

АННОТАЦИЯ

Психологические манипулятивные техники в сетевом маркетинге : аннотация к дипломной работе / Алесь Александрович Андрушкевич; Факультет философии и социальных наук, Кафедра психологии; науч. рук. О.Г. Ксенда.

Объект исследования: манипулятивные техники.

Цель: изучить психологические манипулятивные техники в сетевом маркетинге.

Основные результаты. Исследование, проведенное в рамках дипломной работы, демонстрирует нам следующие результаты:

- у сотрудников сетевого маркетинга преобладает средний уровень макиавеллизма.
- сотрудники сетевой компании используют для работы следующие психологические манипулятивные техники: запутывание, запугивание, эмотирование, скрытое принуждение и ложное вовлечение. Наиболее часто встречающаяся техника – это техника «ложное вовлечение».

Ключевые слова: ПСИХОЛОГИЧЕСКОЕ ВОЗДЕЙСТВИЕ, СЕТЕВОЙ МАРКЕТИНГ, МАНИПУЛЯЦИЯ В СЕТЕВОМ МАРКЕТИНГЕ, ПСИХОЛОГИЧЕСКИЕ МАНИПУЛЯТИВНЫЕ ТЕХНИКИ, УРОВЕНЬ МАКИАВЕЛЛИЗМА СОТРУДНИКОВ СЕТЕВОГО МАРКЕТИНГА.

ANNOTATION

Psychological manipulative technology in network marketing: a summary of the thesis / Ales Aleksandrovich Andrushkevich; Faculty of Philosophy and Social Sciences, Department of Psychology; scientific hands O.G. Ksenda.

Object of research: manipulative technology.

Subject of research: To study the psychological manipulative technology in network marketing.

Purpose of research: The research conducted in the framework of the thesis, shows us the following results:

- the average level of Machiavellianism prevails among network marketing employees.
- employees of a network company use the following psychological manipulative techniques for work: entanglement, intimidation, emotion, hidden coercion and false involvement. The most frequently encountered technique is the “false involvement” technique.

The results. PSYCHOLOGICAL IMPACT, NETWORK MARKETING, MANIPULATION IN NETWORK MARKETING, PSYCHOLOGICAL MANIPULATIVE TECHNIQUES, MACHIAVELLIANISM LEVEL OF EMPLOYEES OF NETWORK MARKETING.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Адамчик, В.В. 330 способов успешного манипулирования человеком / В.В. Адамчик. – Минск :Харвест, 2017. – 319 с.
2. Адамчик, В.В. Манипулятор: секреты успешной манипуляции человеком: / В.В. Адамчик. – Минск :Харвест, 2013. – 319 с.
3. Баксанский, О.Е. Технологии манипуляций массами: реклама, маркетинг, PR, GR: когнитивный подход: карманная книга политтехнолога / О. Е. Баксанский. – Москва : URSS, Ленанд, 2017. – 219 с.
4. Баранов, Е.Г. Манипулятивно-психологическое воздействие: сущность и психологическое содержание. // Национальный психологический журнал. – 2017. – № 1(25). – С. 25-31.
5. Баранов, А.Н. Лингвистическая теория аргументации (когнитивный подход): дисс. ... д. филол. н. М.: ФЛИНТА; Наука, 1990. – 378 с.
6. Белановский, А.П. Манипулирование, лидерство и харизма: большая книга приемов убеждения / Белановский А.П. –Москва : АСТ, 2015. – 224 с.
7. Беляев, С.А. Психологические аспекты манипулирования / С.А. Беляев, В.А. Шкрабо // Инновационные образовательные технологии.– 2013. – № 4 (36).– С. 34-41.
8. Бехтерев, В.М. Внушение и его роль в общественной жизни. СПб.: Изд. дом « Питер», 2001. – С. 10-13.
9. Богданова, К.А. Сетевой маркетинг: бизнес или манипуляция? / К.А. Богданова // Вечерний Брест: еженедельное издание. – 2016. – №7. – С. 16-17.
10. Богомоллова, Н.Н., Контент-анализ / Н.Н. Богомоллова, Т.Г. Стефаненко // М.: Изд-во Моск. ун-та, 1992. – 60 с.
11. Вераско, А.Г. Манипуляции, как маркетинговый инструмент / А.Г. Вераско // Директор: ежемесячное издание. – 2016. – № 11. – С. 19-22.
12. Всемирная Федерация Ассоциация Прямых Продаж // federation of national Direct Selling Associations [Электронный ресурс] – 2019. – Режим доступа: <https://wfdsa.org/>.– Дата доступа: 20.04.2019.
13. Гриценко, Д.К. Манипулятивные стратегии, которые нужны любой МЛМ-компании / Д.К. Гриценко // Маркетолог: ежемесячное издание. – №4. – С. 7-8.
14. Доценко, Е.Л. Психология манипуляции: феномены, механизмы и защита / Е.Л. Доценко. – Москва: ЧеРо, Издательство МГУ, 1997. – 344 с.
15. Доценко, Е.Л. Манипуляция: психологическое определение понятия. / Е.Л. Доценко Психологический журнал. 1993, 4, с. 132—138.

