

УДК 159.923:338.24

Батюк Б.Б., к.е.н., доцент¹®, **Батюк О.Я.**, ст. викладач²¹Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій імені С.З. Гжицького²Львівський національний аграрний університет

МАНІПУЛЮВАННЯ ІНФОРМАЦІЄЮ ПІД ЧАС ПРИЙНЯТТЯ УПРАВЛІНСЬКИХ РІШЕНЬ

Розкрито окремі результати дослідження щодо маніпулювання інформацією під час прийняття управлінських рішень керівником та визначення окремих факторів впливу на управлінське середовище.

Ключові слова: маніпуляція, інформація, рішення, управління, керівник, колектив, метод, вплив, економіка, технологія, мистецтво.

Постановка проблеми. З маніпулятивним впливом люди зустрічаються дуже часто, майже щоденно, але не завжди його можуть відчуті і тим більше захиститися від нього. Недостовірну інформацію можна виявити в будь-якій сфері діяльності – бізнесі, економіці, політиці, тобто там, де часто виникає ситуація, при якій за допомогою спотвореної інформації може бути досягнута перевага. Основне завдання маніпуляції в управлінському середовищі – цілеспрямований вплив на думку задіяних осіб для досягнення визначеного керованого результату [4]. Однак маніпулювання може здійснюватися не лише у позитивному для організації змісті, а й у негативному. Саме тому керівник або колектив завжди прагнуть використовувати ці механізми досягнення цілей. Досить часто спотвореною інформацією користуються під час конфлікту, конкуренції, зіткнення протилежних інтересів тощо.

Аналіз останніх досліджень. Питаннями прийняття управлінських рішень в різних умовах ставали предметом наукових досліджень багатьох вітчизняних та закордонних авторів, таких як М. Мескон, Г. Саймон, Ф. Харрісон, М. Еддоус, І. Ансофф, Ю. Петруні, Л. Донець, Б. Литвак, О. Віханський, А. Наумов, В. Колпаков, Р. Фатхутдинов та багато інших.

Дослідженням питань сутності передачі інформації та маніпулювання, причини та передумови його виникнення приділяли увагу У. Мастенбрук, Н. Енкельман, Т. Шеллінг, К. Томас, Б. Уізерс, А. Анцупов, В. Шейнов, О. Шепеленко та багато інших.

Дейл Карнеги писав, що “майже кожна людина, що зустрічається вам, вагає себе в якомусь відношенні вище за вас, і ви знайдете вірну дорогу до його серця якщо ненав’язливо дасте йому зрозуміти, що визнаєте ту важливу роль, яку він відіграє в своєму маленькому маленькому світі, і визнаєте її щиро” [1].

Сучасний термін “маніпуляція” має коріння у складній багатозначній, багатофункціональній категорії, яка має походження з латинської мови,

“manipulus”: manus – “рука” (“manipulus” – “жменя”, від “manus”) і “ple” – “наповнювати” [5].

Щодо терміну “маніпуляція” існують наступні думки. Французький письменник Люк де Клапье де Вовенарг відзначив: “Мистецтво подобатися – це мистецтво обманювати”. Крістіан Йоганн Генріх Гейне зауважив: “Той, хто хоче впливати на натовп, повинен мати шарлатанської приправи” [5].

Народна мудрість каже - той хто створює вітер може отримати бурю.

З огляду на вище викладене невіршеним залишається деякі питання маніпулятивного впливу інформації на прийняття управлінських рішень.

Мета статті. Метою статті є подання окремих результатів дослідження щодо маніпулювання інформацією під час прийняття управлінських рішень керівником та визначення окремих факторів впливу на управлінське середовище.

Виклад основного матеріалу. Під час прийняття управлінського рішення відбувається процес ділового спілкування, який є передачею і обміном інформацією. Маніпуляції в спілкуванні ґрунтуються на психічних процесах, як прийняття рішення. Таким є вибір з наявних альтернатив. Особливістю цього процесу є те, що завжди порівнюється щось подане свідомості, а не те, що знаходиться за його межами. Якщо інформаційний вплив на керівника здійснюється іншим керівником свідомо за допомогою обману, то це може розглядатися як маніпулювання свідомістю і переважно у власних інтересах маніпулятора.

