам'ятовування), емоційний

(емоційне залучення та тональність реакції) і поведінковий (мотиваційні наміри, готовність до дії, зміна ставлення). Однак під час побудови анкети ми виявили, що лише трьох блоків недостатньо. Тому ми розширили структуру, додавши проміжні рівні – ті компоненти сприйняття, які виявляються не лише в логічному розумінні чи емоційній реакції, а й у тому, наскільки респондент співвідносить почуте із власними уявленнями, досвідом і цінностями.

Так з'явився блок «І» – ідентифікаційно-інтерпретаційний. Ми виходили з того, що аудиторія не просто раціонально оцінює промову, а співвідносить її з власною ідентичністю та світоглядом: впізнає себе у групі, про яку йдеться, або не впізнає; приймає цінності, на які спирається промовець, або дистанціюється. Саме тому запитання цього блоку були сформульовані так, щоб показати рівень ціннісної згоди (наприклад, твердження «Молодь є рушійною силою України»), здатність до співвіднесення («Чи відчували ви приналежність до покоління, про яке йдеться в промові?») та адекватність відображення реальності. Таким чином, блок «І» став логічним мостом між когнітивним розумінням і мотиваційною реакцією.

Загальна логіка побудови анкети включала три великі частини. Перша – загальний соціально-демографічний блок (вік, стать, рівень освіти). Він потрібен не лише для опису вибірки, а й для розуміння того, як різні групи можуть по-різному реагувати на промову. Друга й третя частини анкети відповідали двом етапам експерименту: після прослуховування першого й другого варіантів промови. Структура обох етапів була максимально ідентичною – це дозволяє надалі коректно порівнювати реакції, не змішуючи ефект самої промови з ефектом різних формулювань питань.

Кожен етап включав блок когнітивних питань (розуміння змісту та його інтерпретація), блок емоційної реакції (оцінка виразності, інтенсивності, характеру емоцій), ідентифікаційно-інтерпретаційний блок, а також мотиваційний – питання про бажання діяти, дізнаватися більше, обговорювати тему чи переглядати власні установки. Ми навмисне поєднали як закриті, так і відкриті запитання: закриті дозволяють кількісно виміряти реакцію, відкриті – побачити індивідуальні нюанси сприйняття, які неможливо звести до шкали.

Після двох основних етапів ми включили порівняльний блок. Його завдання полягало в тому, щоб виявити, чи відчули учасники різницю між двома виголошеннями промови, і якщо так, то в чому саме. Порівняльні запитання були сформульовані так, щоб дати можливість зафіксувати як інтуїтивну реакцію («суттєва різниця»), так і її напрям (який варіант був зрозумілішим, емоційнішим, переконливішим).

Загалом, структура анкети дає змогу побачити реакцію учасників на промову у кількох шарах одночасно – від базового розуміння змісту до глибинних ціннісних і мотиваційних змін, а також порівняти два варіанти подачі в межах одного експерименту. Ми прагнули, щоб анкета була не лише інструментом збору даних, а й логічним продовженням підходу до аналізу промови «зсередини», тож продумали її як чітко структурований, але зрозумілий і близький для респондента інструмент.

4.3 Проведення експерименту

У межах практичної частини дослідження ми організували експеримент, сформувавши вибірку за методом «снігової кулі». Такий спосіб дав змогу оперативно зібрати групу з 28 учасників, де основну частину становили молоді люди віком до 25–30 років. Як і планувалося, до вибірки увійшов і додатковий сегмент – представники старшої вікової групи, що дозволило порівняти сприйняття промови різними аудиторіями. Усі учасники отримали запрошення долучитися до практичного дослідження з риторики та посилання на зустріч у Zoom. Деталі процедури навмисно не розкривалися до початку, щоб зберегти природність реакцій.

На старті експерименту ми окреслили правила участі: наголосили, що зібрані дані використовуватимуться виключно для наукових цілей у сукупній, а не індивідуальній формі. Також підкреслили право кожного учасника припинити участь у будь-який момент – без пояснень і без будь-яких наслідків.

Окремо ми попросили учасників, за можливості, увімкнути камери, враховуючи повсякденні обставин українців під час війни та можливі персональні причини, які інколи не дозволяють показувати відео. Камери були потрібні для фіксації невербальних реакцій. Запис експерименту здійснювався у двох режимах: «спікер» – для фіксації міміки та невербальних проявів оратора, і «галерея» – для відображення реакцій тих учасників, у кого камера була увімкнена. Обидва записи включено до супровідних матеріалів дипломної роботи.

Під час самої процедури учасники отримали короткий опис змодельованої ситуації, після чого були виголошені два варіанти промови. Після кожної промови учасники переходили за наданим посиланням і заповнювали відповідний розділ анкети в Google Forms. Наприкінці експерименту всі охочі мали змогу поділитися усним фідбеком щодо почутого, що дозволило зафіксувати спонтанні й емоційні враження, які не завжди повністю передаються в анкетних відповідях.

4.4 Аналіз результатів експерименту

Перейдемо до аналізу результатів експерименту. Одразу зазначимо, що відповіді на анкету успішно вдалося надіслати всім 28 учасникам експерименту без винятків.

Спочатку проаналізуємо кількісні дані. На першій діаграмі (рис. 4.1) представлено розподіл респондентів за віком. Як і планувалося, майже 80% респондентів становить група від 18 до 30 років. Решту аудиторії склали люди переважно 50-річного віку. Відтак маємо два сегменти досліджуваної аудиторії – молодь і люди старшого віку.

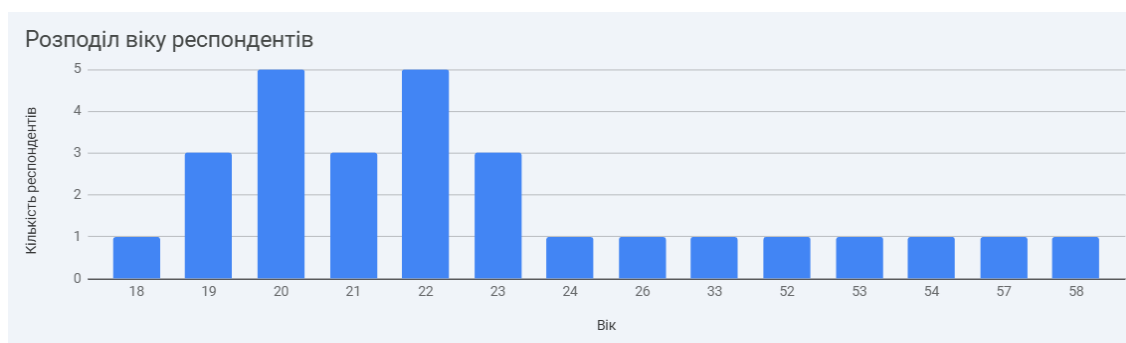


Рис. 4.1 Розподіл учасників проведеного експерименту за віком

За статтю у вибірці спостерігається кількісна перевага жінок над чоловіками (рис. 4.2). Також більша половина опитаних має професійну освіту або університетську освіту першого чи другого рівня, тоді як третина має повну загальну середню освіту (рис. 4.3).

Ваша стаття
28 відповідей

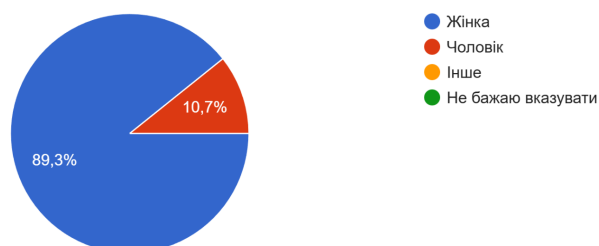


Рис. 4.2 Розподіл учасників проведеного експерименту за статтю

Рівень освіти (здобутий на момент проходження опитування)
28 відповідей



Рис. 4.3 Розподіл учасників проведеного експерименту за рівнем освіти

Перейдемо до порівняння сприйняття респондентами промов кожного етапу експерименту. Кількісні результати відповідей когнітивного блоку першого етапу (K1) представлені на рисунку 4.4, а когнітивного блоку другого етапу (K2) – на рисунку 4.5.

(K1) Наскільки зрозумілим для вас був зміст промови?
28 відповідей

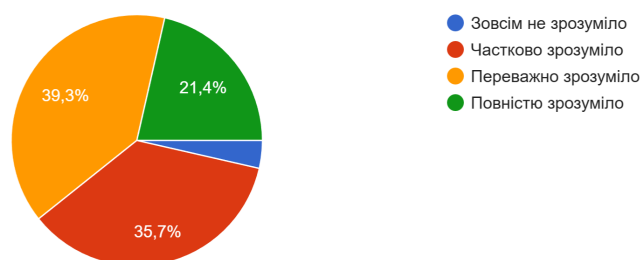


Рис. 4.4 Відповіді на питання «(K1) Наскільки зрозумілим для вас був зміст промови?»

(K2) Наскільки зрозумілим для вас був зміст промови?
28 відповідей

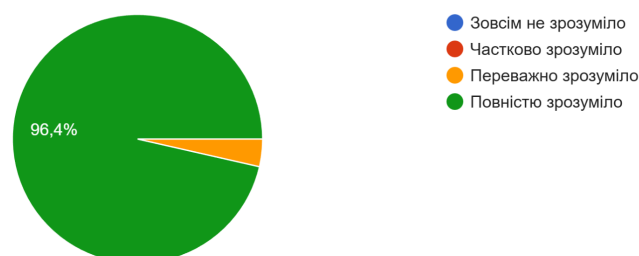


Рис. 4.5 Відповіді на питання «(K2) Наскільки зрозумілим для вас був зміст промови?»

Відповідно до результатів, після першого (монотонного) прочитання промови повністю зрозуміти зміст вдалося лише шести опитаним. Зовсім нічого не зрозумів один респондент. Більша половина опитаних вловила суть промови переважно або частково. Після прослуховування другого (виразного) варіанту промови зміст був повністю зрозумілим майже всім слухачам, що дає підстави вважати, що емоційно й інтонаційно виразне виголошення промови сприяє

кращому розумінню аудиторією її змісту, порівняно з монотонним варіантом виголошення того ж тексту. Однак варто зауважити, що на результат також міг вплинути ефект другого прослуховування промови.

Кількісні результати відповідей на перше питання за критерієм емоційності етапу 1 представлені на рисунку 4.6, етапу 2 – на рисунку 4.7.

