

Горячев Алексей Александрович,
кандидат филологических наук
Кафедра речевой коммуникации
Журналистика, очная форма, 3 курс
5 семестр
2016-2017 уч. г.

ПУБЛИЧНАЯ РЕЧЬ: ОТ ЗАМЫСЛА К ВОПЛОЩЕНИЮ

Спецкурс

Спецкурс «Публичная речь: от замысла к воплощению» предполагает изучение особенностей подготовки профессионального коммуникатора к выступлению на публике. Публичное выступление рассматривается как целостный феномен, в единстве социальных, психологических, коммуникативных и речевых факторов. В результате освоения учебного материала студенты должны ясно представлять себе, как следует готовить речь и какие инструменты воздействия можно использовать во время выступления.

На практическом уровне спецкурс «Публичная речь: от замысла к воплощению» ориентирован на то, чтобы дать студентам знания, необходимые для самостоятельного приобретения навыков воздействия на аудиторию. В курсе лекций детально рассматриваются факторы, предопределяющие успешность выступления. Программа спецкурса предполагает изучение методов и приёмов управления произвольным и непроизвольным вниманием аудитории, применимых в ходе публичного выступления актёрские техники, простых и эффективных методов развития образной речи и артистизма.

Спецкурс формирует у студентов представление о публичном выступлении как единстве рационального и эмоционального воздействия. Поэтому, с одной стороны, значительное внимание уделяется способам аргументации, с другой – освещается круг вопросов, связанных с суггестивным планом воздействия речи. В рамках спецкурса изучаются как каноны классической риторики, так и современные риторические концепции. Формируется умение работать с литературой, а также навык самостоятельного отбора приёмов и необходимых оратору психотехник. Рассматривается типология речей, исследуются особенности различных видов речей. Изучается динамика риторических концепций, что позволяет, с одной стороны, обратить внимание на универсальные, «вечные» закономерности, с другой – понять, какие ораторские стратегии оказываются особенно эффективными в современной коммуникационной среде.

Теоретические знания в рамках спецкурса даются в тесной связи с практическими. Разбор текстов и видеозаписей публичных речей позволяет сформировать навык риторического анализа. Формирование подобного навыка дает возможность медиатеателю целенаправленно совершенствовать индивидуальное ораторское мастерство. Одна из важнейших задач спецкурса – дать студентам понимание того, как посредством публичных выступлений можно эффективно добиваться целей, попутно развивая свои речевые и коммуникативные навыки.

Спецкурс носит интегративный характер, поскольку позволяет систематизировать, собрать в единую картину и дополнить те обрывочные знания

о публичных выступлениях, которые были ранее получены студентами в школе и на собственном опыте, а также в рамках дисциплин «журналистского» профиля.

