

ISSN (Print): 2304-5809
ISSN (Online): 2313-2167

Науковий журнал
«МОЛОДИЙ ВЧЕНИЙ»

№ 11 (123) листопад 2023 р.

Редакційна колегія журналу

Сільськогосподарські науки

Базалій В.В. – д-р с.-г. наук
Балашова Г.С. – д-р с.-г. наук
Бондар О.Б. – канд. с.-г. наук
Клименко М.О. – д-р с.-г. наук
Коковіхін С.В. – д-р с.-г. наук
Лавриненко Ю.О. – д-р с.-г. наук
Писаренко П.В. – д-р с.-г. наук

Історичні науки

Змерзлий Б.В. – д-р іст. наук

Юридичні науки

Бернацька Н.І. – д-р. юрид. наук
Стратонов В.М. – д-р юрид. наук

Політичні науки

Наумкіна С.М. – д-р політ. наук
Яковлев Д.В. – д-р політ. наук

Педагогічні науки

Козяр М.М. – д-р пед. наук
Рідей Н.М. – д-р пед. наук
Федяєва В.А. – д-р пед. наук
Шерман М.І. – д-р пед. наук
Шипота Г.Є. – канд. пед. наук

Психологічні науки

Шаванов С.В. – канд. псих. наук

Філологічні науки

Шепель Ю.О. – д-р філол. наук

Філософські науки

Лебедева Н.А. – д-р філос.
в галузі культурології

Технічні науки

Гриценко Д.С. – канд. техн. наук
Горобей М.С. – канд. техн. наук
Дідур В.А. – д-р техн. наук
Почужевський О.Д. – канд. техн. наук
Шайко-Шайковський О.Г. – д-р техн. наук

Економічні науки

Іртищева І.О. – д-р екон. наук
Козловський С.В. – д-р екон. наук
Шапошников К.С. – д-р екон. наук

Медичні науки

Нетюхайло А.Г. – д-р мед. наук
Пекліна Г.П. – д-р мед. наук

Ветеринарні науки

Морозенко Д.В. – д-р вет. наук

Мистецтвознавство

Гуральна С.С. – канд. мистецт.
Романенкова Ю.В. – д-р мистецт.

Соціологічні науки

Шапошникова І.В. – д-р соц. наук

Хімічні науки

Козьма А.А. – канд. хім. наук

Військові науки

Можаровський В.М. – д-р військ. наук

Міжнародна наукова рада

Adam Wrobel – Doktor, Associate Professor (Poland)
Arkadiusz Adamczyk – Professor, Dr hab. in Humanities (Poland)
Giorgi Kvinikadze – PhD in Geography, Associate Professor (Georgia)
Inessa Sytnik – Professor, dr hab. in Economics (Poland)
Janusz Wielki – Professor, dr hab. in Economics, Engineer (Poland)
Javad Khamisabadi – Professor, PhD in Industrial management (Iran)
Michal Sojka – Doctor in Engineer (Poland)
Stanislaw Kunikowski – Associate Professor, Dr hab. (Poland)
Wioletta Wojciechowska – Doctor of Medical Sciences (Poland)

Журнал включено до міжнародних каталогів наукових видань і наукометричних баз:
НБУ ім. В.І. Вернадського, Google Scholar, CrossRef, Index Copernicus.

Свідцтво про державну реєстрацію друкованого ЗМІ серія КВ № 18987-7777Р,
видане Державною реєстраційною службою України 05.06.2012 року.

На обкладинці листопадового випуску журналу зображений Національний університет «Кієво-Могилянська академія» – один із найстаріших і найпрестижніших вищих навчальних закладів у Києві та всій Україні. Національний університет «Кієво-Могилянська академія» – це перша вища школа в Україні та у Східній Європі, визначний культурно-освітній центр із 400-літньою історією. Староакадемічний (Мазепин) корпус є однією з найдавніших пам'яток Кієво-Могилянської академії, справжньою перлиною барокового мистецтва та архітектури, найстарішою навчальною спорудою країни, яка зберегла дотепер своє початкове призначення – навчальний корпус і бібліотеку. Університет є одним із навчальних закладів, що перевірені та вдосконалені із часом, адже впродовж декількох сотень років він займає провідні позиції в усіх українських рейтингах та опитуваннях.

