

В. П. Москвин

Волгоградский государственный
педагогический университет

МЕХАНИЗМЫ ПУБЛИЧНОЙ РЕЧИ

*Современная языковая ситуация
и проблемы культуры речи*

Публичной следует считать речь, обращённую к группе лиц с целью «проинформировать, сформировать мнение или воздействовать на чувства» [Shurter, 1903: 7]. По цели общения публичная речь (ПР) может быть убеждающей, информирующей и эпидейктической, поэтому при её анализе необходимо выявить и рассмотреть прежде всего те существенные её особенности, которые являются общими для всех трёх указанных целевых типов, не останавливаясь подробно (как это зачастую практикуется в научной и учебной литературе), к примеру, на приёмах убеждения, изучение которых тематически целесообразно при рассмотрении убеждающей речи.

В процессе публичного выступления оратор должен не только информировать или убеждать, но и оказывать психологическое воздействие на аудиторию. Первое предполагает наличие специальных знаний, второе – владение приёмами привлечения интереса и удержания внимания. Давно замечено, что «интерес и внимание связаны как причина и следствие» [Winans, 1920 : 53]. Здесь существует следующая зависимость: «Чем более заинтересованы слушатели, тем меньше энергии приходится тратить на привлечение их внимания» [Kline, 2004 : 42]. Привлечь интерес и тем самым обеспечить долговременное внимание аудитории можно тремя способами.

1. Создать мотивацию к изучению вопроса. Так, перед лекцией на тему «Ударение» можно провести тестирование, результаты которого убедят учащихся в необходимости изучения данной, быть может, не самой интересной, однако, как обычно оказывается, практически значимой для них темы.

Согласно теории, разработанной английским философом и социологом Гербертом Спенсером (1820–1903), внимание представляет собой род деятельности, а значит, подчиняется закону экономии усилий, которые ни один человек не станет тратить без мотивации, затрагивающей его практические интересы (так называемый «закон экономии внимания» [Spencer, 2008: 3–5]).

2. Подобрать любопытные факты, яркие иллюстративные примеры, новую информацию. При подборе и систематизации материала необходимо:

а) Знать не только *что*, но и *кому* предстоит говорить, а значит, учесть, состав и интересы будущих слушателей (этап подготовки ПР, именуемый анализом аудитории). Примером невнимания к фактору адресата может послужить диалог из пьесы А. Блока «Незнакомка»:

Поэт. Вы послушайте только. Бродить по улицам, ловить отрывки незнакомых слов. Потом – прийти вот сюда и рассказать свою душу подставному лицу.

Слуга в трактире. Непонятно-с, но весьма утончённо-с. (Срывается со стула и бежит на зов посетителя).

Платон советует: «Надо рассматривать природу души и, определив, какой вид речи соответствует каждой натуре, так и строить и располагать свою речь, то есть к сложной душе обращаться со сложными, охватывающими все лады речами, а к простой душе – с речами простыми. Без этого невозможно ни выбрать род речи, ни научить или убедить кого-нибудь» [Платон, 1970: 266]. Чтобы речь стала уместна по отношению к её адресату, производится подстройка под конкретную аудиторию, уровень её информированности и культурного развития: так, поясняя что-либо, оратор должен «использовать только те факты и идеи, которые знакомы каждому из его слушателей» [Hayworth, 1935: 76]. Энжел Дэй, английский учёный XVI в., **сравнивал оратора**, нарушающего правило Платона, с «глуповатым башмачником, который делает всю обувь на один фасон и одного размера» [Day, 1967: 4 – 5].