Авторские публикации по теме спецкурса

1. Горячев А. А. Опыт моделирования речевого воздействия в рекламе // Коммуникативные исследования 2006: Научное издание / Науч. ред. И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2006. – С. 80–85 (0,3 п. л.).
2. Горячев А. А. Языковое представление социальных характеристик адресанта и адресата в рекламе // Русистика и современность: Материалы X международной научно-практической конференции, 26-28 октября 2007: В 2 т. Т. 1: Лингвокультурология и межкультурная коммуникация / Науч. ред. И. П. Лысакова. – СПб.: Мирс, 2007. – С. 112–115 (0,2 п. л.).
3. Горячев А. А. Новояз и постновояз: в чём различия? // Русский язык как иностранный: Теория. Исследования. Практика / Науч. ред. И. П. Лысакова. – СПб.: Сударыня, 2007. – Вып. IX. – С. 163–169 (0,34 п. л.).
4. Горячев А. А. Коммуникативные стратегии рекламирования и проблема интолерантности // Ценностное содержание журналистики: культура социальных отношений и межкультурное взаимодействие в обществе: Материалы науч.-практ. конф., 22 окт. 2008 г. / Редкол.: М. А. Шишкина, В. А. Сидоров, Г. С. Мельник. – СПб.: Роза Мира, 2008. – С. 158–172 (0,8 п. л.).
5. Горячев А. А. Развлекательность и «вовлечение» в рекламно-маркетинговой коммуникации: коммуникативные и языковые приёмы // Досуговая журналистика в России: Материалы Межвузовской научно-практической конференции, 27-28 мая 2009 г., г. Санкт-Петербург / Под ред. Л. Р. Дускаевой, В. И. Шароградского. – СПб.: Астерион, 2009. – С. 119–123 (0,17 п. л.).
6. Горячев А. А. «Управление критичностью» и тактики пробуждения доверия в рекламной коммуникации // Русский язык как иностранный: Теория. Исследования. Практика / Науч. ред. И. П. Лысакова. – СПб.: Сударыня, 2009. – Вып. X. – С. 237–241 (0,33 п. л.).
7. Горячев А. А. Стратегии создания рекламного образа // Коммуникативные исследования 2009: Виды коммуникации. Обучение общению: Продолжающееся научное издание / Науч. ред. И. А. Стернин. – Воронеж: Истоки, 2009. – С. 28–41 (0,82 п. л.).
8. Горячев А. А. Опыт моделирования речевого воздействия в рекламной коммуникации // Известия Российского государственного педагогического университета имени А. И. Герцена: Научный журнал. – СПб.: Книжный дом, 2009. – №110. – С. 182–189 (0,55 п. л.).
9. Горячев А. А. Управление процессом понимания в рекламных слоганах: коммуникативные тактики и приёмы // Журналистика и культура русской речи: Науч.-практ. журнал / Под ред. Я. Н. Засурского. – №2[58]. – Москва: Издательство Московского университета, 2011. – С. 80–87 (0,7 п. л.).
10. Горячев А. А. Экспликация интенций автора и адресата в рекламе // Медиатекст как полиинтенциональная система: сб. статей / отв. ред. Л. Р. Дускаева, Н. С. Цветова / СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет, 2012 – С. 196–202 (0,4 п. л.).
11. Горячев А. А. К вопросу о манипулятивности рекламной коммуникации // Известия СПбГЭТУ «ЛЭТИ»: Научный журнал. – СПб.: Изд-во СПбГЭТУ «ЛЭТИ», 2012. – №3/2012 – С. 95–101 (0,6 п. л.).

12. Горячев А. А. Вечеринки под кайфом или обратный эффект социальной рекламы // Материалы международного семинара «Социальная журналистика как общественная деятельность: опыт и научные исследования в России, США и странах Северной Европы» (17–18 марта 2014 года) / Под ред. С. Г. Корконосенко. СПб.: С.-Петербург. гос. ун-т; Ин-т «Высш. шк. журн. и мас. коммуникаций», 2014. С. 87-89.
13. Горячев А. А. Убеждающие тексты в сфере связей с общественностью: опыт интенционально-стилистического анализа. Статья 1 // Медиалингвистика. 2015. № 1 (6). С. 77-88. URL: <http://medialing.spbu.ru/part10/>.
14. Konkov V., Goryachev A. "Performative" and "Cognitive": About Two Communicative Statuses of Media Texts // Journal of Language and Literature, ISSN: 2078-0303, Vol. 6. No. 2. 2015. P. 269-272.
15. Горячев А. А. Убеждающие тексты в сфере связей с общественностью: опыт интенционально-стилистического анализа. Статья 2 // Медиалингвистика. 2015. № 2 (7). URL: <http://medialing.spbu.ru/part10/>.

План лекций

Тема 1. Коммуникативно-речевая специфика публичного выступления как предмет изучения.

Речевое воздействие как частный случай коммуникативного и информационно-психологического воздействия. Принципиальные отличия устной коммуникации от письменной. Лексические и синтаксические особенности устной ораторской речи. Индивидуальный стиль и презентационная манера как инструменты воздействия, отражающие индивидуальность оратора. Выступление как инструмент развития личности: ключевые идеи, термины, ориентиры.

