

**Література:**

1. Грицюта Н. М. Суспільно-етичні концепти соціальної реклами в Україні. *Наукові записки Інституту журналістики*. 2013. Т. 50. С. 134–142.
2. Іванюк В. Концептосфера рекламного тексту на прикладі гендерного аспекту концепту «досконалість» в сучасних рекламних текстах. *Наукові записки. Сер. : Філологічні науки*. Кіровоград, 2010. Випуск 89 (5). С. 85–88.
3. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення. URL: <https://www.nrada.gov.ua/reports/> (дата звернення: 01.07.2021).
4. Плотнікова Н. В. Поняття «концептосфера» та «концепт» в сучасній лінгвістиці. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія : Філологія. Соціальні комунікації*. Том 31 (70). № 1. Ч. 1. 2020. С. 91–96.
5. Приходько А. М. Концепти і концептосистеми в когнітивно-дискурсивній парадигмі лінгвістики. Запоріжжя : Прем'єр, 2008. 332 с.
6. Чернова А. О. Концептосфера сучасної французької соціальної реклами. *Science and Education a New Dimension. Philology*, IV (17), Is.: 78, 2016. P. 33–37.

DOI <https://doi.org/10.30525/978-9934-26-110-7-69>

**ІНФОРМАЦІЙНА МАНПУЛЯЦІЯ ЯК ЕФЕКТИВНА  
СКЛАДОВА ПУБЛІЧНОГО ВИСТУПУ**

**Дзямulich Н. І.**

*старший викладач*

*КЗВО «Луцький педагогічний коледж»*

*м. Луцьк, Україна*

**Ляшко М. В.**

*студентка IV курсу*

*Національний технічний університет України*

*«Київський політехнічний інститут імені Ігоря Сікорського»*

*м. Київ, Україна*

Цілком зрозуміло, що у наш час нові комунікаційні технології значно збільшили можливості деструктивного інформаційного впливу: «Інформаційний вплив – це організоване цілеспрямоване застосування спеціальних інформаційних засобів і технологій для вне-

сення деструктивних змін у свідомість особистості, соціальних груп чи населення (корекція поведінки), в інформаційно-технічну інфраструктуру об'єкта впливу та (чи) фізичний стан людини» [2, с. 16]. Та проблеми маніпулювання не лише окремими людьми, а й певними об'єднаннями, колективами, народами, суспільною думкою в цілому – це питання не лише сьогодення, а й питання також історії цивілізації.

У ХХ столітті громадяни тоталітарних держав часто ставали жертвами систем прихованого інформаційного впливу, спрямованого на пряме маніпулювання підсвідомістю людини. Враховуючи можливість повноцінно оцінити масштаби, впливи та результати маніпуляцій та пропаганди, які краще розуміються з часом, звернімося до всім відомих подій та постатей.

Одним із яскравих та безперечно успішних прикладів інформаційної маніпуляції можемо вважати відому промову Адольфа Гітлера в Рейхстазі 1 вересня 1939 року. У ній він вміло використовує різноманітні інструменти маніпулятивного впливу. Хочемо нагадати, що у своєму виступі політик констатує: «Минулої ночі польські солдати вперше вчинили стрілянину на нашій території. До 5.45 ранку ми відповідали вогнем, тепер бомбам ми протиставимо бомби. Хто застосує бойові гази, нехай чекає, що ми застосуємо їх теж. Хто дотримується правил гуманної війни, може розраховувати, що ми зробимо те ж саме. Я буду продовжувати боротьбу проти кого завгодно, поки не будуть забезпечені безпека Райху і його права» [1, 108]. Це стало початком II Світової війни.

Нагадаємо, що «інструменти маніпулювання – це ідеї, прийоми, форми, способи, методи, використання яких дає змогу впливати на свідомість людини для досягнення певної мети» [2, 11]. Тому можемо навести приклади вмілого використання різноманітних інструментів маніпуляції у публічних виступах Гітлера. Маємо зазначити, що навіть з перегляду документальних кадрів кінохроніки можемо зробити висновок, що виступи цього нацистського лідера однозначно реалізовані з використанням «якірних» технік: візуальних (чорна свастика на червоних прапорах; тисячі яскравих факелів тощо); аудіальних (виголошування промов на високому регістрі та з чіткими логічними наголосами; гучне звучання фашистських маршів тощо); кінестетичні (нестандартне з погляду руху руки вітання, коли впродовж дня людина мусить різко підіймати руку саме під певним кутом; відчуття ліктя того, хто йде поруч, специфічний запах факелів тощо).

Якщо аналізувати сам текст виступу, то звернемо увагу на використання прийому фальшивих причинно-наслідкових зв'язків

(приписування іншим маніпулятивного впливу та всіх провин за проблеми, прорахунки в діях, учинках, рішеннях): «Нам також ясно, що у західних демократій немає часу і немає інтересу розв'язувати ці проблеми... Польща обрушила нападки на вільне місто Данциг. Більш того, Польща не була готова залагодити проблему Коридору розумним способом, з рівноправними відносинами до обох сторін, і вона не думала про дотримання її зобов'язань стосовно національних меншин» [1, с. 106]. Серед багатьох мовних маніпуляційних технік, можемо, зокрема звернути увагу на використання трюїзмів: «Нам не по дорозі зі зрадниками» тощо.

У промові також бачимо продовження міфологізації певних фактів із біографії Адольфа Гітлера, яку вибудовуються у потрібній логічній послідовності та вписуються у матрицю «популярний лідер» («народний лідер»): «За 15 років до того, як націонал-соціалістична партія прийшла до влади, була можливість мирного врегулювання проблеми. За власною ініціативою я неодноразово пропонував переглянути ці нестерпні умови... Ви знаєте про пропозиції, які я робив для відновлення німецького суверенітету над німецькими територіями... Як націонал-соціаліст і як німецький солдат, я вступаю в боротьбу з непохитним серцем. Все моє життя – лише нескінченна боротьба в ім'я мого народу, його відродження, і в ім'я Німеччини. Було тільки одне гасло в цій боротьбі – віра в цей народ» [1, с. 105].

Бачимо, що маніпулятивний інформаційний вплив організовано так, щоб ідеї промови увійшли у сферу свідомості й закріпилися в ній як щось дане, беззаперечне та вже доведене.

Чи можна було протистояти досконалій машині нацистської пропаганди? Можна, спроби були (політичні перемовини; виступи ідейних, культурних, політичних лідерів різних країн тощо).

Оскільки наш приклад маніпуляції історичний, то наслідки його відомі: початок нової світової різанини, багатомільйонні жертви, активна розробка й використання новітніх видів озброєння, зміни карти світу тощо.

### Література:

1. Гітлер Адольф Промова в Рейхстазі 1 вересня 1939 року. *Промови, що змінили світ*. Х.: Фоліо, 2009. С. 105–109.
2. Сугестивні технології маніпулятивного впливу / за заг. ред. Є.Д.Скулиша. К.: ЗАТ «ВІПОЛ», 2011. 248 с.