б) Определив все возможные углы рассмотрения проблемы (так называемые топосы), выявить и наиболее активно эксплуатировать самый эффективный из них. В рекламе этот тактический ход именуется созданием крючка, в маркетинге – позиционированием содержания, в теории ПР – фреймингом. Поясняя суть последнего термина, Аким Новак пишет: «Так, описывая события одиннадцатого сентября в Нью-Йорке, можно избрать множество способов рассказа об этом. Один фрейм – гибель невинных людей в результате атаки террористов. Другой фрейм – храбрость полиции и пожарных Нью-Йорка. Следующий фрейм – утрата уверенности граждан Америки в собственной безопасности» [Nowak, 2004: 75 – 76]. Назовём фреймы академической речи, например, лекции на тему «Ударение»:

Фрейм 1. Заставить учащихся взглянуть по-новому на старое и, казалось бы, общеизвестное, например, на глаголы *звонить* и *включить* (оказывается, это знаменитые глаголы на *-ить*), на прилагательное *подростковый* (оказывается, ударение в нём подчиняется закону Хартмана) и т. д.

Фрейм 2. Подключив приёмы проблемного изложения, а значит, и эвристическую методiku, заставить слушателей самостоятельно сформулировать правила ударения и тем самым вызвать у них интерес к материалу. Для этого используется индуктивный стиль изложения: представив факты в нужной последовательности, слушателей просят сделать вывод. Вывод, правило или обобщение, сформулированные самостоятельно, в обстановке соревновательности, переживаются как успех, а потому надолго запоминаются.

Квинтилиан приводит историю о том, как один ритор учил своих подопечных затемнять смысл всего того, что те говорят. Он повторял: ! ‘Затемняйте!’ [Lanham, 1991: 141]; Деметрий Фалерский утверждает: «Всё ясное и открытое обыкновенно не вызывает уважения» [Деметрий, 1978: 255]. Что это наблюдение даёт для технологии современной ПР, например, лекции? Решаемые проблемы и вопросы целесообразно подавать по следующей схеме, усиливающей значимость информации: 1) отметить сложность вопроса, его неясность либо нерешённость: здесь можно, если позволяет время, кратко изложить историю вопроса (фаза затемнения проблемы); 2) предложить аудитории решить этот вопрос

самостоятельно (фаза эвристики); 3) помочь слушателям прийти к правильному выводу (фаза прояснения). Если снять фазы затемнения и эвристики, вступит в силу закон Деметрия Фалерского.

Использование приёмов проблемного изложения, во-первых, создаёт контакт с аудиторией, во-вторых, превращает пассивное внимание (когда слушатели просто смотрят на лектора) в активное. В классической риторике издавна использовались следующие приёмы, соотносимые с этим методом:

а) коммуникация (лат. *communicatio* 'беседа, разговор') — обращение к аудитории с приглашением принять участие в обсуждении проблемы;

б) синхореза (греч. 'столкновение') — предоставление слушателям права судить о правильности рассуждений оратора;

в) анакойносис (греч. *οο* 'коммуникация') — обращение к аудитории за советом. Учительница и писательница Кэтрин О'Нил в своём пособии пишет: «Изобразите получение письма. Откройте конверт и прочтите письмо с вопросом от придуманного Вами адресата» [O'Neal, 2002: 15]. Затем нужно обратиться за советом к классу. Дети помогут ответить на вопрос.

Для привлечения аудитории к совместному рассмотрению дискутируемой проблемы заранее подбираются наводящие и интригующие вопросы (как элемент эвристической методики). Искусство ставить такие вопросы в старинных риториках именовалось эротетикой (от греч. 'вопрос').

Фрейм 3. Просто информировать аудиторию о правилах ударения и тем самым сэкономить время. В лекторской речи доминирует информационно-иллюстративный, или описательный, способ подачи материала как более экономичный по времени, проблемно-поисковые приёмы применяются лишь фрагментарно, для оживления интереса.

3. Создать себе привлекательный имидж, ибо для ПР важно не только *что* говорится, но и *кто* говорит (может ли оратор вызывать одеваться? пришептывать? заикаться? ненавидеть свой предмет и публику?). Отношение оратора к слушателям, внешний вид, манера говорить и держаться составляют его харизму. Идут не просто на лекцию (проповедь, спектакль), а к конкретному лицу. Пастор Майкл Ходжин вспоминает слова одного из своих прихожан и друзей, успешного комиссионера. Тот сказал о своих клиентах: «Всё это может продать им любой, но я скажу тебе, почему они покупают это у меня: это потому, что они меня любят» [Hodgin, 2004: 9]. Это же могут сказать о себе успешный священник, педагог, политик, актёр.