(E1) Оцініть, наскільки ви погоджуєтеся з наступними твердженнями щодо промови, за шкалою від 1 до 5, де 1 – «зовсім ні», 5 – «повною мірою»

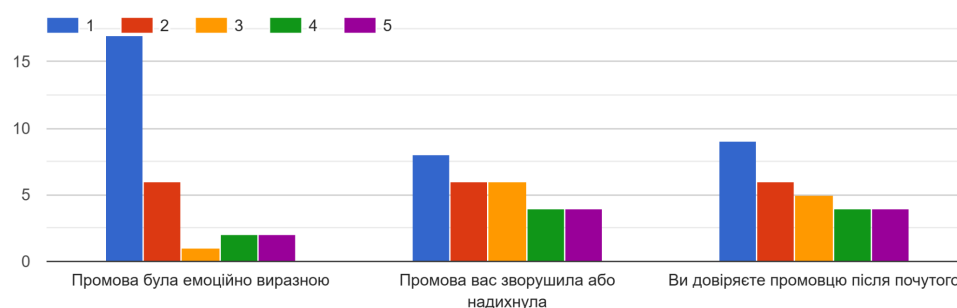


Рис. 4.6 Відповіді на питання «(E1) Оцініть, наскільки ви погоджуєтеся з наступними твердженнями щодо промови, за шкалою від 1 до 5»

(E2) Оцініть, наскільки ви погоджуєтеся з наступними твердженнями щодо промови, за шкалою від 1 до 5, де 1 – «зовсім ні», 5 – «повною мірою»

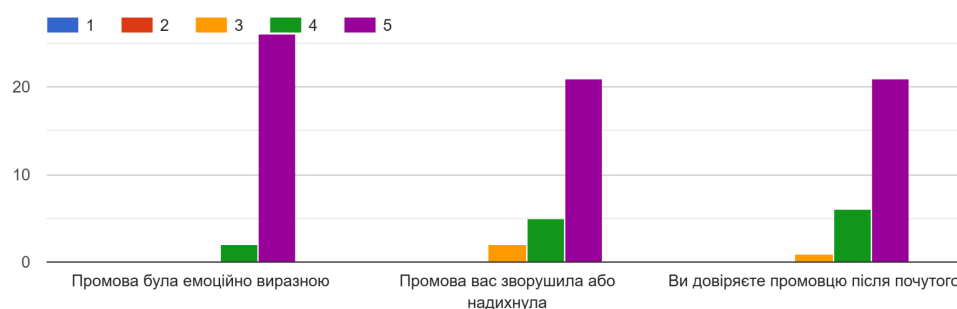


Рис. 4.7 Відповіді на питання «(E2) Оцініть, наскільки ви погоджуєтеся з наступними твердженнями щодо промови, за шкалою від 1 до 5»

Більшість опитаних погодилося, що перший (монотонний) варіант промови емоційним практично не був, хоча при цьому 4 з 28 людей оцінили емоційність промови досить високо. Думка щодо зворушливості і натхненності першого

варіанту промови, а також довіри до промовця після почутого розділилася сильніше, хоч і з незначною перевагою нижчих оцінок. Другий (виразний) варіант промови майже одноголосно завоював найвищі оцінки і за емоційністю, і за зворушливістю й натхненністю, і за довірою до слухача. На основі цього можна припустити, що деякі люди здатні виокремлювати характер тексту і наявні в ньому риторичні прийоми в монотонному прочитанні, однак максимізується вкладений у текст сенс саме завдяки виразній подачі промовця.

Кількісні результати відповідей на друге питання за критерієм емоційності E1 представлені на рисунку 4.8, E2 – на рисунку 4.9.



Рис. 4.8 Відповіді на питання «(E1) Які емоції ви відчували під час прослуховування промови?»



Рис. 4.9 Відповіді на питання «(E2) Які емоції ви відчували під час прослуховування промови?»

Насамперед помітно, що байдужість, яку чимало респондентів виділили після першого прослуховування, повністю зникла після другого. Зникла і емоція розчарування. Також вдвічі менше людей відчули сум після другого прослуховування промови, порівняно з першим. Позитивні емоції, такі як гордість і натхнення, після першого прослуховування відзначило 12 і 4 респонденти відповідно, однак кількість людей, які відчули гордість після другого варіанту промови зросла майже вдвічі, а кількість людей, які відчули натхнення, зросла з 4 до 23 респондентів. Також варто виділити варіанти, які респонденти ввели до анкети вручну. Після першого прослуховування по одному учаснику експерименту зазначили, що відчули страх, спустошеність, знецінення і нудьгу. Цінними також є наступні відповіді: «Сором за те, як байдуже, зважаючи на виклад, ми ставимось до країни», «Погане інтонування збивало і не давало розуміти суть думки, проте коли я налаштувалась на темп, то слова здавалась доволі чуттєвими». Виходячи з першої відповіді, ми можемо сказати, що монотонний виклад посилив саме негативну емоційну складову промови. Другий коментар нашої уваги на думку, що застосовані в самому тексті емоційні риторичні інструменти слухачу можливо виділити і через монотонний виклад, але їх сприйняття значно ускладнене. Після другого прослуховування промови додаткових негативних емоцій респонденти не виділяли, натомість один респондент додав, що відчув надію.

Перейдемо до аналізу відповідей на ідентифікаційно-інтерпретаційний блок питань. Відповіді на перше питання за критерієм ідентифікації та інтерпретації етапу 1 (I1) представлені на рисунку 4.10, етапу 2 (I2) – на рисунку 4.11.

Відповідно до представлених результатів, другий (виразний) варіант промови більшість опитаних розцінила як такий, що відображає реальний стан української молоді, у той час, як після першого (монотонного) варіанту думки аудиторії були менш однозначними, хоча текст промови був однаковим.

(I1) Наскільки, на вашу думку, промова відображає реальний стан української молоді?
28 відповідей

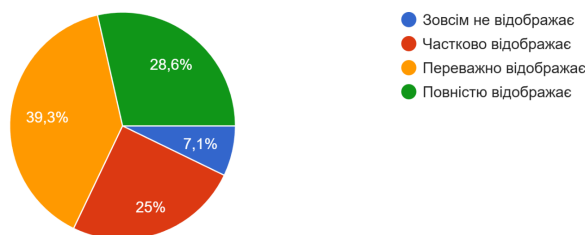


Рис 4.10 Відповіді на питання «(I1) Наскільки, на вашу думку, промова відображає реальний стан української молоді?»

(I2) Наскільки, на вашу думку, промова відображає реальний стан української молоді?
28 відповідей

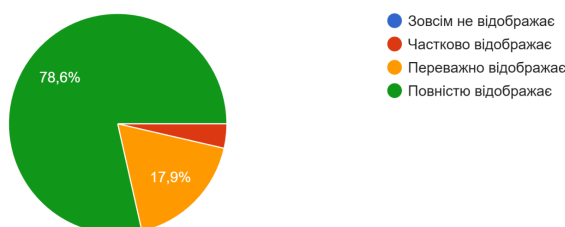


Рис 4.11 Відповіді на питання «(I2) Наскільки, на вашу думку, промова відображає реальний стан української молоді?»

Відповіді на друге питання за критерієм ідентифікації та інтерпретації етапу 1 (I1) представлені на рисунку 4.12, етапу 2 (I2) – на рисунку 4.13.

(I1) Чи погоджуєтесь із твердженням: «Молодь є рушійною силою України»?
28 відповідей

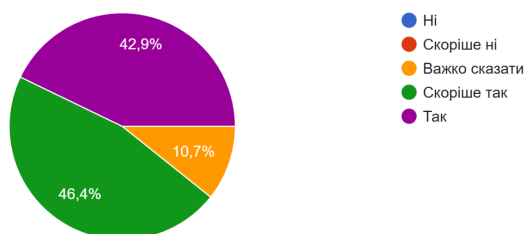


Рис 4.12 Відповіді на питання «(I1) Чи погоджуєтесь із твердженням: «Молодь є рушійною силою України?»»

(I2) Чи погоджуєтесь із твердженням: «Молодь є рушійною силою України»?
28 відповідей

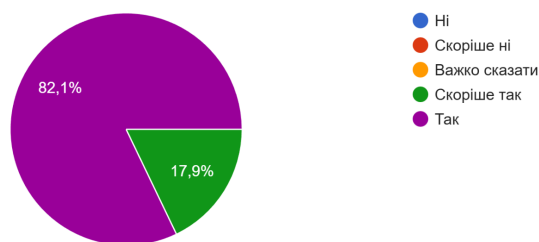


Рис 4.13 Відповіді на питання «(I2) Чи погоджуєтесь із твердженням: «Молодь є рушійною силою України?»»

Після першого (монотонного) прослуховування промови із наведеним твердженням повністю або майже погодилися 42,9% і 46,4% опитаних відповідно, тоді як 10,7% респондентів завагалися з відповіддю. Після другого (виразного) прослуховування промови із наведеним твердженням повністю або майже погодилися вже 82,1% і 17,9% опитаних відповідно.

Відповіді на третє питання за критерієм ідентифікації та інтерпретації етапу 1 (I1) представлені на рисунку 4.14, етапу 2 (I2) – на рисунку 4.15.

(I1) Чи відчули ви гордість або приналежність до покоління, про яке йшлося у промові?
28 відповідей

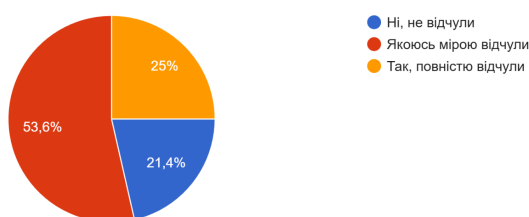


Рис 4.14 Відповіді на питання «(I1) Чи відчули ви гордість або приналежність до покоління, про яке йшлося у промові?»»

(I2) Чи відчули ви гордість або приналежність до покоління, про яке йшлося у промові?
28 відповідей

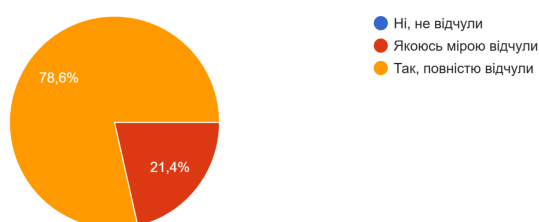


Рис 4.15 Відповіді на питання «(I2) Чи відчули ви гордість або приналежність до покоління, про яке йшлося у промові?»