16. Зиглар, З. Сетевой маркетинг для чайников / З. Зиглар, Д. Хейз. – Москва: Диалектика, 2017. – 296 с.
17. Зирка, В.В. Манипулятивные игры в рекламе / В.В. Зирка. – Изд. стереотипное. – Москва : URSS, Либроком, 2014. – 253 с.
18. Знаков, В.В. Макиавеллизм: психологическое свойство личности и методика его исследования Психологический журнал, 2000, том 21, № 5.
19. Кара-Мурза, С. Манипуляция сознанием. Век XXI / С. Кара-Мурза. – Москва : Алгоритм, 2015. – 462 с.
20. Карпович, П.Р. Манипулятивное поведение и техники защиты от манипуляций в деловом общении. Научная конференция студентов и аспирантов (74 ; 2017 ; Минск). Сборник работ 74-й научной конференции студентов и аспирантов Белорусского государственного университета, 15-24 мая 2017, Минск. В 3 ч. Ч.3 / БГУ, Гл. управление науки ; отв. за выпуск С.Г. Берлинская. – Минск : БГУ, 2017. – С. 246-250.
21. Козлова, В.А. Психология манипулирования / В.А. Козлова. – Минск :Мабит 2014. – 93 с.
22. Ланге, О.В. Современные манипулятивные технологии: вопросы теории и методологии: автореферат диссертации / Ланге О.В. – Санкт-Петербург, 2015. – 27 с.
23. Макаров, Ю.В. Психологическое воздействие как социально-психологическая проблема / Ю.В. Макаров // Известия: еженедельное издание. – 2014. – №10. – С. 43-50.
24. Найдина Д.С. Метафора в процессах манипулирования в современном медиадискурсе : дисс. ... к. филол. н. Томск, 2013. – 24 с.
25. Нестеренко, А.Ю. Сетевой маркетинг на полную мощность / А.Ю. Нестеренко. – Санкт-Петебург: Питер пресс, 2013. – 173 с.
26. Официальный сайт компании «Amvay» // Amvay Cosmetics [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: <http://amvay.com/>.– Дата доступа: 12.11.2018.
27. Официальный сайт компании «Avon» // Avon Cosmetics [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: <http://avon.com/>.– Дата доступа: 12.11.2018.
28. Официальный сайт компании «Faberlic» // Faberlic Cosmetics [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: <http://faberlic.com/>.– Дата доступа: 12.11.2018.
29. Официальный сайт компании «Herbalife» // Herbalife Cosmetics [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: <http://herbalife.com/>.– Дата доступа: 12.11.2018.