ЗМІСТ**ТЕХНІЧНІ НАУКИ**

- Андреев А.М., Андреева О.А.,
Заєць Г.Д., Кротова О.М.**
Портативна геліоустановка «Квітка сонця»: аналіз конструкції та принцип дії.....1

БІОЛОГІЧНІ НАУКИ

- Базиліук Ж.І.**
Перспектива впровадження можливостей епігенетики у судову молекулярно-генетичну експертизу.....8

ФІЗИЧНЕ ВИХОВАННЯ ТА СПОРТ

- Висоцький В.А., Коваленко О.В.,
Кузнецов В.А., Мартинюк О.А.**
Відновлення дихання засобами фізичної реабілітації після COVID-19.....11
- Драч Т.Л.**
Обґрунтування програми розвитку фізичних якостей учнів початкових класів засобами повітряної акробатики та пілонного спорту.....15
- Кожокар М.В., Палагнюк Т.В.,
Короляничук А.В.**
Оптимізація фізичної реабілітації військовослужбовців Збройних Сил України ..19
- Мельніков А.В., Гороховський А.В.,
Костян Я.М.**
Сучасні види реабілітації для постраждалих від війни військовослужбовців.....23

КУЛЬТУРОЛОГІЯ

- Демчук О.В.**
Вплив кобзарської школи на українську культуру у XVII–XIX століттях.....27

ІСТОРИЧНІ НАУКИ

- Біліченко Л.С.**
Замахи на життя консулів та збройні напади на європейські та радянські консульства у 20-30-х рр. XX ст.....32

ФІЛОЛОГІЧНІ НАУКИ

- Груздьева О.В., Ловейко Т.В.**
Алгоритм використання трансмедійного сторителінгу при виданні класичних творів...36
- Дюкар К.В., Пономаренко О.О.,
Пономаренко О.В.**
Міфоніми в поетичних текстах Ліни Костенко та Оксани Пахльовської: компаративний аспект.....40
- Перевертун О.П., Ловейко Т.В.**
Аналіз засобів впливу геббельсівської пропаганди.....45

- Перхач Р.-Ю.Т., Карпа С.Р.**
Використання інструментарію Sketch Engine для виявлення колокацій.....49

- Проценко О.А., Работягова А.В.**
Особливості автобіографізму в повісті-спогаді Є. Іванчука «Записки каторжанина».....53

- Савастеева Т.В., Демчук А.І.**
Лінгвістичні особливості англомовного освітнього блогу.....58

ПЕДАГОГІЧНІ НАУКИ

- Комашко К.В., Шульга Л.М.**
Науково-теоретичні засади проблеми формування соціально-громадянської компетентності дітей старшого дошкільного віку засобами ІКТ.....62

- Корх В.М., Кравець А.І.**
Експериментальне дослідження адаптації дітей молодшого дошкільного віку до умов ЗДО засобом ігрової діяльності.....69

- Нежива Л.Л., Топіха Є.М.**
Підготовка вчителів початкових класів до застосування коміксів на уроках читання засобами Instagram сторінки.....76

- Alona Shyba**
Managing students' anxiety while learning foreign languages in the conditions of war in Ukraine.....81

- Шкуренко О.В., Удоденко О.В.**
Методичні засади застосування технологій STEM освіти у початковій школі.....87

- Шульга Л.М., Гончарова В.В.**
Педагогічні умови розвитку творчих здібностей учнів початкової школи засобами гри.....91

- Ярмолюк О.В.**
Перспективи розвитку освітнього менеджменту в діяльності закладів фахової передвищої та вищої освіти.....96

СОЦІАЛЬНІ КОМУНІКАЦІЇ

- Голенок А.П., Моторний О.Г.**
Роль ЗМІ у формуванні зовнішнього іміджу країни на прикладі американського новинного видання The New York Times.....100

ЮРИДИЧНІ НАУКИ

- Гансецька В.В.**
Правовий аналіз справ щодо встановлення факту народження або смерті на тимчасово окупованих територіях України.....105

ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

- Воробйов К.С.**
Від основ до вершини: пентагональна піраміда бренду як модель розвитку кавового бренду.....111

DOI: <https://doi.org/10.32839/2304-5809/2023-11-123-18>

УДК 801.7

Перевертун Ольга Петрівна

викладач

*Фаховий коледж «Універсум»**Київського університету імені Бориса Грінченка***Ловейко Тетяна Володимирівна**