Свідоме змішування істинної та помилкової інформації відоме як напівправа. Особливо сильний ефект може бути досягнутий за умов великого обсягу повідомлень, що містять багато інформаційного “шуму”. У цьому випадку інформаційний “шум” або навіть несуттєва інформація маскує від менеджера (колективу) правдиву інформацію, яка виникає через подання суперечливих коментарів та протилежних оцінок, які не ґрунтуються на дані чи незаперечні факти і можуть бути перевірені, а також за допомогою таких фактів, які є складними теоретичними викладами, запутаними інтерпретаціями.

В нашому дослідженні набув розповсюдження метод “нагромадження”, який полягає в поданні інформації цілісним потоком, завдяки якому зрозуміти певну тенденцію виявляється досить складно й аналітику, а тому для колективу інформація стає взагалі практично нездійсненним завданням. Найяскравішим прикладом методу унеможливлення фрагментації може бути зниження якості сприйняття фактів внаслідок подачі такої кількості новин, що менеджер не в змозі їх класифікувати.

Неповне подання інформації полягає в частковому її приховуванні (замовчуванні). У цьому випадку інформатор просто не повідомляє менеджера (колективу) деякі фрагменти цілісного блоку інформації, в результаті в останнього формується неправильне уявлення про ситуацію. Потрібне для відправника повідомлення у даному випадку полягає в тому, що у випадку виявлення факту викривлення інформації її отримувачем у відправника є можливість вирішити свої питання.

В сфері ділового спілкування відомий досить ефективний але не коректний прийом маніпулювання масовою свідомістю – дезінформації [1]. Сила його полягає в тому, що дезінформація викидається зазвичай у момент прийняття певного важливого рішення, а коли з'ясується правда - мета дезінформування вже буде досягнута. Як правило, спростування дезінформації у більшості випадків залишається непоміченим а тому не впливає на сформовані за допомогою неправди соціально-психологічні установки.

Для маніпуляції також створюється образна, художня ідея, в якій її присутність не відчувається маніпульованими і є вельми вигідною у багатьох аспектах. По-перше, менеджер отримує змогу підлеститися до керівника (колективу), апелюючи до її ерудованості: “Адже ви пам'ятаєте, що...” По-друге, в історії справді можна знайти приклади чи не на всі випадки життя. Цей метод також допомагає в конструюванні історичних метафор, які програмують об'єкт впливу, а також потрібних історичних міфів, що використовуються в стратегічній перспективі.

Спотворена інформація може коливатися від повної неправди до часткового спотворення правди (підтасування фактів, різного тлумачення). Основна перевага полягає у вмільому підборі фактів і майстерному їх коментуванні шляхом долучення або виключення деяких маловідомих фактів. За допомогою цього способу можна не тільки виявити неіснуючу тенденцію, але й впровадити її в колектив як справжню.

Цікавим є використання чуток в організаціях, яким менеджери надають набагато більше значення повідомлень пошепки новині, ніж новині, яку оприлюднено відкрито [4, С.49]. При цьому менеджер, якому передали таку новину, вважає, що став власником унікальної інформації, а тому саме цей факт сприяє її самоствердженню. Загалом така обстановка таємничості та втаємничення веде до міцного закріплення в пам'яті цього повідомлення. Відтак, повідомляючи “новину пошепки”, досягається найвищий ефект подачі інформації, а водночас адресат знімає із себе відповідальність за її достовірність. Це стосується подання новини у вигляді спростування “потаємної новини”. Тут діє принцип очікуваного обману: якщо люди пліткують - значить для цього є підстави.

Інформація отримана нібито з надійних, але “анонімних джерел”, організується частіше за все для того, щоб провести моніторинг думки колективу з приводу певного кола питання [1]. У разі отримання негативної реакції думка колективу піддається посиленій додатковій обробці. Щоб підготувати її до належного сприйняття запланованої акції в організації (наприклад скорочення штатних одиниць). А якщо ж реакція виявляється в кінцевому результаті негативною, то завжди є можливість спростувати сенсаційну інформацію розпускаючи її у вигляді чуток.

Метод “відволікання уваги” застосовується для того, щоб відвернути увагу колективу від важливої, але не вигідної маніпуляторам інформації за допомогою подання іншої інформації в максимально сенсаційній формі. Таким способом створюється відволікаюча емоційна домінанта [5, С.270].