Кількість опитаних, які відчули гордість або приналежність до покоління, про яке йшлося в промові, зростає від 25% після першого прослуховування до 78,6% після другого. Натомість після другого прослуховування не лишилося респондентів, які не відчули би гордості або приналежності до описуваного покоління, хоча не всі опитані навіть належать до молодого покоління. Важливо також зауважити, що більше половини (53,6%) респондентів все-таки якоюсь мірою відчули гордість або приналежність до описуваного покоління вже після першого прослуховування.

Результати відповідей на ідентифікаційно-інтерпретаційний блок питань дає підстави стверджувати, що виразне виконання промови оратором підсилює реалістичність сказаного, сприяє кращому засвоєнню аудиторією меседжів, виголошених оратором, і посилює ідентифікацію аудиторії зі згаданими в промові групами. При цьому частина аудиторії здатна сприймати і співвідносити з собою сенси промови, зачитаної у монотонний спосіб.

Перейдемо до аналізу відповідей мотиваційного блоку питань. Відповіді на питання за критерієм мотивації етапу 1 (M1) представлені на рисунку 4.16, етапу 2 (M2) – на рисунку 4.17.

За результатами відповідей насамперед помітно зменшення кількості опитаних, у яких промова не викликала жодного бажання діяти: з 11 респондентів після першого прослуховування до 2 після другого. Не змінилася кількість людей, які обрали варіант «Переглянути свою думку щодо української молоді» (3 респонденти). Решта варіантів отримали більшу підтримку після другого

прослуховування. Особливо зросла кількість людей, у яких виникло бажання обговорити тему з іншими (з 9 респондентів до 15), долучитися до волонтерських чи громадських ініціатив (з 7 респондентів до 16) та дізнатися більше про політичне чи культурне життя країни (з 3 до 10 опитуваних). Примітно, що варіант «Поцікавитися проблемами і викликами, з якими стикається сучасна українська молодь» обрала найбільша кількість опитаних з усіх варіантів після першого прослуховування (13). Можемо пов'язати це з тим, що, ймовірно, монотонне прочитання промови зосредило увагу аудиторії переважно на негативних аспектах сказаного.

(M1) Після прослуховування промови у вас виникло бажання: (можна обрати кілька варіантів)
28 відповідей

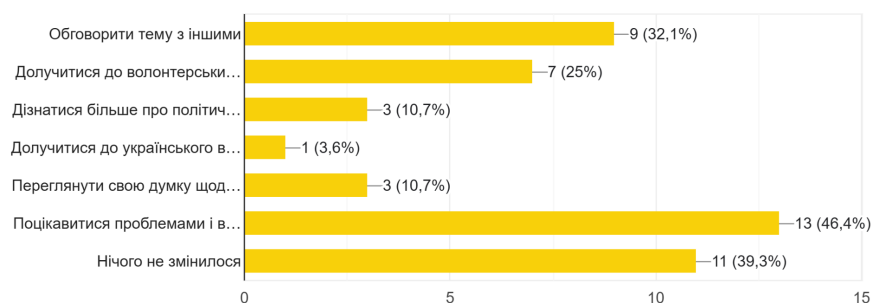


Рис 4.16 Відповіді на питання «(M1) Після прослуховування промови у вас виникло бажання»

(M2) Після прослуховування промови у вас виникло бажання: (можна обрати кілька варіантів)
28 відповідей

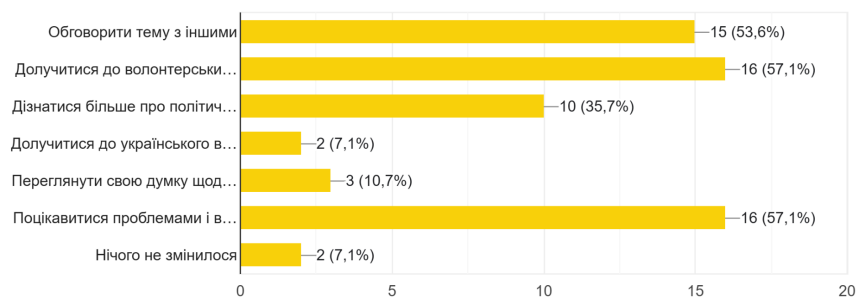


Рис 4.17 Відповіді на питання «(M2) Після прослуховування промови у вас виникло бажання»

Проаналізуємо результати порівняльного блоку питань. Відповіді на перше, друге, третє і четверте питання порівняльного блоку (П) представлені на рисунках 4.18, 4.19, 4.20 і 4.21 відповідно.

(П) Чи відчули ви різницю між двома варіантами промови?
28 відповідей

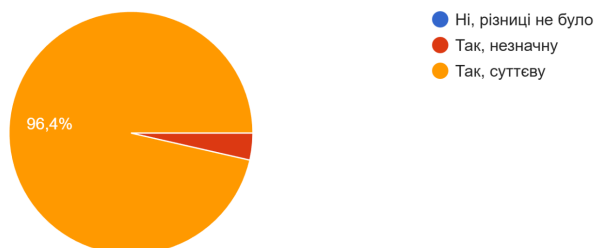


Рис 4.18 Відповіді на питання «(П) Чи відчули ви різницю між двома варіантами промови?»

(П) На вашу думку, який варіант промови був зрозумілішим?
28 відповідей

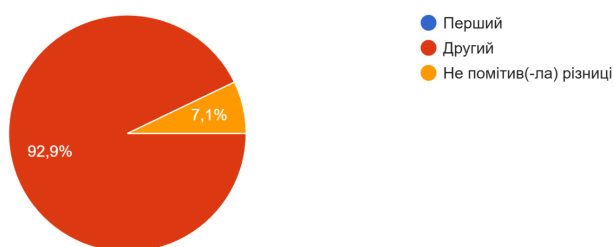


Рис 4.19 Відповіді на питання «(П) На вашу думку, який варіант промови був зрозумілішим?»

(П) На вашу думку, який варіант промови був емоційнішим?
28 відповідей

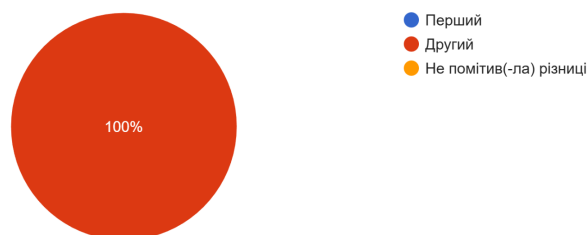


Рис 4.20 Відповіді на питання «(П) На вашу думку, який варіант промови був емоційнішим?»

(П) На вашу думку, який варіант промови був переконливішим?
28 відповідей

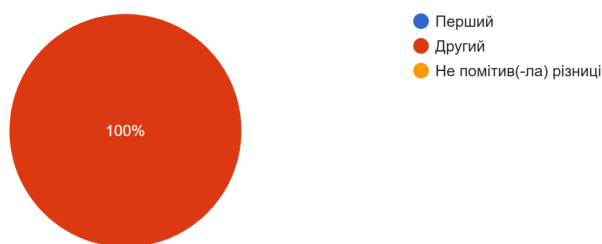


Рис 4.21 Відповіді на питання «(П) На вашу думку, який варіант промови був переконливішим?»

Майже всі опитані (27 респондентів із 28) відзначили, що різниця між промовами була суттєвою. Для одного респондента різниця між варіантами промови була незначна. Респондентів, які не помітили різницю між двома промовами, не було. 26 респондентів відзначили другу промову як більш зрозумілу, тоді як двоє респондентів не помітили різниці в зрозумілості промови. Усі респонденти погодилися, що другий варіант промови був як емоційнішим, так і переконливішим.

Далі перейдемо до аналізу якісних відповідей учасників експерименту. Відповіді на відкрите питання когнітивного блоку етапу 1 («(K1) Що, на вашу думку, хотів донести промовець?») наведені в Додатку Е, а когнітивного блоку етапу 2 («(K2) Що, на вашу думку, хотів донести промовець?») – в Додатку F.

Одразу варто зазначити, що більшість відповідей як на питання першого етапу, так і на питання другого етапу мають розгорнуті відповіді, адекватні змісту тексту, що дає підстави стверджувати, що монотонне виголошення промови не є настільки сильною перешкодою для принаймні мінімального розуміння змісту тексту. Однак при аналізі відповідей можна помітити одну суттєву відмінність: після першого прослуховування респонденти на питання «що хотів донести промовець?» переважно давали описові відповіді – що в промові йдеться про стан молоді, про невідповідність очікувань від молоді, опис того, якою є молодь, які проблеми й труднощі має сучасна молодь – часто зосереджуючись на негативному боці змісту промови; тоді як після другого прослуховування у відповідях

респондентів на це питання простежується акцент на діяльній складовій – що промова мотивує молодь рухатись далі, а старше покоління – підтримувати молодь, що молодь надихає діяти, молодь – рушій, робить країну кращою, бере участь у житті держави, дарує своє життя для інших тощо. Крім того кілька респондентів після першого прослуховування зазначили, що взагалі не зрозуміли змісту промови. Деякі респонденти після другого прослуховування дали ідентичну першій відповідь, однак вказали, що тепер промова має більш піднесений, а не сумний настрій, і є більш емоційною.

Відповіді на відкрите питання порівняльного блоку «Тут ви можете поділитися своїми враженнями від почутих промов», наведені в Додатку G, показують контраст між двома варіантами промови. По-перше, респонденти відзначають, що зміст обох промов був однаковим, однак сприймався принципово по-різному. Перша версія описується як монотонна, стисла, «без пауз», така, що збивала з ритму й ускладнювала розуміння. Слухачі часто говорять про «суцільний потік» та неможливість вловити межі між думками. Через це текст не запам'ятовувався, не викликав емоційної реакції, а подекуди створював навіть несподівано «пригнічений» настрій – попри те, що сам зміст не був виключно негативним. Це свідчить, що інтонаційна одноманітність може не лише зменшувати вплив промови, а й змінювати її емоційне тло.

Друга промова, навпаки, отримала високу оцінку як емоційна, мотивуюча та така, що «легко слухається». Респонденти зазначали, що саме завдяки паузам, акцентам та міміці текст «розкрився»: думки стали зрозумілими, а окремі фрази – більш виразними і влучними. Деякі учасники відзначали, що «ніби почули іншу промову», хоча зміст лишився тим самим. Це демонструє, що інтонація здатна не просто підсилити повідомлення, а й змінити спосіб його інтерпретації.

Під час експерименту учасники також мали можливість поділитися своїми враженнями в усному форматі. Загалом усний фідбек підтвердив тенденції, зафіксовані в анкетах, але водночас допоміг точніше зрозуміти, як саме інтонація змінює сприйняття одного й того самого змісту.