викладач

*Фаховий коледж «Універсум»**Київського університету імені Бориса Грінченка*

АНАЛІЗ ЗАСОБІВ ВПЛИВУ ГЕББЕЛЬСІВСЬКОЇ ПРОПАГАНДИ

Анотація. У дослідженні проведено аналіз засобів, які використовувало Міністерство пропаганди та громадської освіти під керівництвом Йозефа Геббельса для формування ідеологічної підтримки серед населення. Стаття аналізує використання пропаганди в мас-медіа як ключовий інструмент впливу на суспільство. Зокрема, розглядається роль вербальних та невербальних засобів у формуванні стереотипів та взаємин між різними соціальними групами. Також проаналізовано емоційно забарвлену лексику та риторичні прийоми, які використовувалися для зміцнення віри суспільства у правильність нацистської ідеології та обґрунтування воєнних дій режиму. Дослідження базується на аналізі архівних матеріалів, документів та свідчень сучасників, що дозволяє зробити висновки про те, як влада маніпулювала інформацією для досягнення своїх політичних цілей.

Ключові слова: геббельсівська пропаганда, мас-медіа, масова свідомість, емоційні та риторичні прийоми, маніпуляція інформацією.

Olha Perevertun

Lecturer

*Applied College "Universum" of Borys Grinchenko Kyiv University***Tetiana Loveiko**

Lecturer

Applied College "Universum" of Borys Grinchenko Kyiv University

ANALYSIS OF THE MEANS OF INFLUENCE OF GOEBBELS' PROPAGANDA

Summary. The article analyzes the means used by the Ministry of Propaganda and Public Education under the leadership of Joseph Goebbels to form ideological support among the people. The study focuses on the use of propaganda in the media as the main tool of influence on society. In particular, the role of verbal and non-verbal means in shaping stereotypes and relationships between different social groups is considered. The author also examines the emotional and rhetorical techniques used to strengthen the belief in the correctness of Nazi ideology and to justify the regime's military actions. The article is based on the analysis of Goebbels' diaries and the testimonies of his contemporaries, which allows for the conclusion of how the authorities manipulated information to achieve their political goals. Goebbels, as the creator of the basic principles that underpin some media and most advertisements, has had a decisive influence on their modern operation. The problem is that the shift from the principles of credibility and truth that were once the foundation of mass media to the principle of effectiveness of influence has problematic consequences. The study focuses on the linguistic means of Goebbels' propaganda, in particular the manipulation of the linguistic image. But linguistic means alone are not enough to have an effective impact on society. Propaganda must actively interact with the material sphere. Therefore, in the analysis of Goebbels' propaganda, external and internal means of influence are distinguished. Analyzed is the impact of the systematic and ideologically saturated propaganda implemented under the leadership of Joseph Goebbels. Particular attention is paid to the psychological effects of propaganda and its impact on mass consciousness. The overall goal of the article is to provide the reader with an understanding of the means and methods of influence of Goebbels' propaganda, such as media strategy, the use of symbols, and language. The article analyzes which elements of speech were used to reinforce ideological views and stimulate certain emotions in the audience.

Keywords: Goebbels' propaganda, mass media, language style, information, manipulation.

Постановка проблеми. У сучасному світі ЗМІ суттєво впливають на громадську думку, активно застосовуючи методи геббельсівської пропаганди. Проте все ж недостатньо наукових робіт, присвячених лінгвістичному аналізу діяльності Міністерства пропаганди під керівництвом Йозефа Геббельса.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед авторів, роботи яких присвячені пропаганді, варто назвати такі прізвища: В.Ю. Беспєка, В.Л. Топальський, О.В. Мосієнко, Д.М. Павлов, А.С. Сніжко, Н.І. Яковлева, Едвард Герман,

Колін Спарк. Проте пропагандистською діяльністю Йозефа Геббельса цікавиться значно менше вчених. Цю тему активно розробляли Джеффри Херф, Ернест Брамстед, Роберт Вілі.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Попри те, що Йозеф Геббельс фактично розробив теорію пропаганди, на сьогодні його мовна особистість та пропагандистська діяльність мало досліджена, особливо українськими вченими.

Мета статті полягає в аналізі геббельсівської пропаганди й визначенні основних засобів, за до-

помогою яких було здійснено вплив на свідомість мільйонів людей.