Тема 2. Риторика как дисциплина.

Частные и общие риторик. Становление риторики. Эволюция риторических концепций. Классическая риторика. Античный риторический канон. *Inventio* (изобретение), *dispositio* (расположение), *elocutio* (словесное выражение), *memorio* (запоминание), *pronuntiatio* (произнесение). Топика от Аристотеля до наших дней.

Тема 3. Отечественные и зарубежные риторические традиции.

Понятие риторического идеала. Публичные выступления как инструмент саморазвития. Методы развития навыков, необходимых для эффективного выступления перед большой аудиторией (выработка навыка спонтанного действия; развитие своей речевой культуры; тренировка умения говорить образно; умение чувствовать аудиторию).

Тема 4. *Inventio*. Виды речей: информирующая, убеждающая, эпидейктическая.

Зависимость лексического и грамматического оформления речи от цели общения. Условия эффективности публичного выступления. Возможные рабочие критерии оценки успешности воздействия. Целеполагание при подготовке выступления. Принципиальная необходимость разграничения цели и задач. Разработка структуры и сценария публичного выступления. Работа над текстом, оптимальный порядок подготовки записей. Хронометраж.

Тема 5. Словесное и несловесное воздействие.

Различные виды невербальных сообщений (взгляд, мимика, жест, поза, дистанция и т.д.). Различные направления исследований невербального поведения (кинесика, проксемика, сенсорика и др.): современная ситуация в

данных областях знания. Использование вербальных, паравербальных и невербальных средств воздействия в ходе выступления. Когнитивные основы речевого воздействия. Формирование мотивирующего образа в сознании реципиента.

Тема 6. Связь между словом и концептом.

Принципы создания яркого и запоминающегося образа, побуждающего к действию. Образ против имиджа: сила целостности. Структура образа. Личный опыт реципиента как строительный материал для образа. Формирование образа как динамический процесс. Управление поведением аудитории при помощи целенаправленно сконструированных образов (анализ примеров). Наглядность речи и работа с иллюстрациями. Способы тренировки умения говорить наглядно и выразительно. Речевые средства, позволяющие сделать сообщение и стоящий за ним образ запоминающимися (мнемонические приёмы).

Тема 7. Dispositio. Композиция выступления.

Типовые и нестандартные варианты начала и завершения выступления (анализ примеров). Установление контакта: контакт на уровне внимания, понимания и эмоций. Выбор вербальных и невербальных средств в зависимости от численности, социального состава и текущего психоэмоционального состояния аудитории, времени выступления и других факторов.

Тема 8. Логическая структура речи.

Аргументация и её место в логической структуре публичного выступления. Структура классической и свободной хрии. Возможности использования хрии в современной речевой практике. Специфика полемических выступлений. Спор, диспут, дискуссия как речевые жанры. Ответы на вопросы из зала. Возможные коммуникативные позиции адресанта полемической речи. Судебное красноречие как источник эффективных полемических приёмов. Манипулятивные и неманипулятивные приёмы. Дискуссия и псевдодискуссия. Полемические уловки по С. И. Поварнину. Аргументация и применение полемических приёмов в речах известных ораторов (разбор примеров). Вербальные, паравербальные и невербальные средства, позволяющие сделать речь убедительной.

Тема 9. Соотношение рационального и эмоционального в публичном выступлении.

Доверие и суггестия. Благосклонное (не слишком критическое) восприятие адресатом сообщения как условие успешности персуазивной коммуникации. Внушение как инструмент воздействия на адресата, условия его применения. Социальные и психологические основы внушения. Лингвистические и коммуникативные средства создания суггестивного эффекта (анализ примеров). Языковые средства и стилистические приёмы, повышающие привлекательность сообщения. Управление эмоциональными процессами и состояниями адресата. Эмоциональное воздействие на уровне слов и на уровне высказываний. Возбуждение эмоций путём «провокации» и «заражения». Маятник эмоций.