По-перше, респонденти одразу звертали увагу на контраст між обома версіями. Одна з учасниць експерименту коротко підсумувала, що в першій промові «не вистачало емоційності», тоді як друга звучала саме так, «як ми хотіли почути». Важливо, що вона підкреслює не тільки різницю у враженні, а й очікування аудиторії – тобто друга версія відповідала тому типу емоцій, які слухачі вважають доречними для такої теми.

Ще одна слухачка описала свою реакцію так: «я наче чула тільки негативні слова в першій промові», хоча зміст був незмінним. У другому варіанті, за її словами, промова «розкрила весь потенціал слів» і несподівано набула позитивних акцентів. Ця відповідь особливо показова: зміна інтонації вплинула не лише на настрій, а й на те, які смисли в тексті взагалі стали помітними.

Цікаві спостереження також з'являються у фідбеку респондентів, які добре сприймали зміст з першого разу, але все одно відчували різницю у включеності. Одна учасниця експерименту зізналася, що в першій промові не одразу зрозуміла, «що промова почалась». Вона також підкреслила, що другий варіант дозволяє «достукатись» до аудиторії, яка може бути незгодна з тезами промови самого початку. Це демонструє те, що інтонація може стати інструментом роботи з потенційно скептичною або втомленою аудиторією.

Одна з респонденток порівняла перший варіант промови зі «студентом, який щось читає», а процес сприйняття – з аудіюванням іноземною мовою, де доводиться «ловити кожне слово». У другій версії, за її словами, навпаки, паузи та інтонації зробили структуру зрозумілою і зменшили напруження.

Ще одне цікаве спостереження стосується структури промови. Один із респондентів помітив, що перша промова звучала «однією темою», і від неї залишилося враження лише про «проблеми сучасної молоді». Натомість у другій він почув окремі тези: про волонтерство, про участь молоді у військових діях, про допомогу іншим. Тобто емоційна подача «розбила» суцільний текст на змістові акценти, зробивши промову структурованішою без змін у самому тексті.

Отже, результати експерименту показують: спосіб виголошення суттєво впливає на те, як аудиторія сприймає, інтерпретує й емоційно проживає промову.

Монотонне читання виявилось достатнім для базового розуміння змісту, однак вимагало від слухачів помітно більшої концентрації. У такому форматі текст сприймався як суцільний масив без внутрішніх акцентів, а увага респондентів зміщувалася переважно до негативних аспектів сказаного. Дехто міг уловити риторичні прийоми і в монотонному виконанні, однак потенціал промови лишався неповністю розкритим.

Виразне виконання, навпаки, «розбивало» текст на смислові вузли: інтонації виокремлювали ключові ідеї, робили промову структурованішою без будь-яких змін у самому тексті. Це дозволяло аудиторії легше відтворювати зміст, точніше розуміти задум промовця й помічати ті смисли, які у монотонному варіанті залишалися прихованими. Частина респондентів повідомляла, що саме інтонаційна виразність допомогла їм пов'язати елементи промови між собою й побачити її логіку, а не лише загальний настрій.

Емоційна реакція теж суттєво змінювалася. Монотонність підсилювала відчуття смутку та напруги, іноді створюючи враження відстороненості й одноманітності. Виразне виконання знімало цю емоційну вагу: респонденти частіше говорили про натхнення, гордість, підтримку, відчуття сили покоління. Це свідчить про те, що інтонація може не лише підсилити повідомлення, а й змінити спосіб його інтерпретації, впливаючи на те, які емоції з тексту «зчитуються» першими.

Ідентифікаційно-інтерпретаційний компонент також виявився чутливим до способу виконання. Виразне читання робило промову реалістичнішою та ближчою: слухачам легше було співвідносити себе з описаними групами та засвоювати вкладені в текст смисли. Водночас частина аудиторії могла здійснювати таку ідентифікацію і в монотонному варіанті, однак виразне виконання помітно підсилювало цей ефект, дозволяючи побачити ширший спектр інтерпретацій.

Окремої уваги заслуговує мотиваційний ефект. Після монотонного прочитання промова частіше сприймалася як опис ситуації, тоді як виразне виконання зміщувало фокус на діяльнісний вимір — підтримку молоді, рух

уперед, участь у житті країни. Це дає підстави припускати, що інтонація може бути інструментом роботи з аудиторією, яка потенційно є скептичною або втомленою, адже саме вона здатна активізувати ті смисли, які у сухому прочитанні лишаються «непочутими».

Узагальнюючи, можна стверджувати: виразне виконання не змінює текст, але змінює спосіб, у який аудиторія його читає. Воно підсилює смисли, прояснює структуру, пом'якшує сприйняття важких емоцій, відкриває нові інтерпретаційні лінії та створює умови для мотиваційного впливу. Монотонність же, навпаки, звужує промову до одновимірної лінії, залишаючи значну частину потенційних смислів нерозкритими. Іншими словами, саме інтонація розкриває потенціал слів і «вмикає» ті рівні промови, які існують у тексті, але не проявляються без голосу та подачі.

4.5 Рекомендації щодо створення та реалізації публічних промов

Результати проведеного порівняльного експерименту дозволили емпірично обґрунтувати низку практичних рекомендацій, спрямованих на максимізацію ефективності публічного виступу. Ці рекомендації стосуються синергії етапів спічрайтингу (створення тексту) та акції (виголошення промови) у контексті забезпечення когнітивної, емоційної та мотиваційної ефективності комунікації.

Забезпечення когнітивної зрозумілості. Ключовий висновок експерименту за когнітивним критерієм полягає в тому, що монотонне читання перетворює промову на «суцільний масив», що вимагає від слухача надмірної концентрації. Емоційно виразне виконання, навпаки, «розбиває» текст на смислові вузли, роблячи його структуру прозорою. Рекомендації щодо цього наступні:

– Маркування тезового каркасу в тексті. На етапі спічрайтингу необхідно закладати чіткі графічні та синтаксичні маркери для ключових тез. Використовувати риторичні запитання, анафоричні повтори (наприклад, «Це та молодь, яка...») та короткі речення.

– Перетворення логіки на інтонацію. Оратор повинен використовувати логічні та синтаксичні паузи не лише для дихання, але й для відокремлення однієї думки від іншої. Смислові акценти необхідно підкреслювати інтонаційним виокремленням (змінюючи висоту або гучність), що дозволяє аудиторії зчитувати ключові ідеї та відтворювати логіку промови.

– Управління темпом для зменшення напруги. На блоках зі складною аргументацією або новою інформацією (яка вимагає від слухача високої концентрації) необхідно застосовувати сповільнений темп. Водночас на переліках прикладів або відомих фактів допустимо короточасне прискорення. Таке варіювання темпу знижує загальне когнітивне напруження аудиторії.

Досягнення емоційного відгуку. Аналіз за критерієм емоційності показав, що монотонне виконання може посилювати відчуття смутку, спустошеності чи нудьги, тоді як виразне – максимізує натхнення та гордість. Рекомендації щодо цього наступні:

– Захист від негативної інтерпретації. Якщо текст містить згадки про проблеми, стереотипи або виклики, спічрайтеру варто одразу закладати механізм інверсивної переоцінки (на кшталт протиставлення «Слабка? – Щира!»). Оратор має виголошувати ці негативні елементи з контрольованою, помірною інтонацією, що сигналізує про відстороненість від стереотипу.

– Емоційна активація кульмінації. Найсильніші емоційні аргументи мають бути поміщені в кульмінаційний блок промови. Оратор повинен підсилювати ці фрази енергійним і піднесеним тоном, активною мімікою та жестикуляцією, які перетворюють потенційний емоційний заряд тексту на реальне відчуття гордості та натхнення у слухачів.

– Використання паузи як емоційного акценту. Подовжені емоційні паузи мають застосовуватися перед ключовими образами чи фразами, що викликають сильний пафос. У цьому місці голос та інтонація мають бути глибокими та сповільненими, оскільки саме це посилює емоційний вплив.

Стимулювання мотиваційного впливу. Результати засвідчили, що монотонне виголошення фіксує увагу на описі ситуації, тоді як виразне виконання зміщує

фокус на діяльнісний вимір, стимулюючи готовність до обговорення та соціальної участі. Рекомендації щодо цього наступні:

- закладення «Мосту» між групами. На етапі спічрайтингу необхідно створювати фрази, що об'єднують аудиторію в єдину спільноту (наприклад, «молодь не воює одна...»). Оратор повинен виголошувати ці фрази з м'яким, примирливим і солідарним тоном, що сприяє ідентифікації слухачів із цінностями промови.

- заклик до дії. Фінальна частина промови повинна містити чіткий, але не наказовий заклик до дії («Ходімо, молодь»). Оратор повинен мобілізувати аудиторію, вимовляючи цей заклик впевненим, вольовим тоном і супроводжуючи його відкритим жестом. Цей метод дозволяє «достукатися» до скептичної або втомленої аудиторії та перевести їхнє сприйняття в площину соціальної активності.

- підсилення етосу через виконання. Оскільки виразне виконання підвищує довіру, оратору необхідно демонструвати щирість і залученість до теми через узгоджені невербальні засоби. Жестикуляція має бути відкритою, а міміка – відповідати емоційному тону промови. Це робить виступ «реалістичнішим і ближчим» та допомагає слухачам засвоїти ціннісні меседжі.

Узагальнюючи, емпіричне дослідження доводить, що усне виголошення є фінальним, вирішальним етапом риторичного циклу. Воно не лише підсилює закладені в текст смисли, а й здатне відкрити нові інтерпретаційні лінії, які у сухому, монотонному прочитанні залишаються нереалізованими. Таким чином, інтонація і подача – це інструменти, що розкривають потенціал слів і забезпечують комунікативну ефективність виступу на всіх рівнях сприйняття.

Висновки до розділу 4

У цьому розділі було проведено емпіричне дослідження, спрямоване на встановлення прямого впливу риторичних засобів усного виголошення на ефективність публічного виступу.

Нами була розроблена концепція порівняльного експерименту, що передбачав оцінку сприйняття одного й того самого тексту промови у двох принципово різних варіантах подачі: монотонному (контрольному) та емоційно-виразному (експериментальному). Для стандартизованого збору та аналізу даних було застосовано комплексний інструментарій оцінювання, який охоплював чотири ключові критерії сприйняття аудиторією: когнітивний, емоційний, ідентифікаційно-інтерпретаційний та мотиваційний.

