

УДК 339.138

## МАНИПУЛИРОВАНИЕ СОЗНАНИЕМ ЧЕЛОВЕКА ПОСРЕДСТВОМ РЕКЛАМЫ

Милош Р.В.

Научный руководитель старший преподаватель Аснович Н.Г.  
Белорусский национальный технический университет

В современном мире реклама стала практически повсеместным явлением. Однако не все догадываются, что через нее может происходить воздействие на сознание человека.

Манипулирование (манипуляция) – это вид психологического воздействия, используемый для достижения одностороннего выигрыша посредством скрытого побуждения другого к совершению определенных действий.

Манипулирование как способ воздействия считается нечестным, так как является одним из видов подавления человеческой воли, но, тем не менее, данный вид воздействия на потребителя в современном мире набирает популярность.

Существуют разные методы манипулирования человеческим сознанием через рекламу. Самые популярные из них: эвфемизмы, подмена понятий, сравнение в пользу манипулятора, переосмысление, вживленная оценка, речевое связывание, имплицатуры, риторические вопросы.

Эвфемизация — это замена слова с негативной семантикой позитивным или нейтральным по смыслу аналогом.

Имплицитный способ передачи информации — это способ, когда она открытым текстом в сообщении не присутствует, но с необходимостью извлекается читателем в силу стереотипов мышления и языковых конвенций.

Как частный случай имплицатуры, можно привести прием, называемый в рамках нейролингвистического программирования «ложным выбором». Это прием, который предоставляет собеседнику или аудитории фиктивную возможность выбора, создавая видимость их доброго согласия. Манипулирование востребовано сегодня как никогда, так как конфликт между интересами рекламодателя-манипулятора и потребителя обостряется вследствие обострения конкурентной борьбы. Манипуляция же по природе своей призвана сглаживать этот конфликт, создавая иллюзию самостоятельности принятия решения потребителем во время совершения покупки.