30. Официальный сайт компании «MaryKay» // MaryKay Cosmetics [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: <http://marykay.com/>.– Дата доступа: 12.11.2018.
31. Официальный сайт компании «NL International» // NL International [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: <http://nliinternational.com/>.– Дата доступа: 12.11.2018.
32. Официальный сайт компании «Oriflame» // Oriflame Cosmetics AG [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: <http://oriflame.com/>.– Дата доступа: 12.11.2018.
33. Официальный сайт компании «Oriflame» в Республике Беларусь // Oriflame Cosmetics AG [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: <https://by.oriflame.com/>.– Дата доступа: 12.11.2018.
34. Официальный сайт компании «Tianshi» // Tianshi [Электронный ресурс] – 2018. – Режим доступа: <http://tianshi.com/>.– Дата доступа: 12.11.2018.
35. Парыгин Б.Д. Социальная психология. Проблемы методологии, истории и теории. – СПб.: ИГУП, 1999. – 592 с.
36. Пиз, А. Искусство продавать: самые эффективные приемы и техники / А. Пиз. – Москва : Эксмо, 2015. – 142 с.
37. Писцова, К.В. Как защититься от манипуляции / К.В. Писцова // Psychologies (Психология): ежемесячное издание. – 2018. – №30. – С. 26-29.
38. Розин, В.Г. Манипулирование, как фактор успешной торговой деятельности / В.Г. Розин // Мир психологии: ежеквартальное издание. – 2017. – №1. – С. 179-182.
39. Рышкевич, А.А. Восемь шагов к успеху: методичка для новичка MLM-бизнеса / А.А. Рышкевич. – Минск : Наша Идея, 2014. – 26 с.
40. Психологический словарь русского языка: в 4-х т. / под ред. Р. Немов. Изд-е 3-е, стереотип. М.: Русский язык, 1985-1988. Т. 1. А-Й. 1985. – 684 с.
41. Хенрик Фексеус Искусство манипуляции: / Хенрик Фексеус. – Москва : АСТ, 2016. – 284 с.
42. Хенрик Фексеус Психология манипуляции: / Хенрик Фексеус. – Москва : АСТ, 2015. – 300 с.
43. Хоган, К. Психология влияния: техники манипуляции в бизнесе и личном общении / Кевин Хоган. – Москва [и др.] : Диалектика, Вильямс, 2017. – 340 с.
44. Шейнов, В.П. Интегративная модель психологического воздействия / В.П. Шейнов // Психологический журнал: ежеквартальное научно-практическое издание / учр.: Республиканский центр проблем человека. – 2011. – № 1-2(27-28). – С. 27-32.

45. Шейнов, В.П. Манипуляции / В.П. Шейнов. – Минск :Харвест, 2011. – 526 с.
46. Шейнов, В.П. Сила влияния: воздействия явные и скрытые / В.П. Шейнов. – Санкт-Петербург: Питер, 2018. – 271 с.
47. Шейнов, В.П. Скрытое управление человеком / В.П. Шейнов. – Москва: АСТ, Харвест, 2006. – 816 с.
48. Шостром, Э. Человек-манипулятор. Внутреннее путешествие от манипуляции к актуализации / Э. Шостром. – М.: Апрель-Пресс, Психотерапия, 2008. – 192 с.
49. Stuart N. Soroka Manipulation in a MLM-company / Stuart N. Soroka // New York [etc.] : Cambridge University Press, Cambridge studies in public opinion and political psychology XXIII, 2017. – P. 193
50. Aderman D. Manipulative techniques in trade / D. Aderman, Sh. Brehm, J.Katzl // Journal of Personality and Social Psychology. – 2017. – Vol. 3 – P. 35-36.
51. Brent D. Influence on buyers in direct sales of cosmetics / D. Brent // Journal of Theoretical and Philosophical Psychology. – 2015. – Vol. 1 – P. 112.
52. Helen L. CoonsHow to manipulate the buyer? / Helen L. Coons // Journal of Personality and Social Psychology. – 2016. – Vol. 6 – P. 78.
53. PandeyJ., Singh A. K. Attribution and evaluation of manipulative social behavior. / The Jornal of Social Psychology, 1988, 126 (6), P. 735 – 744.
54. Roberts C.W. Other Than Counting Words: A Linguistic Approach to Content Analysis // Social Forces.1989. Vol. 68. 1. – P. 147-177.
55. Rosie Phillips Davis Psychological impact of shopping / Rosie Phillips Davis // Journal of Theoretical and Philosophical Psychology. – 2016. – Vol. 5 – P. 33-35.