Експеримент підтвердив висунуту гіпотезу про те, що використання ораторської виразності істотно підвищує ефективність комунікативного акту. Були виявлені наступні результати:

За когнітивним критерієм, монотонне виголошення призводило до часткового розуміння змісту, змушуючи аудиторію сприймати текст як «суцільний потік» без виокремлення ключових тез. Натомість виразне виконання завдяки інтонаційним акцентам і паузам зробило промову структурованішою та зрозумілішою для майже всіх респондентів, ефективно реалізувавши закладені в спічрайтинг смисли.

За емоційним критерієм, монотонна подача тексту часто викликала негативні емоції (байдужість, нудьгу, сум), що свідчить про нейтралізацію емоційного потенціалу слів через інтонаційну одноманітність. Протилежно цьому, емоційно-виразний варіант спричинив значне зростання позитивних реакцій (натхнення, гордості, надії), підтверджуючи, що виконання розкриває потенціал слів.

За ідентифікаційно-інтерпретаційним та мотиваційним критеріями, виразне виконання суттєво посилило ідентифікацію слухачів із описаним поколінням та багаторазово підвищило їхню мотивацію до соціальної дії (обговорення, долучення до ініціатив). Монотонне читання переважно фіксувало увагу на описі проблеми, тоді як виразне зміщувало фокус на діяльнісний вимір.

Отримані результати демонструють, що якість усного виголошення є критично важливим чинником, який трансформує пасивний текст у активний соціальний дискурс. Саме інтонація та експресія діють як інструмент, що

прояснює структуру, максимізує емоційне залучення та мобілізує аудиторію, роблячи промову переконливою.

На основі емпіричних знахідок було сформульовано інтегровані практичні рекомендації, які охоплюють стратегії спічрайтингу та техніки виголошення. Ці рекомендації підкреслюють необхідність тональної градації для управління емоційним фоном промови (уникнення негативної інтерпретації), структурування голосом для забезпечення когнітивної зрозумілості та активізації закликів для стимулювання мотиваційного ефекту.

Таким чином, експериментальне дослідження підтвердило, що усне виголошення є фінальним і вирішальним етапом риторичного циклу, який або реалізує, або нівелює комунікативний потенціал, закладений у процесі спічрайтингу. Ефективність публічного виступу залежить від гармонійної єдності текстової структури та ораторської майстерності її подачі.

ВИСНОВКИ

У межах цього дослідження було успішно досягнуто поставлену мету — дати емпіричну оцінку єдності спічрайтингу і промови, визначивши вплив риторичних засобів і ораторської подачі на сприйняття публічного виступу аудиторією, і сформулювати практичні рекомендації щодо створення і реалізації промов — шляхом послідовного виконання сформульованих завдань.

Основні результати проведеного дослідження полягають у наступному.

— Ми визначили поняття риторики як виду людської діяльності, що передбачає підготування і виголошення публічної промови з метою дії на слухачів засобами мови, виявили її поетапну структуру, а також склали уявлення про сам публічний виступ, що є головним інструментом риторики, оскільки саме він розробляється на всіх її етапах.

— Ми прослідкували нерозривність тексту і промови на кожному етапі творення публічного виступу і довели взаємну залежність цих складових публічного виступу, оскільки промова базується на тексті, а текст створюється з урахуванням того, якою має бути майбутня промова.

— Ми визначили, що публічна промова є засобом реалізації символічної влади промовця над аудиторією; промова здатна розділяти соціум на групи, говорити від імені соціальних груп, встановлювати певну версію подій, використовуючи на позначення речей ті чи інші варіанти номінацій, формувати понятійний апарат і, як наслідок, призму світогляду аудиторії — що можливо завдяки визнанню аудиторією права промовця говорити.

— Ми охарактеризували публічний виступ як засіб побудови дискурсу, вказавши на те, що промова завжди закріплює в свідомості аудиторії конкретну мовну парадигму світосприйняття, тобто дискурс, і співвідноситься з іншими дискурсами — посиляється на них чи навпаки заперечує, визначаючи своє місце у світовому контексті.

— На основі теоретичної частини дослідження ми сформували інструментарій для аналізу публічного виступу, який охоплює: характеристику

контексту виступу; аналіз композиційної побудови та логіки викладу; ідентифікацію риторичних фігур, тропів, алюзій, номінацій; встановлення дискурсивної позиції мовця; характеристику усного виступу промовця.

— Застосувавши розроблений інструментарій, ми здійснили аналіз публічного виступу Володимира Зеленського, виявивши, як реалізуються заявлені у теоретичній частині характеристики публічного виступу: зв'язок між метою та мовними засобами, наративна структура, механізми формування політичного дискурсу, залежність усного виголошення від текстового змісту й контексту.

— Ми розробили та провели порівняльний експеримент для емпіричної оцінки впливу усного виголошення на ефективність комунікації. Експеримент підтвердив гіпотезу, виявивши, що виразне виконання значно підвищує когнітивну зрозумілість (перетворюючи текст із «суцільного потоку» на систему тез), максимізує емоційне залучення (мінімізуючи негативні емоції та підсилюючи натхнення), а також багаторазово підвищує мотивацію до соціальної дії (переводячи сприйняття з опису на діяльнісний вимір).

— На основі отриманих емпіричних даних ми сформулювали інтегровані практичні рекомендації щодо підвищення ефективності публічного виступу, які охоплюють стратегії структурування голосом для зрозумілості, управління тональною градацією для контролю емоційного фону та активізації закликів для стимулювання мотиваційного ефекту.

Таким чином, можемо підсумувати, що публічний виступ зсередини залежить від того, якою є його мета ззовні. Тобто всі структурні, мовні елементи, тези і тропи визначаються зовнішньою метою промови — яку версію подій промова має на меті встановити, який світогляд сформувати, до яких подій і тем віднести. Так, символічний і дискурсивний зміст промови починає зароджуватися вже з етапу створення ідеї і диспозиції тез, підкріплюючись на кожному наступному етапі розробки промови, що знову доводить нерозривний зв'язок між усіма елементами публічного виступу. Емпіричний аналіз доводить, що усне виголошення є фінальним і вирішальним етапом риторичного циклу,

який або реалізує, або нівелює комунікативний потенціал, закладений у процесі спічрайтингу. Для того, аби промова була ефективною відповідно до своєї мети, її необхідно не лише вбудувати у потрібний контекст за допомогою самого тексту, але й активізувати за допомогою ораторської майстерності. Практична цінність проведеного дослідження полягає в тому, що воно створює підґрунтя для формування методології створення ефективного публічного виступу, емпірично обґрунтовуючи важливість гармонійної єдності тексту і подачі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Вискушенко С. А., Мосієнко О. В., Свиридчук Т. В. Стратегія переконання у політичних промовах британського прем'єр-міністра Ріші Сунака (риторичний аспект). Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2023. Т. 1, № 59. С. 54–57.
2. Гончар А. О. Зіставний аналіз експресивних засобів виразності в інаугураційних промовах Барака Обами і Петра Порошенка. Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. 2016. Т. 2, № 25. С. 27–29.
3. Єгорова О., Куц І. Алюзивність мови сучасної політики (на матеріалі офіційних промов відомих політиків) // Вісник Запорізького національного університету : збірник наукових праць. Філологічні науки. Запоріжжя : Гельветика, 2020. № 1. Ч. I. С. 63–68.
4. Лесовець Н. Спічрайтинг як PR-технологія в системі державного управління. Інтеграція науки та практики управління в умовах соціокультурних трансформацій : Зб. матеріалів I Міжнар. науково-практ. конф., м. Полтава, 25 трав. 2023 р. Полтава, 2023. С. 73–78.
5. Литвин А. Публічні комунікації президентів України та роль спічрайтерів у цьому процесі // Обрії друкарства. 2020. Т. 1, № 8. С. 109–119.
6. Матвієнко І. Автор, текст, дискурс: філософські розвідки Мішеля Фуко. Мультиверсум. Філософський альманах. 2018. С. 81–86.
7. Мацько Л., Мацько О. Риторика. 2-ге вид. Київ : Вища шк., 2006. 311 с.
8. Ницполь В. Критичний дискурс-аналіз політичного дискурсу (на матеріалі промови Дж. Байдена). Folium. 2023. Спецвипуск. С. 124–130.
9. Прокопчук Ю. С. Символічна влада та символічна політика як конститутивні засади конструювання політичного поля. Сучасне суспільство: політичні науки, соціологічні науки : зб. наук. пр. 2013. № 2 (4). С. 5–12.
10. Рибаченко В. Структура та комунікаційний потенціал спічу. Інформація, комунікація та управління знаннями в глобалізованому світі :

матеріали Шостої міжнар. наук. конф., м. Київ, 18–20 трав. 2023 р. Київ, 2023. С. 103–105.

11. Салюк Б. А. Інтертекстуальний аналіз передвиборчої промови Гіллари Клінтон. *Мови та літератури у полікультурному суспільстві*. 2016. С. 34–36.

12. Требін М. П., Клімова Г. П., Осипова Н. Ораторське мистецтво / ред. : М. Требін, Г. Клімова. Харків : Право, 2013. 208 с.

13. Akki F., Larouz M. Speaking and Writing Interconnections: A Systematic Review. *Journal of Translation and Language Studies*. 2021. Vol. 2, no. 2. P. 19–33.

14. Alisoy H. Stylistic Analysis of Donald Trump's Inaugural Speech: Lexical, Syntactic, and Rhetorical Features. *Acta Globalis Humanitatis et Linguarum*. 2025. Vol. 2, no. 3. P. 9–19.

15. Austin J. L. *How to do things with words*. Cambridge, MA : Harvard University Press, 1962. 166 p.

16. Bourdieu P. Social Space and Symbolic Power. *Sociological Theory*. 1989. Vol. 7, no. 1. P. 14–25.

17. Bourdieu, P., Wacquant, L. *An invitation to reflexive sociology*. Cambridge: Polity. 1992. P. 140-149.

18. Dijk T. A. v. Political Discourse and Ideology. Clara Ubaldina Lorda & Montserrat Ribas (Eds.). 2002. P. 15–34.

19. Foucault M. The Order of Discourse // *Language and Politics*. London: Basil Blackwell, 1984. P. 108–138.

20. Gill A., Raza S., Ishtiaq M. Corpus-Based Genre Analysis Of Donald Trump And Joe Biden's Inaugural Speeches. *Journal Of Applied Linguistics And Tesol*. 2025. Vol. 8, no. 1. P. 813–826.