Тема 10. Elocutio. Methodo. Работа над текстом (планом) выступления.

Первоначальная подготовка текста, структурирование, маркировка и коррекция в ходе подготовки. Стандарт и экспрессия в публичном выступлении. Выразительность устной речи. Использование стилистических приёмов речевой экспрессии в публичном выступлении. Соотношение понятий «язык» и «речь», «система» и «норма». Культура публичной речи: нормативный, коммуникативный, этический подходы. Умение выбирать наиболее уместный вариант из возможных как залог достижения коммуникативной цели. Оправданное и неоправданное

нарушение оратором речевых норм (анализ примеров). Нелитературная лексика в публичных речах. «Чёрная риторика». Неориторика.

Тема 11. Тропы и фигуры как инструменты выразительности.

Выступление с презентацией и без. Принципы разработки эффективной электронной презентации. Подготовка слайдов: учёт закономерностей восприятия. Вербальный компонент электронной презентации: количественные и качественные характеристики. Учёт особенностей помещения, использование технических средств. Разбор удачных и неудачных примеров.

Тема 12. Pronuntiatio. Внутреннее состояние и направленность внимания оратора во время выступления.

Личностный тип общения как условие успешного контакта с аудиторией. Настрой, способствующий успешному достижению цели. Уверенность оратора как этикетное требование. Речевая импровизация.

Тема 13. Установление отношений между оратором и аудиторией.

Понятия социальной роли и социального статуса. Коммуникативные позиции. Коммуникативная дистанция, способы её сокращения/увеличения (горизонтальный план отношений). Различные варианты интерпретации текущей коммуникативной ситуации. Контактустанавливающие речевые действия. Диалогизация в монологических коммуникативных жанрах. Вовлечение аудитории в совместную деятельность. Приемы создания эффектов доверительности и интерактивности (анализ примеров). Фактор инициативы.

Тема 14. Управление вниманием аудитории.

«Экономика внимания» как феномен постиндустриального общества. Привлечение внимания к сообщению за счёт активизации непроизвольного внимания (вынужденного и невольного). Фиксация внимания за счёт перехода от непроизвольного внимания к произвольному. Пробуждение интереса. Повторение привлекающих непроизвольное внимание стимулов в процессе коммуникации. Фокусирование внимания аудитории посредством речевого воздействия (процесс распределения внимания между референтами, попавшими в поле зрения в результате их упоминания в тексте). Переакцентуация.

Самостоятельная работа в присутствии преподавателя

Занятие 1 – 2. В часы, отведенные на самостоятельную работу, предполагается индивидуальное консультирование студентов, а также выполнение и проверка практических заданий в аудитории. Задания предполагают работу с научной и практической литературой, подготовку кратких сообщений по темам на выбор, а также самостоятельный анализ материала с использованием полученных знаний.

Своевременное и успешное выполнение заданий в рамках самостоятельной работы может служить основанием для освобождения от зачёта (по усмотрению преподавателя и при условии посещения более 70% занятий).

Вопросы к зачёту

1. Публичное выступление: коммуникативно-речевая специфика. Отличия публичного общения от других видов коммуникации.
2. Подготовка выступления: последовательность действий.

3. Риторические концепции древности.
4. Риторика в средние века и новое время.
5. Риторика в современном мире.
6. Трансформации риторических идеалов со времён Аристотеля до наших дней.
7. Структура публичного выступления.
8. Вербальное, паравербальное и невербальное в публичных выступлениях.
9. Оптимизация подачи информации в ходе выступления.
10. Убедительность речи. Способы аргументации.
11. Наглядность речи. Образ как инструмент воздействия на аудиторию.
12. Использование электронной презентации в ходе выступления.
13. Отношения между оратором и аудиторией.
14. Установление контакта с аудиторией.
15. Управление вниманием аудитории.
16. Эмоции в публичном общении.
17. Средства создания суггестивного эффекта.

