



MANIPULATION AS AN INTEGRAL PART OF BUSINESS COMMUNICATION

МАНІПУЛЯЦІЯ ЯК НЕВІД'ЄМНА СКЛАДОВА ДІЛОВОГО СПІЛКУВАННЯ

Shutiak I. A./ Шутяк І.А.

Старший викладач

Хмельницький університет управління та права імені Леоніда Юзькова,
м.Хмельницький, Героїв Майдану, 8

Тkach L.V./ Ткач Л.В.

ORCID: 0000-0002-4070-3662

Кандидат педагогічних наук,

завідувач відділенням харчових технологій

Кам'янець-Подільський фаховий коледж харчової промисловості НУХТ
м.Кам'янець-Подільський, Суворова, 2

Анотація. В роботі розглянуто один з різновидів психологічного та соціального впливу на людство та один із найцікавіших видів людської поведінки – маніпуляції, які, безперечно, є невід'ємною частиною соціальної культури спілкування. Необізнаній людині дуже важко розрізнити маніпулятивний вплив, усвідомити небезпеку, помітити негативний сторонній вплив, а тим більше знайти захист від нього. Кожна людина, навіть не розуміючи цього, у діловому спілкуванні зустрічається з маніпулятивним впливом. Маніпуляції є невід'ємною складовою ділового спілкування, вони є наслідком великого досвіду як впливати на прийняття рішень іншими особами чи групами осіб для досягнення необхідної мети.

Ключові слова. Маніпуляції, маніпулятор, дії, вплив, ділове спілкування, суб'єкт.

Вступ.

Потреба в спілкуванні належить до базових потреб людини. Значущість спілкування як базової потреби визначається тим, що «вона диктує поведінку людей з не меншою владністю, ніж, наприклад, так звані життєві потреби». Спілкування – необхідна умова нормального розвитку людини як члена суспільства і як особистості, умова її духовного і фізичного здоров'я. Хоча людське спілкування завжди лежало в основі соціального буття людей, прямим об'єктом психологічного і соціально-психологічного аналізу воно стало тільки в ХХ ст.

Великий внесок у розуміння проблеми маніпуляції свідомістю людини зробили у ХХ ст. такі представники філософської школи як Е.Фромм, Т. Адорно, Ю.Хабермас. Вони вважали, що усвідомлення диспропорції між зовнішньо-соціальною успішністю і труднощами самореалізації особистості неможливе через особливий стан свідомості особистості, який детермінований політичними, ідеологічними, культурними установками, а саме маніпулятивним впливом [1,4].

Основний текст.

Маніпуляція як психологічний вплив одного індивіда на іншого з метою виконання останнім волі першого широко застосовується в практиці ділового спілкування при переговорах, у ділових відносинах, в процесі управління. Тому володіння навичками аналізу та виявлення моделей маніпулятивного впливу значно сприяє ефективному протистоянню такому впливу та захисту своїх інтересів у процесі ділової комунікації [2].



Термін «маніпуляція» походить від латинського «manipulus» - пригорща, жменя (manus - рука, plere - наповнювати) і спочатку позначав ручне управління, ручну дію. У подальшому цей термін набув переносного значення і став позначати акт впливу на людей, суть якого полягає у прихованому управлінні їх поведінкою [3].

Маніпуляція - це вид психологічного впливу, майстерне виконання якого веде до прихованого порушення в іншій людині намірів, що не збігаються з його актуально існуючими бажаннями. При цьому для маніпулятора важливо, щоб адресат вважав ці думки, почуття, рішення і дії своїми власними, а не нав'язаними ззовні, і визнавав себе відповідальним за них.

Слід відзначити, що маніпуляції є одним з складових компонентів у діловому спілкуванні, для вивчення та розуміння сутності яких необхідно розуміти, що єдиним способом захисту є усвідомлення небезпеки та вміння себе захистити. Для реалізації маніпулятивних впливів необхідно мати великий досвід, знання та вміння як впливати на прийняття рішень іншими особами або цілих груп, щоб досягти необхідної мети. Але, водночас, володіти комплексом захисту від цього «корисного» та «небезпечного» подарунку.

Можемо стверджувати, що саме ділове спілкування є нічим іншим як передачею і обміном інформацією, тому є необхідність розглядати найбільш важливі процеси, що виникають при спробі маніпуляції під час ділового спілкування. До них відносять психологічний тиск і передача інформації.