21. Mapes G. The Life of a Political Speech(writer): Metadiscursive Text Trajectories in High-End Language Work. *Journal of Linguistic Anthropology*. 2023. Vol. 33, no. 3. P. 231–381.

22. Michelson T., Peleg S. Audio-Visual Evaluation of Oratory Skill // *Third International Conference on Transdisciplinary AI (TransAI)*. Laguna Hills, CA, USA. 2021. P. 103–106.

23. Omisakin A. M., Olofin O. L., Abobarin A. A., Adesiyun, O. F. Discourse Markers, Coherence and Its Impact on Cognitive Interpretation of Texts. *International Journal of Literature, Language and Linguistics*. 2024. Vol. 7, no. 2. P. 28–37.
24. Saidolimov S. T., Ulugov N. A. Political Speech And Its Impact On The Community. *The American Journal of Political Science Law and Criminology*. 2024. Vol. 6, no. 11. P. 35–41.
25. *Speechwriting in Theory and Practice* / J. E. Kjeldsen et al. Cham : Springer International Publishing, 2019. 202 p.
26. Świąteczak-Wasilewska I. Speechwriting in and beyond the White House: Selected international perspectives on aspects of speechwriting in government and business. *Res Rhetorica*. 2025. Vol. 12, no. 2. P. 192–213.
27. Świąteczak-Wasilewska I. The ethics of speechwriting in the contemporary practice of the profession. *Beyond Philology An International Journal of Linguistics, Literary Studies and English Language Teaching*. 2024. No. 21/3. P. 59–76.
28. The art of rhetoric: persuasive strategies in Biden's inauguration speech: a critical discourse analysis / Al-Khawaldeh N. N. et al. *Humanities and Social Sciences Communications*. 2023. Vol. 10, no. 1.

Досліджувані джерела

29. "Без вас": Зеленський відреагував на ракетний обстріл москвитів по Харківській ТЕЦ // 5 канал. YouTube. 2022. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=2oT0Z06hTE4> (дата звернення: 01.12.2024).
30. Виступ Володимира Зеленського на 58-й Мюнхенській конференції з питань безпеки // Офіс Президента України. YouTube. 2022. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=OKQLcacZX5o> (дата звернення: 03.10.2024).
31. Звернення Володимира Зеленського з нагоди Дня Незалежності України 24.08.2024 // Зе!Президент. YouTube. 2024. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=pqMQHOKL8iU> (дата звернення: 01.12.2024).

32. Звернення Президента України Володимира Зеленського до парламенту Великої Британії. Президент України. Офіційне інтернет-представництво. URL : <https://www.president.gov.ua/news/zvernennya-prezidenta-ukrayini-volodimira-zelenskogo-do-parl-73441> (дата звернення: 26.05.2025).

33. Суспільне Новини. Звернення президента Зеленського до британського парламенту, 2022. Суспільне Новини. URL : <https://www.youtube.com/live/VJPt1MRfv9U?si=yaWr8m956eLgk6qO> (дата звернення: 26.05.2025).

34. Хоакін Фенікс на церемонії “Оскар 2020” | Вперше українською, 2020. YouTube. ПРОМОБА. 2020. URL : <https://www.youtube.com/watch?v=VbzlvDHmxK4> (дата звернення: 03.10.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Текст звернення Президента України Володимира Зеленського до парламенту Великої Британії 8 березня 2022 року [23]

Пане Спикере! Пане Прем'єр-міністре! Члени уряду, парламенту, лорди.

Леді та джентльмени!

Я звертаюся до всіх людей Сполученого Королівства. До всіх людей Великої Британії. Великого народу. З великою історією. Я звертаюся до вас як громадянин, як Президент, але теж великої країни. З великою мрією. І великою боротьбою. Я хочу розповісти вам про наші 13 днів. 13 днів міцної війни, яку ми не розпочинали й не хотіли. Але ведемо.

Тому що не хочемо втратити те, що в нас є, те, що наше, – Україну. Так само, як ви не хотіли втратити свій острів, коли нацисти готувалися розпочати битву за вашу велику державу, битву за Британію.

13 днів нашого захисту.

У перший день о 4-й ранку на нас полетіли крилаті ракети. Так, що всі прокинулися – ми, діти, всі ми, живі люди, вся Україна. І відтоді не спить. Ми всі стали до зброї. Ставши великою армією.

На другий день відбивалися від атак у повітрі, на суші й на морі. І наші героїчні прикордонники на острові Зміїний у Чорному морі розповіли всім про фінал війни. А саме: куди зрештою вирушить ворог. Коли російський корабель вимагав від наших хлопців скласти зброю, вони відповіли йому... Так міцно, як не можна сказати в парламенті. І ми відчули силу. Велику силу нашого народу, який до кінця гнатиме окупанта.

На третій день російські війська не ховаючись били просто по людях, по житлових будинках. Артилерією. Авіабомбами. І це остаточно показало нам, показало світу, хто є хто. Хто великі люди, а хто – просто звірі.

На четвертий день, коли полонених ми вже почали брати десятками, ми не втратили гідності. І не знущалися над ними. Ми ставимося до них, як до людей. Бо ми залишилися людьми на четвертий день цієї ганебної війни.

На п'ятий день терор проти нас уже був відвертим. Проти міст, проти маленьких містечок. Зруйновані райони. Бомби, бомби, бомби, знову бомби на будинки, на школи, на лікарні. І це геноцид. Який не зламав нас. Мобілізував кожного й кожную з нас. І дав нам відчуття великої правди.

На шостий день російські ракети впали на Бабин Яр. Це місце, де нацисти стратили 100 тисяч людей у роки Другої світової війни. Через 80 років потому Росія вбила їх удруге.

На сьомий день ми зрозуміли, що вони руйнують навіть церкви. Бомбами! Знову ракетами. Вони не знають святого й великого, як знаємо ми.

На восьмий день світ побачив, що з російських танків стріляють по атомній електростанції. Найбільшій у Європі. І світ почав розуміти, що це терор проти всіх. Це великий терор.

На дев'ятий день ми слухали зустріч країн НАТО. І без бажаного для нас результату. Без мужності. Так ми відчули це – я не хочу нікого образити – ми відчули, що альянси не діють. Навіть небо закрити не можуть. І тому гарантії безпеки у Європі треба будувати з нуля.

На десятий день беззбройні українці в окупованих містах повсюдно протестували, масово. Зупиняючи бронетехніку голіруч. Ми стали незламними.

На 11-й день, коли бомбили вже житлові райони, коли від вибухів усе руйнувалося, коли евакуювали дітей з пошкодженої дитячої онколікарні... Ми усвідомили: українці стали героями. Сотні тисяч людей. Цілі міста. Діти, дорослі – всі.

На 12-й, коли втрати російської армії вже перевищили 10 тисяч убитих, у цьому рахунку з'явився й генерал. І це дало нам упевненість: за всі злочини, за всі ганебні накази все ж таки буде відповідальність. Міжнародного суду або української зброї.

На 13-й день у блокованому російськими військами Маріуполі померла дитина. Від зневоднення. Вони не пускають ні харчові продукти, ні воду не дають

людям. Просто заблокували – і вони у підвалах. Я думаю, всі чують: там у людей немає води!

За 13 днів російського вторгнення було вбито 50 дітей. 50 великомучеників. Це страшно! Це порожнеча. Замість 50 всесвітів, які могли б жити, але вони їх забрали. Просто забрали.

Велика Британіє!

Україна не прагнула цього. Не шукала величі. Але стала великою за ці дні цієї війни.

Україна, яка рятує людей попри терор окупантів. Яка захищає свободу попри удари однієї з найбільших армій світу. Яка обороняється попри відкрите небо. Все ще відкрите для російських ракет, літаків, гвинтокрилів. «Бути чи не бути?» – ви добре знаєте це шекспірівське питання.

13 днів тому це питання ще могло прозвучати про Україну. Але зараз – уже ні. Очевидно, що бути. Очевидно, що бути вільними. І де, як не тут, нагадати вам слова, які Велика Британія вже чула. І які знову актуальні.

Ми не здамося й не програємо!

Ми підемо до кінця.

Ми будемо боротися на морях, будемо битися в повітрі, ми будемо захищати нашу землю, хоч би якою була ціна.

Ми будемо битися в лісах, на полях, на узбережжях, у містах і селах, на вулицях, ми будемо битися на пагорбах... І я хочу від себе додати: ми будемо битися на териконах, на березі Кальміуса та Дніпра! І ми не здамося!

Звичайно, з вашою допомогою, допомогою цивілізації великих країн. З вашою підтримкою, за яку ми вдячні і на яку ми дуже розраховуємо. І я окремо вдячний тобі, Борисе, мій друже!

Посилуйте санкції проти держави-терориста. Визнайте її нарешті державою-терористом. Знайдіть спосіб зробити безпечним наше українське небо. Зробіть те, що ви можете. Те, що ви повинні. До чого зобов'язує велич вашої держави і вашого народу.

Слава великій Україні! Слава Великій Британії.

Текст промови, створений автором для проведення експериментального дослідження

«Дивні». «Ліниві». «Понавигадували собі депресій». «Не хочуть нічого робити». «Знову ці зумери».

Чули таке? Десь на просторах інтернету або в реальному житті.

«Що за молодь пішла» – мабуть, найбільш класична фраза, яку молодь отримує на свою адресу в будь-які часи. Конфлікт поколінь – був, є і завжди буде. І це не трагедія, просто різниця досвідів.

То яка все-таки зараз «молодь пішла»?

Слабка? Яка не боїться бути емоційною і чутливою. Яка не соромиться попросити про допомогу. Не одягає маску, а живе з відкритою душею, яку, так буває, іноді ранять, і яка іноді болить. То виходить... це не слабка, а щира молодь?

Невихована? Яка говорить те, що думає. Яка не підігрує і не намагається сподобатися. Яка захищає себе і не поступається своїми інтересами. Яка не прикидається правильною, а просто є собою. То це – чесна молодь?

Дурна? Яка не слухає чужих порад. Робить те, що вважає за потрібне, помиляється, продовжує робити своє, знову помиляється. Робить вибір. Не завжди правильний, але свій вибір. То це самостійна молодь?

Лінива? Яка не витрачає свої ресурси даремно. Не погоджується на менше. Поважає себе. Яка робить те, що їй подобається, а не те, що від неї очікують. Вільна молодь.

Молодь, якої не так вже і багато. Подивіться якось на статево-вікову піраміду українського населення – на проміжок 15-30 років...

Виходить, наша молодь ще й малочисельна? Що ж тоді з неї взяти?