Критерии оценки (зачёт)

Форма проведения зачёта – устная (беседа по изученным темам). На подготовку ответа студенту дается не более 40 минут. Сдача зачёта представляет собой устный ответ на вопрос, содержащийся в билете.

Для получения оценки «зачтено» необходимо продемонстрировать не только знание содержания лекций, но и знакомство со специальной литературой. В ходе ответа нужно приводить примеры. Примеры должны быть подобраны самостоятельно (а не взяты из лекции).

Оценка «незачтено» ставится, если студент не владеет теоретическим материалом и не демонстрирует удовлетворительного знакомства с литературой.

Продолжительность ответа должна составлять примерно 20 минут.

Список основной литературы

1. Аристотель. Поэтика. Риторика. – СПб.: Изд-во «Азбука», 2000 // Режим доступа: <http://www.rodchenko.ru/docs/aristotel.doc>, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана. – Электрон. версия печ. публикации.
2. Гандапас Р. Презентационный конструктор. М., 2006.
3. Зарецкая Е. Н. Риторика: Теория и практика речевой коммуникации. М., 2002.
4. Карнеги Д. Как вырабатывать уверенность в себе и влиять на людей, выступая публично. М., 2000 // Режим доступа: <http://www.rodchenko.ru/docs/Karnegi.doc>, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана. – Электрон. версия печ. публикации.
5. Лебон Г. Душа толпы // Психология народов и масс. СПб., 1995.
6. Леммерман Х. Учебник риторики. М., 1999 // Режим доступа: <http://www.rodchenko.ru/docs/Lemerman.doc>, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана. – Электрон. версия печ. публикации.
7. Поварнин С.И. Искусство спора. О теории и практике спора. Петроград, 1923.

8. Савкова З.В. Искусство оратора. СПб., 2003 // Режим доступа: http://www.rodchenko.ru/docs/Savkova.Iskusstvo_oratora.doc, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана. – Электрон. версия печ. публикации.
9. Сергеич П. (Пороховщиков П.С.) Искусство речи на суде. – Тула: Автограф, 1999 // Режим доступа: <http://www.rodchenko.ru/files/doc/SERGEEVICH.doc>, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана. – Электрон. версия печ. публикации.
10. Стернин И. А. Практическая риторика: Учебное пособие. М., 2007.

Список дополнительной литературы

1. Аминов И. И. Приемы управления вниманием в деловом общении [Электронный ресурс]. 2005. // Режим доступа: http://www.elitarium.ru/2005/11/09/priemy_upravlenija_vnimaniem_v_delovom_obs_hhenii.html, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана.
2. Аннушкин В. И. История русской риторики. Хрестоматия: Учебное пособие. М., 2002.
3. Аннушкин В. И. Риторика. Экспресс-курс: учебное пособие для практических семинаров и краткосрочных курсов. М., 2006.
4. Баранов А. Н. Скрытое (имплицитное) утверждение в лингвистической экспертизе текста [Электронный ресурс] // Материалы первой Интернет-конференции по юридической лингвистике «Право как дискурс, текст и слово» // Режим доступа: http://konference.siberia-expert.com/publ/baranov_a_n/1-1-0-55, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана.
5. Баранов А. Н., Паршин П. Б. Языковые механизмы вариативной интерпретации действительности как средство воздействия на сознание // Роль языка в средствах массовой коммуникации. М., 1986. С. 100–143.
6. Блакар Р. М. Язык как инструмент социальной власти (теоретико-эмпирические исследования языка и его использования в социальном контексте) // Язык и моделирование социального взаимодействия: Переводы. М., 1987. С. 88–125.
7. Болинджер Д. Истина – проблема лингвистическая // Язык и моделирование социального взаимодействия: Переводы. М., 1987. С. 23–43.
8. Борг Дж. Сила убеждения: искусство оказывать влияние на людей. - 5-е изд., перераб. и доп. М., 2013.
9. Борисова Е. Г. Понимание в интерактивной модели: управление со стороны адресата [Электронный ресурс] // Понимание в коммуникации. 2005: Тезисы докладов Международной научной конференции (28 февраля – 1 марта 2005 г., Москва) // Режим доступа: http://www.srcc.msu.su/uni-persona/site/conf/conf_05/tesi05.htm, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана. – Электрон. версия печ. публикации.
10. Борисова Е. Г. Управление вниманием и пониманием: предварительные действия говорящего // Материалы II Международной конференции по когнитивной науке 9-13 июня 2006 года. СПб., июнь, 2006. С. 218–219.
11. Бредемайер К. Черная риторика. М., 2005.
12. Денисюк Е. В. Манипулятивное речевое воздействие: коммуникативно-прагматический аспект: Дис. ... канд. филол. наук: 10.02.01 / Уральский государственный университет им. А. М. Горького. Екатеринбург, 2003.
13. Дилтс Р. Фокусы языка: Изменение убеждений с помощью НЛП / Пер. с англ. – СПб., 2000.