Маніпулятор починає свої дії, маючи деяку міру упевненості в успіху. Ця упевненість утілюється в прагненні створити потрібну перевагу сил над партнером, що дозволяє осилити його. Для опису даного аспекту взаємин скористаємося поняттями сила і слабкість.

Можна визначати силу як перевагу одного партнера над іншим по якомусь параметру дії: кваліфікація, посада, володіння інформацією, контроль над ситуацією. Наявність тієї або іншої переваги часто розкривається лише в самому процесі дії - вже як застосування сили, що не заперечує факту її наявності в потенційному вигляді. Тому є необхідність покласифікувати види сил у наступному розрізі: власні сили, запозичені та процесуальні.

Власні сили - набір деяких переваг, якими партнер володіє майже завжди (статусні і ділові).

Привернуті (запозичені) сили - ті переваги, в створенні яких важливу роль відіграють інші особи, які, як правило, в ситуації не представлені:

1) представницька підтримка (опора на силу конкретних третіх осіб);

2) конвенціональні переваги (опора на силу узагальнених «інших», норми поведінки, традиції, цінності, мораль).

Процесуальні сили - переваги, які можна отримати із самого процесу взаємодії з партнером:

1) динамічні (темп мови, паузи, ініціатива в спілкуванні);

2) позиційні переваги (експлуатація емоційного тону колишніх відносин);

3) договір (результат сумісних угод, що містять в собі юридичну, моральну або раціональну силу).

Важливим є те, що саме на інформаційному рівні відбувається реалізація



змінних вищого порядку: організація простору взаємодії, діставання доступу до мішеней дії, програмування і інше. Усі тонкощі завуальованої психологічної дії найбільшою мірою залежать від майстерності особи у використанні різних засобів комунікації. Арсенал таких засобів дуже широкий, а способи інформаційного нехтування з метою надання маніпулятивної дії можуть бути такі: універсальні вислови; за віком; у часі; неявна вказівка начебто загальноприйнятої норми; маскування; невизначений референтний індекс; множення дій, імен, ситуацій; «комунікативний саботаж», та ін.

Способи мовних маніпуляцій:

- ✓ двозначність;
- ✓ заміщення суб'єкта дії;
- ✓ підміна нейтральних понять емоційно-оцінними корелянтами;
- ✓ оборотність понять;
- ✓ помилкова аналогія;
- ✓ тематичне перемикання.

Дуже часто маніпулятори побоюються, що їх соціальний статус недостатньо високий і тому прагнуть його штучно підвищити, претендуючи на право повчати і володіти особливо значущою інформацією.

Е.Шостром, у відомому бестселері про людину-маніпулятора, відзначила, що в кожному з нас «сидить» маніпулятор, і навіть кілька. Вони на різній глибині, у різних іпостасях і в ті чи інші моменти життя то один, то інший береться нами керувати. Е. Шостром змалювала вісім маніпулятивних типів, що об'єднуються у чотири полярні пари. Їх характеристика полягає у наступному:

1. Диктатор – перебільшує свою силу, домінує, наказує, посилається на авторитети, прагне керувати своїми жертвами (Начальник, Бос);
2. Ганчірка – жертва диктатора, перебільшує чутливість. Користується прийомами: забувати, пасивно мовчати, уникати (Підозрілий, Хамелеон);
3. Калькулятор – перебільшує необхідність всіх контролювати; говорить неправду, намагається перехитрити й вивести на чисту воду (Аферист, Ділок);
4. Прилипала – перебільшує свою залежність, прагне дбання, дозволяє і спонукає інших виконувати за нього його роботу (Паразит, Скиглій);
5. Хуліган – перебільшує свою агресивність і ворожість. Контролює людей за допомогою погроз (Кривдник, Ненависник, Гангстер);
6. Гарний хлопець – перебільшує свою дбайливість, любов, вбиває неприродною добротою (Піддесливий, Доброчесний, Мораліст);
7. Суддя – перебільшує свою критичність, нікому не вірить, сповнений обурення, звинувачень, важко прощає (Звинувачувач, Всезнайка, Паплюжник);
8. Захисник – надмірно підкреслює свою підтримку і поблажливість до помилок; псує інших, співчуваючи надмірно і не дозволяючи тим, кого захищає, стати на власні ноги і зростати самостійно (Утішник).