А не треба нічого брати. Бо вона сама приносить те, що потрібно.

Молодь приносить, як не дивно, молодість. Вона приносить ту саму щирість, чесність, самостійність і свободу. Вона приносить наївність і віру в те, що неможливе – можливе, бо вона не встигла ще затвердіти в поглядах.

Це та молодь, яка зовсім нещодавно малювала найкреативніші плакати і виходила на вулиці, щоби захистити свою країну від корупції.

Це та молодь, яка освічує нас всіх на ютубі – вчить говорити, розуміти історію чи політику.

Це та молодь, яка з дитинства чує «хорошо» і «спасібо», але щодня робить вибір говорити «добре», «дякую».

Це та молодь, яка творить наше мистецтво, спорт, науку або просто живе тут і працює, як би її не намагалися звідси витурити окупанти чи суспільні стереотипи (про те, що тут нема що робити).

Це та молодь, яка щодня відкриває і закриває збори на потреби наших військових – донатами по десять гривень і купую допоміжних банок. З-під землі дістає для фронту те, що потрібно, евакуює людей чи займається волонтерством там, де живе.

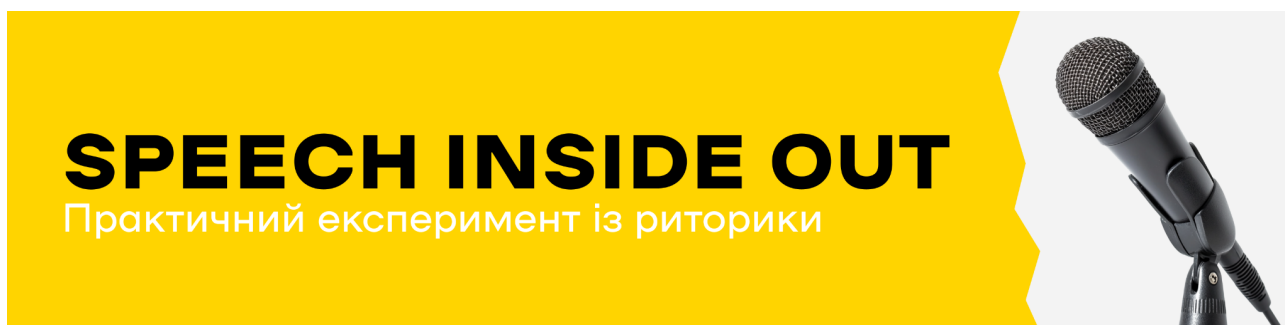
І це та молодь, чию молодість краде війна. Ті, хто замість семінару з філософії щодня проходить практикум із ведення бою. Чи замість автобусного туру Європою їде в медаваку, змагаючись зі смертю за чиєсь життя. І, на жаль, це ті, на чийх могилах із синьо-жовтими прапорами рік народження починається на цифру 2.

Так, молодь не воює одна, не волонтерить одна, не мітингує одна. Але молодь дарує молодість тим, хто поруч. Вона дарує ту наївність, чесність і щирість. Якщо молодь щось робить – значить це не даремно. Якщо молодь кудись іде – значить там буде світло.

Ось, яка молодь в нас «пішла». І туди, куди вона йде – прямує життя.

Ходімо, молодь.

Обкладинка анкети дослідження для Google Forms, створена у програмі Figma



Анкета дослідження в Google Forms

SPEECH INSIDE OUT
 Практичний експеримент із риторики

SPEECH INSIDE OUT
 Шановний(-а) респонденте(-ко)!
 Дякую, що погодилися взяти участь в експериментальному дослідженні в межах дипломної роботи «Риторика публічного виступу: від слісфайтінгу до промови». Ваші відповіді є **анонімними** і будуть використані в **узагальненому вигляді** виключно в наукових цілях.
 Будь ласка, відповідайте щиро – тут немає «правильних» чи «неправильних» варіантів.
 380660763700@student.karazin.ua [Змінити обліковий запис](#)
 Бачите тільки ви
 Зірочка (*) указує, що запитання обов'язкове

ЗАГАЛЬНИЙ БЛОК

Ваш вік *
 Ваша відповідь

E1

(E1) Оцініть, наскільки ви погоджуєтесь з наступними твердженнями щодо *
промови, за шкалою від 1 до 5, де 1 — «зовсім ні», 5 — «повною мірою»

	1	2	3	4	5
Промова була емоційно виразною	☐	☐	☐	☐	☐
Промова вас зворушила або надихнула	☐	☐	☐	☐	☐
Ви довіряєте промовцю після почутого	☐	☐	☐	☐	☐

(E1) Які емоції ви відчували під час прослуховування промови? (можна *
обрати кілька варіантів)

☐ Гордість

☐ Натхнення

☐ Байдужість

(E1) Які емоції ви відчували під час прослуховування промови? (можна обрати кілька варіантів) *

☐ Гордість
☐ Натхнення
☐ Байдужість
☐ Розчарування
☐ Сум
☐ Інше: _____

(E1) Що у промові найбільше вас «зацепило»?

Ваша відповідь: _____

I1

(I1) Наскільки, на вашу думку, промова відображає реальний стан української молоді? *

☐ Зовсім не відображає
☐ Частково відображає

I1

(I1) Наскільки, на вашу думку, промова відображає реальний стан української молоді? *

☐ Зовсім не відображає
☐ Частково відображає
☐ Переважно відображає
☐ Повністю відображає

(I1) Чи погоджуєтесь із твердженням: «Молодь є рушійною силою України»? *

☐ Ні
☐ Скоріше ні
☐ Важко сказати
☐ Скоріше так
☐ Так

(I1) Чи відчували ви гордість або приналежність до покоління, про яке йшлося у промові? *

(I1) Чи відчували ви гордість або приналежність до покоління, про яке йшлося у промові? *

☐ Ні, не відчували
☐ Якоюсь мірою відчували
☐ Так, повністю відчували

M1

(M1) Після прослуховування промови у вас виникло бажання: (можна обрати кілька варіантів) *

☐ Обговорити тему з іншими
☐ Долучитися до волонтерських чи громадських ініціатив (у тому числі зробити донат або відкрити збір на допомогу Україні у війні з росією)
☐ Дізнатися більше про політичне життя країни
☐ Долучитися до українського війська
☐ Переглянути свою думку щодо української молоді
☐ Поцікавитися проблемами і викликами, з якими стикається сучасна українська молоді
☐ Нічого не змінилося
☐ Інше: _____

обрати кілька варіантів)

☐ Обговорити тему з іншими

☐ Долучитися до волонтерських чи громадських ініціатив (у тому числі зробити донат або відкрити збір на допомогу Україні у війні з росією)

☐ Дізнатися більше про політичне життя країни

☐ Долучитися до українського війська

☐ Переглянути свою думку щодо української молоді

☐ Поцікавитися проблемами і викликами, з якими стикається сучасна українська молодь

☐ Нічого не змінилося

☐ Інше:

(M1) Чи надихнула промова вас на якісь роздуми?

Ваша відповідь

Назад

Далі

Очистити форму

Ніколи не вказуйте паролі в Google Форм.

Цю форму створено за межами вашого домену - [Власник контактів форми](#) - [Умови використання](#) - [Політика конфідельності](#)

Ця форма здається підозрілою? [Звіт](#)

Google Форми

ЕТАП 2

Дайте відповіді на питання цього розділу після прослуховування другого варіанту промови

K2

(K2) Наскільки зрозумілим для вас був зміст промови? *

☐ Зовсім не зрозуміло

☐ Частково зрозуміло

☐ Переважно зрозуміло

☐ Повністю зрозуміло

(K2) Що, на вашу думку, хотів донести промовець? *

Ваша відповідь

E2

(E2) Оцініть, наскільки ви погоджуєтесь з наступними твердженнями щодо *

E2

(E2) Оцініть, наскільки ви погоджуєтесь з наступними твердженнями щодо * промови, за шкалою від 1 до 5, де 1 – «зовсім ні», 5 – «повною мірою»

12345

Промова була емоційно виразною

☐☐☐☐☐

Промова вас зворушила або надихнула

☐☐☐☐☐

Ви довіряєте промовцю після почутого

☐☐☐☐☐

(E2) Які емоції ви відчували під час прослуховування промови? (можна обрати кілька варіантів) *

☐ Гордість

☐ Натхнення

(E2) Які емоції ви відчували під час прослуховування промови? (можна обрати кілька варіантів) *

☐ Гордість
☐ Натхнення
☐ Байдужість
☐ Розчарування
☐ Сум
☐ Інше: _____

(E2) Що у промові найбільше вас «зачепило»?

Ваша відповідь: _____

I2

(I2) Наскільки, на вашу думку, промова відображає реальний стан української молоді? *

☐ Зовсім не відображає
☐ Частково відображає

I2

(I2) Наскільки, на вашу думку, промова відображає реальний стан української молоді? *

☐ Зовсім не відображає
☐ Частково відображає
☐ Переважно відображає
☐ Повністю відображає

(I2) Чи погоджуєтесь із твердженням: «Молодь є рушійною силою України»? *

☐ Ні
☐ Скоріше ні
☐ Важко сказати
☐ Скоріше так
☐ Так

(I2) Чи відчували ви гордість або приналежність до покоління, про яке йшлося у промові? *

(I2) Чи відчували ви гордість або приналежність до покоління, про яке йшлося у промові? *

☐ Ні, не відчували
☐ Якоюсь мірою відчували
☐ Так, повністю відчували

M2

(M2) Після прослуховування промови у вас виникло бажання: (можна обрати кілька варіантів) *

☐ Обговорити тему з іншими
☐ Долучитися до волонтерських чи громадських ініціатив (у тому числі зробити донат або відкрити збір на допомогу Україні у війні з росією)
☐ Дізнатися більше про політичне чи культурне життя країни
☐ Долучитися до українського війська
☐ Переглянути свою думку щодо української молоді
☐ Поцікавитися проблемами і викликами, з якими стикається сучасна українська молодь
☐ Нічого не змінилося
☐ Інше: _____

SPEECH INSIDE OUT

Практичний експеримент із риторики



SPEECH INSIDE OUT

380660763700@student.karazin.ua [Змінити електронний запис](#) 

 Бачите тільки ви

Дякуємо за участь!

Ваші відповіді допоможуть глибше зрозуміти, як риторичні засоби впливають на ефективність публічного виступу.
Щиро дякуємо за ваш час і увагу!

[Назад](#)

[Надіслати](#)

Очистити форму

Ніколи не вказуйте паролі в Google Форми.

