

Секція: Економіка праці та управління персоналом

Nataliya Dobosevych

Studentka kierunku Zarządzania

Politechniki Rzeszowskiej

Rzeszów, Polska

MANIPULACJE WYSTĘPUJĄCE W KOMUNIKACJI BIZNESOWEJ

Z wywieraniem wpływu manipulacji ludzie spotykają się bardzo często, prawie codziennie, chociaż nie zawsze zdają sobie z tego sprawy. Zwłaszcza wysokiego poziomu rozwoju, w moim zdaniu, techniki manipulacyjne osiągnęły w działaniach sił politycznych oraz administracji przy konieczności zaangażowania innych ludzi do podjęcia skutecznych decyzji.

Manipulacje niewerbalne w komunikacji biznesowej jest to ogromny zakres wiedzy i umiejętności dotyczący wpływu na podejmowanie decyzji przez innych osób lub całych grup z celem osiągnięcia pożądanego skutku, jak również całej systemy przeciwdziałań temu zjawisku. Jedynym skutecznym sposobem ochrony przed wywieraniem takiego wpływu zostaje świadomość niebezpieczeństwa i samoobrony, które są w stanie podjąć nie wszyscy, ponieważ przewiduje to wyższy poziom rozwoju człowieka i społeczeństwa.

O ile komunikacja biznesowa jest to proces przekazywania i wymiany informacji, rozpatrzmy najważniejsze procesy zachodzące w nich podczas próby manipulowania. Są to presja psychologiczna i transponowanie informacji. Manipulator rozpoczyna swoje działania już mając pewną dozę pewności sukces. Ta pewność zawarta w celu stworzenia niezbędnej przewagi nad partnerem, co pozwala opanować nad nim. W celu opisanego aspektu relacji użyjemy pojęcia siły i słabości oponenta.

Klasyfikacja rodzajów sił wygląda następująco:

- Właściwa siła - zestaw niektórych zalet, które partner posiada prawie zawsze, mianowicie to:
 - a. Status: pozycjonowanie i rola, stanowisko, wiek;
 - b. Orientacja w komunikacji biznesowej: umiejętności, kwalifikacja, wiedza, argumenty.
- Przyciągane (pożyczone) siły – są to te przewagi, w stworzeniu których ważną rolę odgrywają inne ludzi, najczęściej nawet niewystępujące w sytuacji:
 - a. Wsparcie przedstawicielskie – opiera się na siłę osób trzecich;
 - b. Zalety tradycyjne – opiera się na siłę uogólnienia, norm postępowania, tradycje, wartości, moralności.
- Siła procesowa – są to korzyści, które można uzyskać w trakcie samego procesu interakcji z partnerem:
 - a. Moc dynamiczna – tempo mówienia i pauzę, inicjatywę w komunikacji;
 - b. Zalety pozycyjne – eksploatacja emocjonalnego tonu wcześniejszych stosunków pracy
 - c. Umowa – wynik wspólnych działań zawierających moc prawną, moralną lub racjonalną w zależności od rodzaju tych działań.

Poziom informacyjny logicznie jest niższym, jednak z jego pomocą realizuje siebie cały rząd zmiennych wyższych, takich jak organizacja przestrzeni interakcji, uzyskania dostępu do celu działania, nastawienia i inne. Ponadto, możliwość angażowania wpływu psychologicznego najbardziej zależy od posiadanych umiejętności osoby wykorzystania narzędzi komunikacji [1, c. 34].

Manipulacja w komunikacji biznesowej najpierw opiera się na taki proces psychologiczny jak podejmowanie decyzji. Jest to pewnego rodzaju wybór z pośród dostępnych alternatyw. Charakterystyczną cechą tego procesu jest to coś,

co zawsze reprezentowane jest dla naszej świadomości, a nie to co wychodzi za jej granicy.

Należy brać pod uwagę jeszcze jedną psychologiczną cechę osobowości. Mózg postrzega słowo na dwa sposoby – racjonalne i logiczne oraz emocjonalne i pomysłowe. Wiele słów mają w sobie ukryty emocjonalny komponent „dobrze” lub „złe”. Przy tym one prowokują niejednoznaczne zdefiniowane asocjatywne obrazy wzorkowe i słuchowe. Manipulując słowami można sformować w człowieka nieuświadomione przez niego pozytywny lub negatywny stosunek do wszystkiego [2, c. 22].

Manipulacja często ma ukryty charakter, dlatego nie zawsze jest łatwo wyznaczyć fakt jej istnienia w jakiegokolwiek konkretnej sytuacji. Jednakże można przypuścić, że obserwując działania naszego oponenta możemy wyodrębnić tę, które są spotykane najczęściej. Przede wszystkim należy przypomnieć sobie technikę zgromadzonego doświadczenia komunikacji z konkretną osobą. Logicznym jest założenie, że poddając pod wpływ manipulacji oddziaływanej na nas, nie popełnimy tego błędu w kolejne razy.

Co może sygnalizować nam o próbie manipulowania?