Аналіз всіх типів маніпуляції показав, що кожній особистості відповідають декілька типів маніпуляторів, які проявляються при різних життєвих ситуаціях.

Е. Шостром приділяла також увагу стратегії (загальний план досягнення



мети співрозмовників) маніпуляторів і виокремила 4 основні стратегії інтересів: *Активний маніпулятор* - намагається керувати іншими за допомогою активних методів. *Пасивний маніпулятор* - являє собою протилежність активному. Цей тип людини вирішує, що оскільки він не може контролювати життя, то відмовиться від зусиль і дозволить розпоряджатися собою активному маніпуляторові. *Маніпулятор, який змагається* - ставиться до життя як до стану, що потребує постійної пильності, оскільки тут можна виграти або програти: третього не дано. *Байдужий маніпулятор* - намагається відійти від контактів. Однак насправді його поведінка пов'язана з можливістю обіграти партнера.

Використовуючи маніпуляції оточуючими, людина зазвичай переслідує такі цілі:

- Контроль. Людина-маніпулятор не довіряє іншим, проте вважає, що від людей можна і потрібно домагатися свого, тому в деякому розумінні вона починає сприймати людей як речі, несвідомо, звичайно.

- Схвалення (Позиціонування). Оскільки людина народжується і виховується в системі, де вона постійно піддається оцінці [батьки, школа], то, виростаючи у дорослого, вона стає залежною, у прямому сенсі залежною, від чужої оцінки своїх думок, почуттів і, головне, вчинків.

Висновки.

Було розглянуто один з різновидів психологічного впливу одних індивідів на інші – маніпуляції, які є невід'ємною складовою соціальної культури спілкування.

Отже, залежно від ситуації, контексту, мотивації, соціальний і психологічний вплив може бути прихованою маніпуляцією.

Маніпуляції, на мою думку, є невід'ємною складовою процесу управління, який дуже часто, майже щоденно, відбувається безпосередньо у вигляді ділового спілкування з іншими особами - колегами, підлеглими та керівництвом різного рівня. Найсильніші і грубі дії маніпулятивного впливу у діловому спілкуванні все ж таки можна виявити і запобігти йому, скориставшись однією або кількома з шести так званих базових захисних установок: відхід, вигнання, блокування, управління, завмирання та ігнорування. Для цього слід стежити за збереженням цілісності свого Я, прислухатися до свого внутрішнього голосу і зіставляти його сигнали із зовнішньою поведінкою опонента.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Лукасевич О. А. Маніпулятивні прийоми: особливості використання в міжособистісному спілкуванні: монографія / О. А. Лукасевич. – Запоріжжя: 2014. – 6 с.
2. Лимнатис Н. Манипулирование: сущность, проявление, пути снятия (философский и социально-политический анализ) / Лимнатис Н. – М.: Экономическая демократия, 2000. – 216 с.
3. Доценко Е.Л. Психология манипуляций: феномены, механизмы и защита / О.Л. Доценко. - СПб.: Мова, 2013. - 304 с.



4. Татенко В.О. Соціальна психологія впливу: Монографія. – К.: Міленіум, 2008. – 216 с.

Abstract. *The article reviews one of the varieties of social influence on humanity and one of the most interesting types of human behaviour - manipulation, which is undoubtedly an integral part of the social culture of communication. It is very difficult for an uninformed person to distinguish manipulative influence, to realize the danger, to notice negative extraneous influence, and all the more to find protection against it. Everyone, even without realising it, encounters manipulative influence in business communication. Manipulation is an integral part of business communication and is a consequence of a great deal of experience of how to influence the decision-making of others or groups of people to achieve a desired goal.*

Manipulation is a type of psychological influence, the skilful execution of which leads to the covert incitement of another person's intentions that do not coincide with their actual desires.

It can be argued that business communication is nothing more than the transmission and exchange of information, so there is a need to consider the most important processes that arise when attempting to manipulate during business communication. These include psychological pressure and the transmission of information.

Very often, manipulators fear that their social status is not high enough and therefore seek to raise it artificially, claiming the right to teach and to have particularly meaningful information.

Keywords. *Manipulations, manipulator, actions, influence, business communication, subject.*

Стаття відправлена 09.01.2021 р.

@ Shutiak I. A.

@ Tkach L.V.