Виклад основного матеріалу дослідження. Для будь-якого впливу на суспільство лише мови недостатньо. Вона має поєднуватися із зовнішньою матеріальною сферою. Таким чином можна виокремити внутрішні (інтралінгвістичні) та зовнішні (екстралінгвістичні) чинники впливу геббельсівської пропаганди.

Якщо йдеться про особливості першого варіанту, то тут варто згадати мовну особистість самого Геббельса. Адже саме він визначав напрям розвитку ЗМІ загалом, контролював культурну сферу життя і, відповідно, вирішував, як мають бачити світ і події в ньому мільйони людей у Німеччині 1929–1945 років.

Мовний стиль міністра пропаганди привертає увагу. Для його творів характерна надмірна патетика і пафос. Йозеф Геббельс вмів керувати цілими натовпами, створював короткі влучні лозунги, які легко запам'ятовувалися.

Зважаючи на особливості стилю щоденників Геббельса, стає зрозуміло, що з часом він планував їх опублікувати і ставився до своєї праці більше як до художнього твору, ніж до власного інтимного одкровення. Для його стилю характерна емоційність та полемічність висловлювань: риторичні запитання, емоційно забарвлена лексика, історична та християнська конотація, створена за допомогою лексем «напівплебей», «напівбог», «Христос», «Іоанн». По суті це перетворює звичайні синтаксичні конструкції на гіпертекст.

Мова Геббельса досить раціональна. Він схильний використовувати чіткі лаконічні фрази та іронію. Зі статті «Атака на здоровий глузд»: *«Черчиллю і Рузвельту треба було пощадити себе і не зустрічатися на Атлантиці, тому що в результаті на світ з'явився всього лише нещасний і нікчемний клаптик паперу... Мабуть, мозок людей, які писали декларацію, висох, як Сахара. Навіть у найбільш кошмарному сні ми не могли уявити собі, що плоди їх зустрічі будуть такими нещасними і позбавленими будь-якої користі»* [4, с. 118]. Привертають увагу епітети «*нещасний*», «*нікчемний*» і порівняння «*мозок... висох, як Сахара*». Повідомлення насичене іронією. Останнє мало позитивний вплив на реципієнтів. Якщо після промов Гітлера вони йшли додому враженими й захопленими, то після виступів Геббельса люди були дійсно переконаними.

Найбільш часто використовуваними словосполученнями міністра пропаганди стали «ясно, що...», «не може бути сумнівів у тому, що...», «я переконаний, що...», «як би там не було...». Вирази з такими синтаксичними конструкціями вказують на кардинальність думок мовця, будь-яке його рішення остаточне і не підлягає обговоренню.

Йозеф Геббельс використовував роботу з конкретними образами й під час «кампанії просвітництва». Вона була спрямована проти «панікерів і критиків». При цьому він вжив німецькі слова «*Miessmacher*» та «*Kritikaster*», які неможливо перекласти дослівно і які нагадують єврейські прізвиська. Подібна фонетична аналогія за часів нацистської Німеччини була не випадковою. Обидва слова мали негативну конотацію. У німців складалося уявлення, що «*Miessmacher*» – це роздратована і жовчна людина, а «*Kritikaster*» –

нікчема, який нічого не може зробити, крім невиправдані критики. Останнє слово є авторським неологізмом самого Геббельса. Кампанія тривала два місяці. В цей час відбулося дві тисячі мітингів.

Міністр пропаганди розумів, що одним із найбільш дієвих засобів впливу є гра на страхах людей: *«Я впевнений, ви розумієте, що сотні мільйонів людських істот у всьому світі нині постійно бояться нової війни, а можливо, і ряду війн»* [4, с. 96]. Варто звернути увагу на словосполучення «*людських істот*». Воно має яскраву зневажливу семантику. Тобто людина вже не виступає розумним видом, а є лише якісною характеристикою живої форми.

Погрози міністерство здійснювало за двома напрямками: зовнішнім і внутрішнім. Прикладом є слова з промови від 16 липня 1944 року: *«Перемога наших противників принесе не мир, а безкінечні страждання і все більшу нездоленість не тільки народам Європи, але і народам всієї земної кулі... Людське існування втратить сенс, а життя перетвориться на пекельні муки»* [4, с. 164]. Геббельс не наводить жодних фактів, він висловлює думку про глобальні страждання як аксіому. Варто також звернути увагу на такі мовні конструкції як «*безкінечні страждання*», «*народи Європи*», «*земна куля*», «*пекельні муки*». Вони вказують на гіперболізованість та емоційність мови. Такі слова призначені для впливу на емоційну сферу реципієнта.