Brak równowagi w podziale odpowiedzialności za działania i podejmowania decyzji. Są to przypadki, w których osoba manipulowana nagle „powinna” coś zrobić. Lub odwrotnie – z tej osoby nagle, bez wyraźnego powodu usunięto odpowiedzialność za podjęcie decyzji.

Deformacja elementów zrównoważonych sytuacji. Należy zwrócić uwagę na niezwykłą formę i prezentację informacji oraz drobne szczegóły [3, c. 42]. Na przykład osoba jest zobowiązana do podpisania ważnego dokumentu i przy próbie skupić się na jego treści oponent może spytać: „Jakim piórem Pan woli podpisywać dokumenty – granatowym czy czarnym?”. Założmy że ta osoba odpowie – „Granatowym”. Ten wybór będzie iluzją lub fałszywym uczuciem alternatywy. Oprócz tego, że uwagę tego człowieka próbują przynieść na coś, co

nie dotyczy sprawy, tak jeszcze proponują wybór bez wyboru. W niektórych ludzi dodatkowo wynika nieświadomione uczucie wdzięczności za przejawiony interes do jej osoby, a odpowiadając na pytania podobnie sama zgadza się z tym, że podpisywać ten dokument będzie ulubionym piórem.

Psychologowie często korzystają też z techniki „negatywnego polecenia”. Metoda ta może być stosowana podczas rozmowy biznesowej, jeżeli w żart, bez żadnego podtekstu powiemy: „Zachowujcie ostrożność przy poprzednim rozpatrywaniu danych dokumentów, trzeba sprawdzić wszystko dokładnie, w teraźniejszym świecie dużo oszustów”. Po wypowiedzeniu podobnych słów, osoba może uczuć absolutnie zaufanie potencjalnego partnera i stracić kontrolę, a w skutku podpisać wszystko, co ją poproszą. Jeżeli kiedykolwiek pojawi się takie uczucie, lepiej przenieść rozpatrywanie dokumentów na następny dzień.

Istnieje wiele sposobów, aby chronić się od wywierania wpływu manipulacji, jednak wszystkie one składają się i dotyczą sześciu podstawowych technik obronnych. Mianowicie to odejście, wyparcie, blokowanie, zarządzanie, stagnacja i lekceważenie.

Odejście – zwiększenie dystancji lub przerwanie kontaktu. Zwykłym przejawieniem danej konstrukcji jest zmiana omawianego tematu, przerywania rozmowy opierając na sprzyjające temu przyczyny, odejście od kontaktu z osobą nieprzyjemną czy też w przypadkach skrajnych - alienacji oraz rezygnacja z kontaktu z ludźmi.

Wyparcie polega na zwiększeniu dystancji i wyeliminowaniu agresora. Często wyraża się to w zwolnieniu agresora, zwrócenie uwagi na błędy występujące w trakcie współpracy, osądzenie, wyśmiewanie cech osobistych.

Blokowanie jest to pewnego rodzaju kontrola czynności wykonywanych w sposób przeszkadzający dla wykonującego. Powszechne zastosowanie wyraża się w formie barier sensownych i semantycznych, np. „Nie rozumiem o co chodzi”, lub barier rolowych „Jestem w pracy” – rola pracownika.

Wszystkie te podstawowe techniki obronne można połączyć między sobą uwzględniając stopień aktywności/pasywności. Każdą utworzoną parą będzie charakteryzowała się z trzech punktów widzenia: odejście i wyparcie – zmiany dystancji z agresorem, blokowanie i zarządzanie – ukryte próby kierowania czynnościami, stagnacja i lekceważenie – korekta oddziaływania informacji.

Na podstawie tego zrobimy wniosek, że niespecyficzne formy mechanizmu obronnego zaczynają działać przy wynikaniu samego faktu zagrożenia. Ponieważ manipulacja najczęściej ma charakter ukryty, pojawienie się zagrożenia również ma charakter nieświadomy. Czynności obronne nie postrzegają się przez naszą świadomość, a w wypadkach gdy zostaną wykryte – zawsze znajdzie się w miarę logiczne usprawiedliwienie [4, c. 52]. Na przykład przy technice odejścia wyrażającej się na próbach zmienić cokolwiek w otoczeniu zewnętrznym: „Czy mogą otworzyć okno? Jest tu bardzo gorąco” lub też takie specyficzne formy jak lekkie kiwanie głową w płaszczyźnie poziomej w momencie, gdy adresat manipulacji już gotowy zgodzić się na podejmowania określonej decyzji (nieświadome zarządzanie), zwolnienia aktywności fizycznej w momencie po wywieraniu wpływu (nieświadoma stagnacja).

Literatura

1. Łabuz, *NLP w negocjacjach handlowych*, Helion, Gliwice, 2010 , s.56, 91.
2. D. Goleman, *Inteligencja emocjonalna w praktyce*, Media Rodzinne, Poznań, 1999, s.60, 78.
3. J.C. Maxwell, *Tworzyć liderów*, Medium, Warszawa, 1995, s.27.
4. M. Król-Filewska, P. Fijewski, *Asertywność menedżera*, Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa, 2007, s.62, 71.