Действия, направленные на завоевание симпатий аудитории, в классической риторике именуется инсинуацией (лат. *insinuatō* 'вкрадчивость, заискивание'). К их числу, в частности, относятся:

а) протерапия (греч. *π* 'пред', *π* 'уважение, внимание') — предварительная беседа с аудиторией с целью расположить к себе;

б) адмирация (лат. *admiratio* 'удивление') — демонстрация восхищения, удивления, восторга (например, по поводу ответа учащегося на вопрос);

в) инопинация (лат. *inopinatus* 'неожиданный') —

притворное удивление (необходимое, например, в работе с детьми): «Как? Неужели? А я и не знал»;

г) компробация (лат. *comprobatio* 'похвала, одобрение') — комплимент, или похвала, обращённый к слушателям (что совершенно необходимо при использовании эвристических приёмов подачи и рассмотрения материала);

д) элементы шоу, театральной игры, например сермоцинация (заимословие, фигура диалогизма) — имитация, изображение чьей-либо речи:

Что такое язык? Что он собой представляет? Непонятно? Спросим того, кто знает. Например, у Фердинанда де Соссюра. Он ответит нам так: «La langue c'est une système οσ tout se tient», что в переводе означает: «Язык — это такая система, где всё взаимосвязано».

Обращаясь к сермоцинации, мы используем отсутствующее либо воображаемое лицо в качестве третьей стороны. Этот приём, по образному определению Шарля Батто, «открывает могилы, пробуждает мёртвых, даёт небесам, земле, зверям, предметам, абстракциям и вымышленным тварям слово» [Batteux, 1763: 105 — 106].

Театральный характер имеет и аддубитация (лат. *ad-dubitatio* 'колебание') — имитация сомнений при рассуждении, обычно сопровождаемая вопросно-ответным ходом или вопросами, обращёнными к самому себе либо к аудитории. Дело в том, что самоуверенность, излишняя уверенность в своей правоте, категоричность вызывают противодействие аудитории, её иронию; аддубитация используется, с тем чтобы такую реакцию предотвратить.

Многие ораторы не только тщательно скрывают подготовленность своей речи, но и соответствующим образом ведут себя, изображая раздумья, имитируя поиск нужного слова, производя переформулировки мысли и проч. В классической риторике данная тактика именуется ассимиляцией (лат. *assimulatio* 'притворство'). Приведём весьма характерное в этом плане начало речи Ф. Н. Плевако в защиту кн. Г. И. Грузинского:

Как это обыкновенно делают защитники, я по настоящему делу прочитал бумаги, беседовал с подсудимым и вызвал его на искреннюю исповедь души, прислушался к доказательствам и составил себе программу, заметки, о чём, как, что и зачем говорить пред вами. Думалось и догадывалось, о чём будет говорить прокурор, на что будет особенно ударять, где в нашем деле будет место горячему спору, — и свои мысли держал я про запас, чтобы на его слово был ответ, на его удар — отражение.

Но вот теперь, когда прокурор своё дело сделал, вижу я, что мне мои заметки надо бросить, программу изорвать. Я такого содержания речи не ожидал.

Естественно, что после такого вступления речь защитника воспринималась участниками процесса как спонтанная, а значит, предельно искренняя.

На то, что элементы актёрской игры существенно усиливают воздействие ораторской речи, обратили внимание давно. Квинтилиан пишет:

«Доказательством важности исполнения может быть та дополнительная сила, которую актёры сообщают тексту, написанному лучшими поэтами; вот почему то, что они произносят, мы слушаем с гораздо большим удовольствием, чем если бы мы просто это читали. Я

утверждаю, что любая посредственная речь, хорошо исполненная оратором, произведёт больший эффект, чем лучшая, но этого достоинства лишённая» [Quintilianus, 1856: 345].