Увагу привертають й екстралінгвістичні чинники пропаганди. Кожного ранку міністр пропаганди спілкувався з редакторами щоденних берлінських газет та кореспондентами з інших міст, говорив, на що варто звернути увагу. Для провінційної періодики ці вказівки надходили у письмовій формі.

Основним рупором партії була газета «*Volkischer Beobachter*» («Народний спостерігач»). Найбільші німецькі газети «*Frankfurter Zeitung*» («Франкфуртська газета»), «*Kolnische Zeitung*» («Кельнська газета»), «*Deutsche allgemeine Zeitung*» («Загальна німецька газета») продовжували існувати, але на умовах доктора Геббельса.

Річ у тому, що вони були популярні за кордоном. Ці видання використовували як засіб впливу на людей за межами Третього Рейху, оскільки їх структуру, назву і зовнішній вигляд не було змінено – лише інформаційне наповнення. Загалом Геббельс контролював 3600 газет і сотні журналів у Німеччині. Проте сувору цензуру влада намагалася приховати. Було заборонено випускати газети із пробілами у стовпцях, які б свідчили про втручання у текст. Будь-яка стаття, вилучена зі складання, мала бути замінена іншою, щоб не викликати у читачів підозр.

Щодо публічних виступів, то, на думку Геббельса, кожна людина вже має бути налаштована на користь оратора, перш ніж він заговорить. Міністр пропаганди ставив політичні мітинги, як спектаклі. Він розробив такі нові прийоми: виставляти на трибуні «гвардію оратора» (привабливих зовні носіїв ідей, які виголошує промовець); ввів святковий вихід прапороносців; створив правила вітання аудиторії.

Загалом мітинг перетворився на ритуал, де прапори, музика й спеціально відібрані люди

були лише фоном. Ціль таких заходів – створити емоційний ефект, справити враження. Особлива увага також приділялася національним святкам.

Улюбленим кольором Геббельса був білий. Для публічних виступів подібний вибір одягу є найкращим, адже він привертає до себе увагу і водночас не драгує, як червоний.

У Міністерстві пропаганди робота була чітко налагоджена, до того ж встановлений зв'язок з населенням. Геббельсу постійно надавали огляд листів обсягом від шести до десяти сторінок, у якому точно були вказані настрої адресантів, точне число позитивних і негативних відгуків, а також відсоткове співвідношення листів із тилу та фронту.

Зразком ораторського мистецтва міністра пропаганди є промова у Палаці спорту. Він створив її як соціальний опитувальник. Для аудиторії було підготовано десять питань, ціль яких спонукати людей до тотальної війни. При цьому у натовпі було декілька сотень людей, які у будь-якому випадку підтримають оратора. Власне, так було на всіх виступах Йозефа Геббельса.

На аудиторію впливала не тільки інформаційна складова, а й спосіб її подачі: мітинги завжди проводили надвечір, коли фізичні та психічні сили людини вже майже вичерпані. Активно використовувалася ілюмінація, феєрверки, святкова хода з різними видами освітлення.

Також важливу роль у пропаганді грала візуальна складова. Часто розгромні сатиричні статті Геббельса супроводжувалися карикатурами на політичних опонентів. Серед подібних засобів пропаганди були й листівки із фальшивими пророкуваннями Нострадамуса, у яких мовилося про перемогу Німеччини. Їх писав сам міністр пропаганди. Також були створені копії одного із бельгійських журналів. Весь текстовий матеріал у ньому відповідав оригіналу, крім кросвордів і ребусів, у відповідях яких був закладений сенс, що деморалізує. Журнал пересилали французам через Швейцарію. Така періодика легко проходила цензуру, адже ніхто не перевіряв розв'язки кросвордів.

Привертають увагу і плакати. Короткі лозунги разом із яскравою картинкою створювали швидко і яскраве враження. Під час війни на плакатах можна було побачити розвиток таких ідей: тема вождя; сім'ї, матері й дитини; робочої людини; війни й героїзму нацистів; тема ворогів (американців, більшовиків, євреїв).

Для досягнення потрібного ефекту Геббельс використовував білу, сіру та чорну пропаганду. Вважається, що саме він придумав цю класифікацію: біла пропаганда – це правдива інформація;

сіра – напівправдива, неперевірена, із сумнівних джерел; чорна пропаганда – це цілковита брехня.