14. Долинин К. А. Высказывание и ситуация общения // *Говорящий и слушающий*. СПб., 2001. С. 17–25.
15. Долинин К. А. Имплицитное содержание высказывания // *Вопросы языкознания*. 1983. №6. С. 37–47.
16. Ильин Е. П. Мотивация и мотивы. СПб., 2008.
17. Имплицитность в языке и речи / Отв. ред. Борисова Е. Г., Мартемьянов Ю. С. М., 1999.
18. Иссерс О. С. Речевое воздействие: Учебное пособие. М., 2009.
19. Иссерс О. С. Зачем приехал Киса Воробьянинов (к вопросу о принципах лингвистического описания коммуникативных стратегий и тактик) // *Русский язык как иностранный: Теория. Исследования. Практика*. СПб., 2000. Вып. 4. С. 243–266.
20. Иссерс О. С. Коммуникативные стратегии и тактики русской речи. М., 2008.
21. Иссерс О. С. Речевое воздействие в аспекте когнитивных категорий [Электронный ресурс] // *Вестник Омского университета*. 1999. Вып.1. С. 74–79. // Режим доступа: <http://www.omskreg.ru/vestnik/articles/y1999-i1/a074/article.html>, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана. – Электрон. версия печ. публикации.
22. Карасик В. И. Язык социального статуса [Электронный ресурс]. М., 1992. // Режим доступа: <http://philologos.narod.ru/texts/karasik/status00.htm>, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана. – Электрон. версия печ. публикации.
23. Кибрик А. А., Паршин П. Б. Дискурс // *Электронная Энциклопедия Кругосвет* [Электронный ресурс]. 2001 // Режим доступа: <http://www.krugosvet.ru/articles/82/1008254/1008254a1.htm>, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана.
24. Кобозева И. М. Лингво-прагматический аспект анализа языка СМИ // *Язык СМИ как объект междисциплинарного исследования*. М., 2001. С. 100-114 // Режим доступа: <http://www.textfighter.org/text12/08.php>, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана. – Электрон. версия печ. публикации.
25. Кохтев Н. Н. Риторика. М., 1994.
26. Кошанский Н.Ф. Общая риторика. СПб., 1829.
27. Кошанский Н.Ф. Частная риторика. СПб., 1832.
28. Краткий словарь когнитивных терминов / Под общ. ред. Е. С. Кубряковой. М., 1996.
29. Лахманн Р. Демонтаж красноречия. Риторическая традиция и понятие поэтического. СПб., 2001.
30. Леонтьев А. А. Психология общения. М., 1997.
31. Ломоносов М. В. Краткое руководство к риторике на пользу любителей сладкоречия // М. В. Ломоносов. Полное собрание сочинений. Том седьмой. Труды по филологии (1739--1758 гг.). М.-Л., 1952. URL: http://az.lib.ru/l/lomonosow_m_w/text_0260.shtml
32. Лысакова И. П. Риторика в системе лингвистических дисциплин на факультетах журналистики // *Статус стилистики в современном языкознании: Межвуз. сб. науч. тр. / Редкол.: ... Кожина М.Н. (гл. ред.) и др.* Пермь, 1992. С.137-142.
33. Маслова А. Ю. Введение в прагмалингвистику: Учебное пособие. М., 2008.
34. Маслова В. А. Введение в когнитивную лингвистику: Учебное пособие. М., 2007.
35. Матвеева Г. Г. Диагностирование личностных свойств автора по его речевому поведению. Ростов н/Д, 1999.