Выступление перед аудиторией действительно напоминает спектакль, точнее, театр одного актёра: недаром древние греки называли фазу исполнения речи *гипокризисом* (т. е. «сценическая игра, притворство, лицемерие»), римляне — *actio* («действие», перен. «сценическая игра»).

Рассмотрим способы кратковременного привлечения внимания. Кратковременная активизация внимания обеспечивается использованием вопросно-ответного хода, повторного обращения к слушателям и т. д. П. С. Пороховщиков называет следующие приёмы: 1. «Прямое требование внимания от слушателей». 2. Пауза. 3. «Обращение к слушателям с неожиданным вопросом». 4. «Внимание слушателей получает толчок, когда оратор неожиданно для них прерывает начатую мысль, — и новый толчок, когда, поговорив о другом, возвращается к недоговорённому ранее» (т. е. дигрессия и регрессия). 5. «Оратор может использовать ту используемую в беллетристике уловку, когда читатель уже издали заметил, что сочинитель просто старается затянуть изложение и подразнить его любопытство, чтобы обеспечить себе его внимание» (= ретардация). 6. «Заранее намекнуть на то, о чём предстоит говорить впоследствии», т. е. заинтриговать обещанием (= апопланесис) [Об ораторском искусстве, 1973: 198 — 199]. Например: «Чуть позже я расскажу вам об одном удивительном факте».

По своей форме ПР является устной. На слух речь воспринимается гораздо хуже, чем при чтении, дающем возможность: а) размышлений над прочитанным; б) повторного прочтения. Устная речь таких возможностей не даёт, поэтому важное качество публичного выступления, обеспечивающее понимание, а значит, и внимание публики, — предельная ясность в следующих двух сферах: а) в сфере организации речи и б) в сфере её произношения.

Рассмотрим сферу организации речи. Для того чтобы слушатели адекватно восприняли выступление, его следует, адаптируя к особенностям восприятия на слух: 1) упростить; 2) структурировать; 3) иерархизировать.

Упрощение затрагивает: а) синтаксис — снижает частотность сложных и осложнённых предложений, устраняются сверхсложные структуры, инверсии, парентезы; б) лексику — устраняются редкие, не знакомые широкой публике слова (варваризмы, архаизмы, латинизмы и т. д.), необходимая терминология разъясняется. При нарушении правил упрощения возникает так называемая искусственная книжность, соответствующая закону Деметрия Фалерского, однако ставящая аудиторию в затруднительное положение.

Структурирование означает подразделение текста на тематические рубрики. Рубрикация обеспечивает выступлению ясность, отсутствие структуры делает речь путаной. Джеймс Вайненз, исследовавший внимание аудитории как феномен ПР, отмечает: «На путаных идеях внимание слушателей не задержится долго» [Winans, 1920: 50]. В структуру ПР входит три части:

а) Краткое вступление, задача которого — привлечь внимание аудитории, установить с ней контакт, заинтересовать её, завоевать доверие и симпатию и таким образом подготовить к восприятию основной части речи. В содержательном отношении введение может быть:

— во-первых, прямым: поясняющим тему и цель выступления, подчёркивающим важность темы, нерешённость и актуальность проблемы, знакомящим с историей вопроса, а также планом предстоящей речи. В римской риторике приём подразделения темы на подпункты и перечисления аспектов предстоящего её рассмотрения именовался *partitio*, например: «Мы рассмотрим забастовку с точки зрения самих забастовщиков, с точки зрения их работодателей и, наконец, с точки зрения общества» [Hayworth, 1935: 100];

— во-вторых, косвенным: интригующим, неожиданным, ставящим аудиторию в тупик постановкой проблемного вопроса, запутывающим, юмористическим (что поможет оратору получить расположение публики) и т. д.