Перший варіант активно використовували на початку Другої світової війни: повідомлялася тільки точна інформація з театру бойових дій. Жодного прикрашання фактів, текст був максимально позбавлений емоційного забарвлення.

Сіра пропаганда. 15 березня 1945 року німецька преса опублікувала повідомлення, у якому мовилося про те, що все чоловіче населення містечка Ольс в Сілезії було відправлене до Сибіру. Джерело цієї інформації не було вказане. При цьому використаний маніпулятивний прийом активізації стереотипів.

Принцип істинності уже не діяв, потрібна була лише ефективність. Це дало простір для чорної пропаганди. При чому був різний ступінь викривлення інформації: від звичайного прикрашання подій до цілковитої брехні (підробка документів, фото).

Також прикладом чорної пропаганди є інформація про прорив німцями «лінії Сталіна», якої ніколи не існувало. Загалом же для цього виду пропаганди характерна підміна джерела інформації та витяги з контексту. Найчастіше доказів не існує. Багато разів відтворена одна і та ж новина майже завжди стає істиною для реципієнтів.

Висновки. Основні принципи геббельсівської пропаганди: вона має бути спланованою і керованою з однієї інстанції; тільки авторитет може вказати, чи має бути результат пропаганди істиною або обманом; відкидання будь-яких етичних принципів; чорну пропаганду слід використовувати, коли біла неможлива або ж дає небажаний ефект; пропаганда має характеризувати події та людей фразами, що запам'ятовуються, або лозунгами; для кращого сприйняття вона має викликати інтерес аудиторії та передаватися через сферу комунікації, яка привертає увагу.

Йозеф Геббельс був творцем тих принципів, за якими зараз працюють деякі ЗМІ, а також майже всі засоби масової інформації у сфері реклами. Проблема в тому, що основний принцип мас-медіа – правдивість, істинність, було замінено принципом ефективності впливу.

Міністр пропаганди постійно удосконалював свою мову. Він виробив лаконічний точний стиль. Все це у сукупності: статті, промови, директивні листи, циркуляри – він називав «методами ведення інтелектуальної війни». Таким чином Міністерство пропаганди атакувало психіку людей лінгвістичними й позалінгвістичними засобами, здійснюючи тотальний вплив і створюючи інформаційний вакуум.

Список літератури:

1. Бенкендорф Г.Д. Тоталітаризм у дзеркалі мови : монографія. Кам'янець-Подільський : Кам'янець-Подільський національний університет імені Івана Огієнка, 2011. 160 с.
2. Hayat Adnan, Wardatul. A review on Nazis' persuasive propaganda approaches in shaping the Germans mind. *Journal of Media and Information Warfare (JMIW)*. 2021. 14.2. P. 139–148.
3. Joseph Goebbels. Tagebücher 1924–1945. URL: <https://archive.org/details/JosephGoebbelsTagebuecher/page/n71/mode/2up>
4. Riess, Curt. *Joseph Goebbels: The Devil's Advocate*. New York : Ballantine. 1948. 368 p.
5. Холод О.М. Соціальні комунікації: соціо- і психолінгвістичний аналіз : навч. посіб. 2-ге вид., доп. і перероб. Львів : ПАІС, 2011. 288 с.

References:

1. Benkendorf H.D. (2011) Totalitaryzm u dzerkali movy: monohrafia [Totalitarianism in the mirror of language: monograph]. Kamianets-Podilskyi: Kamianets-Podilskyi natsionalnyi universytet imeni Ivana Ohiiienka, 160 p.
2. Hayat Adnan, Wardatul (2021) A review of Nazis' persuasive propaganda approaches in shaping the German's mind. *Journal of Media and Information Warfare (JMIW)*, 14.2, 139–148.
3. Joseph Goebbels. Tagebücher 1924–1945. Available at: <https://archive.org/details/JosephGoebbelsTagebuecher/page/n7/mode/2up>
4. Riess, Curt (1948). Joseph Goebbels: The Devil's Advocate. New York: Ballantine, 368 p.
5. Kholod O.M. (2011) Sotsialni komunikatsii: sotsio- i psykholinhvistychnyi analiz: navch. posib. [Social communications: socio- and psycholinguistic analysis]. 2-he vyd., dop. i pererob. Lviv: PAIS, 288 p.