36. Мелихов И. Н. Скрытый гипноз: Практическое пособие [Электронный ресурс]. – Волгоград, 2002. // Режим доступа: http://lib.aldebaran.ru/author/melihov_in/melihov_in_skrytyi_gipnoz_prakticheskoe_rukovodstvo/, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана. – Электрон. версия печ. публикации.
37. Михальская А. К. Русский Сократ. Лекции по сравнительно-исторической риторике: Учебное пособие для студентов гуманитарных факультетов. М., 1996.
38. Оптимизация речевого воздействия: Монография / Редкол.: Котов Р. Г. (отв. ред.) [и др.]. М., 1990.
39. Падучева Е. В. Высказывание и его соотнесенность с действительностью. М., 1985.
40. Паршин П. Б. Речевое воздействие: основные сферы и разновидности // Рекламный текст: Семиотика и лингвистика. М., 2000.
41. Расторгуев С. П. Философия информационной войны. М., 2002.
42. Речевое воздействие в сфере массовой коммуникации / Редкол.: Березин Ф. М., Тарасов Е. Ф. (отв. ред.) [и др.]. М., 1990.
43. Рождественский Ю. В. Теория риторики. М., 2004.
44. Солсо Р. Когнитивная психология / Пер. с англ. СПб., 2002.
45. Станиславский К. С. Работа актёра над собой. М., 1938.
46. Стернин И. А. Введение в речевое воздействие. Воронеж, 2001.
47. Стернин И. А. Коммуникативное поведение в структуре национальной культуры // Этнокультурная специфика языкового сознания: сб. начн. ст. / РАН, Ин-т языкозн.; редкол.: Н.В. Уфимцева (отв. ред.) [и др.]. М., 2000. С. 97–112.
48. Стернин И. А. Речевое воздействие как интегральная наука [Электронный ресурс] // Речевое воздействие. Воронеж; Москва, 2000. С. 3–6 // Режим доступа: http://www.comch.ru/~rpr/sternin/articles_rus.html, свободный. Доступен 14.05.11. Загл. с экрана. – Электрон. версия печ. публикации.
49. Формановская Н. И. Речевое взаимодействие: коммуникация и прагматика. М., 2007.
50. Хазагеров Т. Г., Ширина Л. С. Общая риторика. Курс лекций и словарь риторических фигур. Ростов-на-Дону. 1994.
51. Хьюмс Дж. Секреты великих ораторов: говори как Черчилль, держись как Линкольн. М., 2013.
52. Чернявская В. Е. Дискурс власти и власть дискурса: проблемы речевого воздействия. М., 2006.
53. Шаховский В. И. Эмоции: долигвистика, лингвистика, лингвокультурология / В. И. Шаховский. - 2-е изд. М., 2013.
54. Экман П. Психология эмоций. М., 2013.
55. Community and communication: oratory and politics in republican Rome / ed. by C. Steel, H. Van der Blom. - Oxford et al.: Oxford University Press, 2013. – XI.

Перечень иных информационных источников

1. <http://medialing.spbu.ru/>
2. <http://www.rodchenko.ru>
3. <http://www.americanrhetoric.com/>
4. <http://www.kremlin.ru/>