б) Основная часть, раскрывающая тему выступления. Она должна быть подразделена на краткие тематические рубрики, членившие основную идею выступления на составные части. Некоторые авторы требуют снабжать их подзаголовками: «*Rubricatio debet exprimere materiam tituli*» [Nicasius de Voerda, 1549: 315]. Чтобы и структура речи, и её содержание были обозримы, тема должна быть предельно узкой и конкретной. И заголовок, и подзаголовок должны в точности соответствовать содержанию.

Пример нарушения этого закона — трагическая судьба книги Герберта Спенсера, в которой был представлен открытый им принцип экономии в языке. Первая её глава именуется «Экономия в сфере лексики», вторая — «Экономия в сфере синтаксиса», третья — «Экономия в сфере фигур речи» и т. д. Сама же книга названа «Философия стиля». Философ с удивлением обнаруживал в ней сведения по лингвистике, лингвисты же не без основания полагали, что книга посвящена философии; в результате автором этой идеи считается Андре Мартине (1908–1999), труд которого (Andrй Martinet. *Economie Des Changements Phonйtiques*. Berne, 1955) появился лишь спустя столетие после опубликования книги Г. Спенсера, в 2008 г. переизданной в США в серии «Forgotten books».

При изложении нельзя допускать неоправданных дигрессий — отклонений от основной темы. Нарочитая дигрессия употребляется в трёх целях: во-первых, для ввода дополнительной информации, которая «иллюстрирует или распространяет какой-либо пункт темы» [Lanham, 1991: 54]; во-вторых, «чтобы воздействовать на чувства слушателей» [Цицерон, 1994: 193] (в художественной речи этой функции подчинены лирические отступления); в-третьих, чтобы дать слушателям передышку («закон 15-й минуты»). Слушать внимательно аудитория способна лишь ограниченный срок. Это время составляет не более 15–20 минут, затем внимание начинает слабеть. Для передышки применяются тематически уместные остроты, разбор интересного примера, краткий поучительный либо мнемонический рассказ (хрия). Успешный адвокат Джерри Спенс советует: «Люди любят истории, почаще их рассказывайте и

облекайте свои аргументы в форму историй» [Spence, 1996: 116]. Генри Пичем, британский филолог XVI в., назвал три условия успешного использования дигрессии: 1) «следует задуматься, зачем мы используем дигрессию»; 2) дигрессия «не должна быть слишком пространной» (иначе оратор рискует забыть, на чём остановился), следует также «продумать путь возврата к основной теме» (возвращение к исходному тезису именуется регрессией); 3) дигрессия «не должна затемнять основной предмет» [Peacham, 1954: 154]. В античной риторике дигрессия входила в число обязательных структурных частей ораторской речи («*partes orationis*»).

в) Краткое заключение, содержащее выводы или призыв к действию. Концовка речи — это одна из самых сильных её позиций, поэтому она организуется особым образом. Здесь может быть использована эпифонема — краткое подытоживающее перечисление фактов, уже изложенных в основной части. Перечисление можно усилить эnumerацией и оформить в виде параллелизма, что придаст речи синтаксический ритм (а значит, здесь будут уместны ритмические жесты). В финальной части выступления традиционно рекомендуется использовать различные типы ритмовки: 1) изотоническую, активно применяемую для оформления ключевых фраз, в частности лозунгов, что делает их удобными для скандовки: «Севастополь, Крым, Россия!» (использован хорей); 2) силлабическую: «*Veni, vidi, vici*»; 3) синтаксическую (подробнее о типах ритма см. [Москвин, 2009]). Приведём концовку одного очень известного тоста, обозначив в нём ритмические паузы:

Я говорил о науке. Но наука бывает всякая. Та наука, о которой я говорил, называется передовой наукой.

За процветание нашей передовой науки!

За здоровье людей передовой науки!

За здоровье Ленина и ленинизма!

