

Культура потребления настолько глубоко засела в голове каждого из нас, что многие просто не представляют свою жизнь без выходного шоппинга.

Консюмеризм — это организованное общественное движение, ставящее своей целью расширение и защиту прав потребителей (покупателей). Согласно этому экономическая деятельность должна быть организована в соответствии с интересами потребителей, а не производителей.

Потребности населения в различных товарах и услугах обеспечивает торговля, производители, исполнители работ и услуг. Но в условиях нестабильной рыночной экономики они часто пытаются навязать потребителям выгодные для себя условия приобретения товаров и услуг. Особую тревогу вызывает то, что значительная часть товаров оказывается низкого качества, а иногда даже опасна для здоровья людей.

Потребитель должен быть уверен, что он получает достоверную информацию о товаре, что это качественный товар, безопасный для его жизни и здоровья, что он вправе отстаивать свои интересы, в том числе и в судебных органах.

По мнению сторонников консюмеризма, в тех случаях, когда происходит столкновение интересов потребителей и производителей, закон должен гарантировать защиту потребителям даже в ущерб прибылям фирм и сохранению рабочих мест.

УДК 159.962.

Методы нейролингвистического программирования

Мытник Я.В.

Научный руководитель к.п.н., доцент Володько О.М.

Белорусский национальный технический университет

В последние годы во всем мире в различных сферах общественной деятельности все большее применение находит такой способ воздействия на психику человека, как нейролингвистическое программирование (НЛП).

Широко применяемые в бизнесе, политике, образовании, медицине, рекламе и других сферах общественной жизни, методы НЛП используют различные приемы, призванные изменить цепь психических процессов,

ведущих к той или иной форме поведения. Для этого используется богатый арсенал средств для проникновения в бессознательное поведение человека, способные изменить стратегию его поведения.

Методы НЛП – это способы воздействия на позицию и мотивы личности. Существуют следующие методы НЛП: подсознательные (использование неосознаваемых влияний на личность), латеральные (основаны на косвенном программировании психики человека) и гипнотические (трансовая индукция и импульсивные поступки). Суггестивные психотехнологии – это способы внушения через эмоциональное воздействие на психику. Суть суггестии проявляется в воздействии на чувства человека, а через них – на его волю и разум. Эмоциональное воздействие сопровождается снижением сознательности и критичности. В такой момент человек не стремится ни к анализу, ни к оценке побуждений.

При помощи данных методов во время работы происходит крепкий контакт людей, в частности «процесс слияния» обоих, образуя в результате единое целое. Эти действия называются в НЛП синхронизацией, или подстройкой. При ней объединение двух и более объектов в результате входят в резонанс и образуют единую систему, в которой происходит «выравнивание» энергий. А это, в случае с людьми, ведет к передаче эмоционального, психического и физического состояния от одного человека к другому, что представляет уже серьезную опасность для здоровья этих людей.

УДК 1.159.9

Аттракция как часть успешной самопрезентации

Новик А.В.

Научный руководитель к.п.н., доцент Володько О.М.
Белорусский национальный технический университет

Аттракция – визуально фиксированное эмоциональное отношение человека к кому-либо в виде проявления к нему симпатии или готовности к общению. Это состояние характеризуется своей спонтанностью и возникает на уровне подсознания. Выделяют внешние и внутренние факторы аттракции. Знание и понимание этих факторов