Цю форму створено за межами вашого домену - [Власник контактної форми](#) - [Умови використання](#) - [Політика конфідельності](#)

Ця форма здається підозрілою? [Звіт](#)

Google Форми

Відповіді на питання «(К1) Що, на вашу думку, хотів донести промовець?»

Донести те що молодь приймає активну участь в житті держави
Що сучасна молодь щира і свідома, не заслуговує хейту, який на неї ллється
Опис основних стереотипних характеристик сучасної молоді
Те що старе покоління не розуміє нове покоління молоді, бо в них різні життєві цінності
Невідповідність негативних ярликів, які охоче накладають на на сучасну молодь попередні старші покоління, хоча більшість «поганих рис» насправді являють собою позитивні якості для життя у сучасному суспільстві. Неможливість прийняти старшим поколінням, що не робити так як вони, є більш правильним для життя у сучасному суспільстві. Від цього і засудження сучасної молоді. Проблема не у ній, проблема у них.
Текст має на меті розкрити поточну ситуацію в країні та те, які дії докладає наша молодь на подолання цих проблем, а також те, як інші ставляться до молодих людей
Незрозуміло, просто розповідь
Про різницю того яка молодь є
Промовець доносив думку про реалії молоді в Україні: реалії війни, реалії упередженості зі сторони старших поколінь та реалій коли наша молодь у свої «найкращі роки» має стикатися з проблемами та жахами реальності, які більшість світу й не побачать за все своє життя. Молодь надихає та створює новий світ, змінюючи старі установки.
Особливості сучасної молоді, як вона живе
Нинішня молодь не є такою «втраченою» і поганою, якою її намагається висвітлити старше покоління через розрив у віці та непорозуміння, молодь старається якнайкраще в умовах, в які її запхали життєві обставини; вони в чомусь сміливіші та відкритіші, ніж покоління перед ними. де молодь — там життя, там рух, там світло
На мою думку, промовець підняв важливу тему про вічний конфлікт поколінь, і захистив сучасну українську молодь від загальних стереотипів. Також, зазначив труднощі життя молоді під час війни.

Яка прогресивна та свободололюбива молодь
Що на молодь припадає багато викликів, але вона гідно їх витримує
Про відважність і важливий внесок молоді у скрутні часи війни
Тяжко зрозуміти. Промовець ніби й висловлював невдоволеність нинішньою молоддю, а ніби й намагався змотивувати і розповісти про хороші сторони молодого покоління. Також через однотонну інтонацію можна загубитись в потоці думок.
Молодь в усі часи однакова, змінюється час та прогрес у світі
За молоддю – наше майбутнє
Стан, проблеми та ситуації в якій знаходиться сучасна молодь Українию.
Молодь - рушій змін; попри популярні думки старшого покоління, саме молодь є ключем до майбутнього.
Про те як недооцінюють молоде покоління. Оцінюють не зважаючи на обставини.
Зовсім не розуміла інформаційна лінія промови. Дуже суперечливі тези. Не виразні вислови. Не можу напевне прослідкувати думку.
Те, що молодь сучасної України переживає зовсім інший досвід, який не переживали інші молоді люди до них.
Стан української молоді
Виразити проблеми з якими стикається сучасна молодь, та донести думку, що попри зневажливе ставлення старшого покоління молодь є основою для суспільних змін і соціальних змін
Подати справжній образ сучасної молоді
Промовець хотів донести яка в нас є молодь, її якості, плюси і мінуси.
Про важливу роль молоді в суспільстві

Відповіді на питання «(K2) Що, на вашу думку, хотів донести промовець?»

Дуже емоційно описав сучасну молодь
Мотивуючий спіч – для молоді рухатись в тому ж дусі далі, для старшого покоління – підтримувати молодь
Зруйнувати стереотипи про сучасну молодь
Що в нас не зламна молодь
Молодь це - молодість! Вона надихає на нові звершення, незважаючи на усі негаразди які переживає, вона все ще слугує рушійною силою до світлого чистого та радісного майбутнього.
Хоч текст обох промов ідентичний, зважаючи на емоційність викладу, друга чіпляє, надихає діяти, адже молодь - це я (!)
Не пропадає молодь, молодь рушій
Те що стереотипи щодо молоді не відповідають дійсності і в наш час молодь часто є силою, яка здатна змінювати багато чого
Така само відповідь, як у попередньому етапі. Життя та цілеспрямованість молоді у скрутні часи сьогодення в Україні.
Позитивні сторони молоді
Те саме, що я написала в минулому етапі, але з більш піднесеним рішучим настроєм, а не із сумним настроєм
Те саме, що і в першій, але більш емоційно.
Сучасна молодь патріотична і вільна
Що в Україні дуже сильна, рішуча й гідна молодь, яка своїм вибором щодня робить країну кращою
Не дивлячись на стереотипи і те, що говорять про молодь, наша молодь – рушійна сила, яка навіть під час війни і в скрутний час знаходить в собі сили боронити країну і всіляко допомагати країні і її мешканцям, не забуваючи і про своє щастя також
Тепер зрозуміло, що промовець не говорить з негативом про сучасну молодь, а розвіює своєрідні «міфи» про нас.

Молодь однакова в усі часи
За молоддю стоїть майбутнє, вона є нашою рушійною силою
Проблеми, з якими стикається сучасна молодь України та те як вона допомагає їй в ці складні часи.
Важливість молоді для майбутнього України та її активна участь у державотворчих процесах. Наголошення на жертвах, принесених заради майбутнього, та готовності відмовитися від комфорту.
Про єдність, приналежність молоді до великої справи незважаючи на обставини
На скільки наше молоде покоління пішло далі порівнюючи з моїм - поколінням семи десятих. На скільки стало сильнішим, впевненішим, патріотичнішим, людянішим і цей перелік не скінчений.
Те, що молодь України унікальна, сильна, непересічна та стикається з проблемами, які не під силу вирішити навіть досвідченим дорослим, що називають молодих людей дурними та лінивими. Утім, зважаючи на умови в яких молодь живе, вони ще добре справляються зі всім, що їм приготувала доля.
Молодь - це майбутнє нашої країни
Те як кожен день молодь дарує своє життя для інших та для майбутнього країни
Зруйнувати шаблон суспільної думки про молодь; показати справжню молодь; показати, що справді криється за діями молоді
Що українська молодь сильна, чесна, вільна, ніяк не лінива чи невихована, вона живе своє життя тут і бореться за нього і своє право на існування, є рушієм всього нового.
Що молоде населення є рушійною силою розвитку країни

Додаток G

**Відповіді на питання «Тут ви можете поділитися своїми враженнями від
почутих промов»**

Промова гарна, друге читання набагато біль чіпляє. Але оскільки тема актуальна і на слуху, навіть в першій промові можна було уявити більше куди хилить автор
Перша промова без емоцій, друга дає можливість відчувати те що нам хотіли

донести
Мене щиро зворушила та надихнула ця версія.
У першій промові, як і у другій, є добре написаний текст. Проте завдяки інтонацій і акцентів, друга промова звучить переконливіше. Ораторська майстерність
Перша промова збила мене з пантелику. Якби я слухала це на вулиці, на заході від міста - я б точно не зупинилась щоб послухати, не звернула б увагу. важко було розрізняти речення, де думка починається і де закінчується тому важко сприймати текст. до того ж, промовець не показував жодних емоцій на обличчі що теж не дозволяло зрозуміти що вона має на увазі. Другий варіант набагато краще: я можу читати емоції на обличчі промовця, завдяки правильній інтонації я зрозуміла про що мається на увазі
Текст промов або був однаковим, або мав незначні розбіжності. Проте, через виразність другого варіанту промова більше відгукується в аудиторії, привертаючи увагу. Перший варіант через монотонність було важче сприймати, але зацікавлена особа буде слухати так чи інакше. Другий варіант кращий для привернення уваги до точки зору промовця, правильні акценти роблять можливість «достучатись» до аудиторії, яка попередньо могла не погоджуватись з основними тезами, простіше та ефективніше.
Другий варіант приваблює слухати та викликає емоції, роздуми, на відміну від першого. Перший теж наштовхує через зміст промови але значно менше
Перша промова прозвучала доволі скомкано та механічно, наче її казав трохи закритий в собі студент без досвіду. більше доводилося фокусуватися на словах, і це було важче. друга промова була виразнішою, з паузами, що полегшувало прослуховування та сприйняття
Як почали слухати першу промову, одразу помітили, що щось не так, бо невистачало емоційності
Я розуміла, що під час промови все залежить від промовця. Від його рухів, інтонації, але ніколи наглядно не бачила, як дві абсолютно однакові промови можуть розкриватись по-різному. Дякую цьому експерименту за наглядний приклад
Друга промова була емоційною, але сенс не змінився
Друга промова була більш емоційною та мотиваційною. Від першої залишився депресивний та сумний осад.
Перша промова була схожа на костатацію фактів по типу звіту. Текст був емоційний і надихаючий. Друга промова завдяки емоційності сприйнялася

краще та надихаюче.
1 надто монотонно, ніби без розділових знаків. Важко було вловити суть. 2 вже набагато емоційніше, але було відчуття «награності», більше такої театральності. Але якраз через це, думаю, промову слухалось більш уважніше.
Друга промова сприймалася дуже легко.
Перша промова хоча і змістовна, але розумілась важче через тон промовця. Вона зачепила, але надихнула на досить песимістичні роздуми. Друга промова була більш традиційною, емоційною та надихаючою і зрозумілішою.
Хоча це однакові за змістом промови враження від першої та другої були зовсім різні через емоційне забарвлення яке додав промовець
Дуже важко було вникнути про те, що йшлося в першій промові. Після неї не залишилось жодних думок, емоцій, навіть не запам'ятався загальний контекст промови. Вже друга промова залишила після себе дуже сильний слід та емоції
Першу промову навіть важко було розуміти, все сплюсним текстом я не дуже розрізняла де акценти, на що звертати увагу, на цьому фоні багато негативу відчувалось, я навіть не думала, що ця промова позитивна. Тоді як другий варіант показав весь потенціал слів, таке відчуття, що це абсолютно інша промова, дуже влучна, дуже дотична, сучасна, її приємно було слухати, вона чіпляла за живе, викликала бурю емоцій, в основному позитивні, розкрила по-іншому молодь.
Перша промова була монотонною, нудною і місцями хотілося вже швидше дослухати. Другий варіант було значно цікавіше слухати, оскільки розставлені емоційні наголоси підтримували зацікавленість та викликали відчуття гордості