За здоровье Стаханова и стахановцев!

За здоровье Папанова и папанинцев!

При произнесении каждая фраза маркируется паузой, что сообщает речи синтаксический ритм. Распространённым заблуждением является мнение о том, что ритм ПР — это лишь вопрос чередования ударных (а значит, долгих) и безударных слогов, т. е. «вопрос ударения и длительности» [Hayworth, 1935: 162]. Ритм ПР изотонией, конечно же, не ограничивается.

2. Иерархизация означает членение информации по степени важности. В этих целях необходимо определить ключевые слова, соответствующие тематически узловым моментам. Их следует подчеркнуть, а при произнесении акцентировать с помощью эмфазы замедленного произнесения, слоговой парцелляции: «Это — проблема компле-ксна-я» (министр МВД Рашид Нургалиев), паузы, повтора, с помощью ритмических и мнемонических жестов, обеспечивающих аудиовизуальное закрепление информации, посредством особых словесных ремарок (например: «особое внимание следует обратить на», «необходимо подчеркнуть важность такого понятия, как»), записью на доске или же иным способом.

Известный психолог Вильям Джеймс (1842–1910) сформулировал следующее методически значимое правило: «Никто не может непрерывно направлять своё

внимание на объект, который не меняется» [James, 1893: 224] (так, мы часами можем смотреть на огонь, море, но не на стену или, к примеру, на потолок). Условие внимания слушателей к ораторской речи — отсутствие в ней монотонии: а) тематической (нельзя «заикливаться» на одной микротеме, на одном аспекте рассмотрения предмета); б) звуковой. Берг Эзенвайн и Дейл Карнеги в пособии «Искусство публичной речи», в главе под характерным названием «Грех монотонии», пишут: «Скука рождается из однообразия. Слово *монотонность* означает ‘наличие лишь одного тона’, в более широком значении — ‘отсутствие вариаций’. Монотонный оратор не только бубнит на одном уровне громкости, на одной и той же высоте тона, но и использует один тип ударения, один и тот же темп, не отделяя одну мысль или фразу от другой и выражая их в одной и той же манере. Монотония — главный и наиболее распространённый недостаток публичной речи. Символ монотонии — одиночная камера» [Esenwein, Carnagey, 1915: 10, 11].

Дабы не заключить свою аудиторию в такую камеру, необходимо использовать средства акцентирования, а значит, варьировать интонации (тем самым придавая речи мелодическое разнообразие), силу, громкость и тембр голоса, а также темп речи (который рекомендуется замедлять не только при сообщении важных фактов, но и в случае, если слушатели записывают ваши слова).

Произношение ПР также призвано обеспечить её ясность. С этой целью используется полный произносительный стиль (который можно сравнить с разборчивым почерком). Чтобы оратора слышали, голос его должен быть достаточно звучным, громким. Необходимо помнить о том, что в русской речи концовки фраз и слов звучат тише и невнятнее, чем остальные части, поэтому произносить их нужно особенно отчётливо. Не следует говорить слишком быстро, скороговоркой; после фраз, содержащих сложную информацию, делаются ораторские паузы, дающие слушателям возможность осмыслить содержание и что-то записать. В главе «Паузы и остановки (silences)» исследования о ПР Джеффри Дэвидсона читаем:

«Аудитория хочет подумать над тем, что слышит. Паузы и остановки дают аудитории время на рефлекссию, синтез и подготовку к дальнейшему восприятию. Слушатели не просто глотают содержание слов — они культивируют чувства, убеждения и образы».

Знаменитая фраза Дж. Кеннеди «Не спрашивай, что твоя страна может сделать для тебя; спроси, что ты можешь сделать для своей страны» была произнесена с трёхсекундной психологической паузой. Аналогично была озвучена фраза Ф. Рузвельта «Нам нечего бояться. Кроме самих себя» [Davidson, 2002: 108, 111]. Пауза используется как приём синтаксической ритмовки (ритмическая пауза), ретардации (драматическая пауза), разделения тематических блоков речи (композиционная пауза), а также как намёк на необходимость тишины и внимания (дисциплинарная пауза). Речь без пауз, по сравнению Чарльза Смита, «напоминает огромное здание без архитектурных подразделений» [Smith, 1868: 18].