Маніпулювання інформацією завдяки технологіям називають послідовну сукупність методів, прийомів і засобів маніпулятивного впливу, метою якого є спонукання суб'єкта до заздалегідь визначеного вирішення певного завдання. Якісне використання технологій дозволяє маніпуляторіві отримати запланований результат шляхом формування в менеджера (колективу) найбільш прийнятних для себе економічних та діяльнісних алгоритмів.

В арсеналі маніпуляторів існує ще багато різних методів. Проте, говорячи про маніпулювання, варто мати на увазі те що маніпулятивні технології можуть застосовуватися не тільки свідомо, тобто з певною “зловмисною” метою, але й цілком ненавмисно.

Зрозуміло, що можливості маніпулятивного впливу не варто переоцінювати. Більшість людей мають досить потужні захисні механізми. Як свідчать дослідження з соціальної психології [1], під тиском маніпулятивного впливу можуть змінитися лише набуті в дорослому віці характер та переконання, а не фундаментальні твердження та особисті риси. Проте й применшувати ефективність маніпулювання теж не варто.

Успішна маніпуляція інформацією полягає в тому, що в переважній більшості випадків немає бажання витратити душевні і розумові сили, а також час на те, щоб просто засумніватися у поданому матеріалі. Багато в чому це відбувається тому що пасивно зануритися в потік повідомлень легше, ніж критично обмірковувати кожне з них, шукати істину. На це людині вистачить сил, якщо вона не володіє до автоматизму набором контролюючих “розумових пізнавальних інструментів”, які без зусиль свідомості й волі, аналізують інформацію на підсвідомому рівні за однією ознакою тобто чи є симптоми маніпуляції.

Управлінське рішення є результатом розумово-психологічної, творчої діяльності керівника, продуктом управлінської праці, а його прийняття – процесом, що зумовлює появу цього продукту. Тому керівнику необхідно для успішної боротьби з вірогідною дезінформацією: 1) Розрізняти факти, думки та розуміти, чи здатний інформатор по своїй посаді мати доступ до фактів, що повідомляються; 2) Враховувати суб'єктивні (зарозумілість, фантазії) та характеристики джерела і його передбачуване відношення до поданого повідомлення; 3) Застосовувати повторно потоки інформації; 4) Виключати всі зайві чи проміжні ланки; 5) Пам'ятати, що особливо легко сприймається та дезінформація, яка видається за бажаний результат.

Висновки. Отже, процес прийняття управлінських рішень в умовах маніпулювання інформацією є творчим процесом вибору із числа можливих альтернатив єдиного рішення, яке приймається до виконання. Тому для ухвалення управлінських рішень характерними є багатогранність і складність взаємовпливів соціальних, економічних, політичних і технічних факторів на подання інформації, а тому головна роль у пошуку оптимального і прийняттого рішення належить керівнику.

Специфіка прийняття управлінських рішень в умовах маніпулювання інформацією та невизначеності полягає в тому, що це завжди вольовий акт,

соціальна дія, яка показує не тільки потреби окремих осіб але і відображає особливості організації та реалізує інтереси колективу загалом.

Література

1. [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ucipr.kiev.ua/modules.php>.
2. Лазебна О. Специфіка прийняття управлінських рішень за умов невизначеності та ризику// <http://conf-cv.at.ua/forum/53-474-1>.
3. Кулініч І.О. Психологія управління: психологічний механізм прийняття рішень // <http://pidruchniki.ws/10810806>.
4. Шейнов В.П. Скрытое управление человеком: Психология манипулирования. – М.: Харвест, 2003. – 848 с.
5. Франкл В. Человек в поисках смысла. – М.: Прогресс, 2010. – 476 с.
6. Палеха Ю.І. Ключі до успіху або організаційна та управлінська культура. – К.: Європейського університету, 2006. – 337 с.
7. Прийняття управлінських рішень /За ред. Ю.Є. Петруні. – К.: ЦУЛ, 2011. – 216 с.

Summary

Batyuk B.B.¹, Batyuk O.Ya.²

*¹Lviv National University of Veterinary Medicine and Biotechnologies
named after S.Z. Gzhytskij*

²Lviv National Agrarian University

MANIPULATES OF INFORMATION DURING THE PROCESS OF MANAGERIAL DECISION

In the article the main aspects of manipulative methods which used during the process of managerial decisions are considered.

Рецензент – д.е.н., професор Музика П.М.