Итак, состав приёмов и облик ПР определяются двумя необходимостями: во-первых, заинтересовать

слушателей и удерживать их внимание на протяжении всего выступления, во-вторых, обеспечить предельную ясность изложения. Отсюда — четыре задачи, стоящие перед оратором: 1) подобрать материал с учётом особенностей и предпочтений аудитории (фаза инвенции); 2) логично и иерархически его структурировать (фаза диспозиции); 3) оформить в ясных и простых выражениях (фаза элокуции); 4) исполнить с применением: а) полного произносительного стиля; б) средств акцентирования; в) невербальных элементов (фаза гипокризиса, или исполнения).

Нужно ли запоминать публичное выступление (фаза мемории)? Эпидейктическую речь обычно держат в памяти, академическую — произносят с опорой на более или менее развёрнутый план, тезисы или текст. Существует следующая зависимость: чем более развёрнута такая опора, тем более оратор, с одной стороны, зависит от неё и тем меньше может импровизировать, с другой — уверен в себе, поскольку при наличии подробных записей он уже вряд ли собьётся или же, разволновавшись, запутается. Специалисты бывают слишком категоричны в наставлениях оратору: «Ты должен быть рассказчиком. Это означает, что ты обязан держать свой материал в голове и НЕ ЧИТАТЬ» [Kelly, 2002: 81]. К академической речи этот совет не относится: лекции (лат. *lectio* 'чтение вслух') всегда читали и будут читать.

Литература

Деметрий. О стиле // Античные риторика. М., 1978.
Москвин В. П. Теоретические основы стиховедения. М., 2009.
Об ораторском искусстве / сост. А. В. Толмачёв. М., 1973.
Платон. Диалоги. М., 1970.
Цицерон М. Т. Три трактата об ораторском искусстве. М., 1994.

Batteux Ch. Einleitung in die schönen Wissenschaften. Leipzig, 1763. Bd. 3.

Davidson J. P. The complete guide to public speaking. New Jersey, 2002.

Day A. The English Secretorie. 1586 / ed. R. C. Alston. Menston, 1967.

Esenwein J. B., Carnagey D. The Art of Public Speaking. Springfield, 1915.

James W. Psychology: Briefer Course. N. Y., 1893.

Hayworth D. Public Speaking. N. Y., 1935.

Hodgin M. E. 1002 Humorous Illustrations for Public Speaking. Zondervan, 2004.

Kelly S. F., Kelly R. J. Speaking Naturally: Your Guide to Confident Successful Public Speaking. Wellness Institute Press, 2002.

Kline J. A. Effective public speaking. New Jersey, 2004.

Lanham A. R. A Handlist of Rhetorical Terms. 2-nd ed. Univ. of California Press, 1991.

Nicasius de Voerda. Enarrationes in quatuor libros Institutionum. Lugduni, 1549.

Nowak A. Power Speaking: The Art of the Exceptional Public Speaker. N. Y., 2004.

O'Neal K. P. Public Speaking. A Student Guide. San Luis, 2002.

Peacham H. The Garden of Eloquence. 1593 / ed. W. G. Crane. Gainesville, 1954.

Quintilianus M. F. Institutes of oratory: or, Education of an orator. London, 1856.

Shurter E. D. Public Speaking: A Treatise on Delivery. Boston & Chicago, 1903.

Smith Ch. W. Hints on elocution and public speaking. London, 1868.

Spencer H. The Philosophy of the Style. Charleston, 2008.

Spence G. How to Argue and Win Every Time: At Home, At Work, In Court, Everywhere, Everyday. N. Y., 1996.

Winans J. A. Public Speaking. N. Y., 1920.