

оперувати інформацією, цифровізуючи свою діяльність, стає ключовим інструментом досягнення успіху в сучасному цифровому світі.

Список використаних джерел:

1. Філіпенко, А. Цифрова економіка: теоретико-прикладний аспект [Текст] / А. Філіпенко // Економічна теорія. - 2020. - N 2. - С. 54-66.
2. Encyclopedia of Information Science and Technology, Fourth Edition (10 Volumes). IGI Global, June, 2017. 8104 p.
3. Murphy MP. COVID-19 and emergency eLearning: Consequences of the securitization of higher education for post-pandemic pedagogy [Internet]. Contemporary Security Policy. 2020 Apr; 3(41): 492-505. Available from: doi:10.1080/13523260.2020.1761749
4. Коляденко С. В. Цифрова економіка: сучасні світові тенденції розвитку [Електронний ресурс] / Світлана Василівна Коляденко // Тези доп. Міжнарод. наук.-практ. конф. «Цифрова економіка як фактор інноваційного розвитку суспільства», 11 листоп. 2020. Тернопіль. С. 23-25. – 2020. – Режим доступу до ресурсу: <http://socrates.vsau.edu.ua/repository/getfile.php/27365.pdf>.
5. А. Князевич [Князевич А.О. Управління інфраструктурним забезпеченням інноваційного розвитку економіки: мо ногр. Рівне: Волинські обереги, 2018. 362 с.]
6. Digital Disruption: The Growth Multiplier - Oxford Economics. Режим доступу: <https://www.anupartha.com/wp-content/uploads/2016/01/Accenture-Strategy-Digital-Disruption-Growth-Multiplier.pdf>

МАНІПУЛЯТИВНІ ТЕХНОЛОГІЇ В ДІЛОВІЙ КОМУНІКАЦІЇ

Козловська С. Г., канд. техн. наук, Карамішева Л. О., магістр, Східноєвропейський університет імені Рауфа Аблязова, м. Черкаси

Ділове спілкування є обов'язковою складовою сучасного бізнесу. Знання етичних норм та принципів ділового спілкування дозволяє бізнес-партнерам швидше досягати взаєморозуміння, а також сприяє їх високоефективній співпраці. При такій комунікативній взаємодії люди, як правило, мають на меті для себе домогтися бажаного, тобто переконати партнера стати на ваш бік. І в такому разі важливо не лише володіти майстерністю переконувати, але й володіти всім арсеналом психологічних аспектів ділового спілкування.

Ефективне використання механізмів ділового спілкування дозволяє значно поліпшити якість взаємодії, домогтися успіхів у бізнесі. Але саме спілкування можна використовувати з різними цілями. Використання прийомів комунікації, справжня мета яких не збігається із заявленою партнером по спілкуванню, несе йому явну або приховану шкоду, називається маніпуляцією.

Сам термін «маніпуляція» почали застосовувати в науковій літературі з психології на початку 1920-х років. Це слово походить від латинського manus «рука» (manipulus – «жменя», від manus і ple – «наповнювати») [1, с. 259].

Однією з перших книг, присвячених маніпуляції свідомістю, була книга соціолога із ФРН Герберта Франке «Маніпульована людина» (1964). У ній автор дає таке визначення: «Під маніпулюванням у більшості випадків слід розуміти психічний вплив, який виробляється таємно, а отже, і на шкоду тим

особам, на яких він спрямований. Найпростішим прикладом цього може бути реклама» [2, с. 16].

Як зазначає американський дослідник Герберт Шиллер у своїй праці «Маніпулятори свідомістю» (1980) «для досягнення найбільшого успіху маніпуляція має залишатися непомітною. Успіх маніпуляції гарантований, коли маніпульований вірить, що все, що відбувається, є природним і неминучим. Інакше кажучи, для маніпуляції потрібна фальшива дійсність, в якій її присутність не буде відчуватися» [3; с. 23].

Інші науковці визначають маніпулювання як «вид психологічного впливу, майстерна реалізація якого веде до прихованого збудження в іншій людині намірів, які не збігаються з її реальними бажаннями» [4, с. 11]. На їх думку об'єктом маніпулювання є свідомість людини та масова свідомість, на які здійснюється певний вплив із метою досягнення бажаного результату, жертвою маніпулювання – є людина, група людей, суспільство, які були використані або якимсь чином посприяли досягненню встановленої мети, а інструментами маніпулювання виступають ідеї, прийоми, форми, способи, методи, використання яких дає змогу впливати на свідомість людини для досягнення певної мети.

Сучасне значення терміна «маніпуляція» – прихований вплив на людей. Його методи й принципи були відпрацьовані в минулому столітті в нацистській Німеччині. Автором концепції впливу на свідомість мас вважається Йозеф Геббельс. В наші дні прийоми психологічного впливу на мозок людей вдосконалені та використовуються у багатьох сферах – бізнесі, політиці, рекламі, торгівлі.

У діловому спілкуванні маніпуляція – звичайна річ. Керівник замість силового впливу може управляти підлеглими непомітно, створюючи у них ілюзію повної самостійності й свободи. Керівник-лідер, задля мотивації підлеглого до виконання поставлених завдань, буде використовувати різні цивілізовані способи впливу для того, щоб у підлеглого викликати власну мотивацію. У цьому випадку результат буде залежати від того, наскільки вміло керівник використовує засоби мовного впливу: доведення, переконання, умовляння, навіювання, зараження, наслідування. Під час спілкування слід уникати примусу, хіба що для цього виникне якась виняткова ситуація.

Вважається, що маніпулятивний вплив на підлеглих використовують посередні керівники, які не мають лідерських здібностей і компетенцій для виконання своїх обов'язків. Тому для того, щоб стверджуватись на цій посаді, такий керівник вибирає способи психологічного насильства відносно своїх підлеглих.

Дуже поширена практика використання маніпуляції на ділових зустрічах, переговорах. Переговори – це вид спільної діяльності двох і більше людей, спрямованої на обговорення та пошук вирішення актуальної для них проблеми.

Від результатів переговорів залежить дуже багато чого: контракти, прибуток, частка ринку, клієнтська база, перспективи. Для того, щоб рішення влаштувало обидві сторони й, при цьому було оптимально результативним, учасники переговорів використовують різні види психологічного впливу на

співрозмовника. Тому часто досвідчені учасники переговорів вдаються до не зовсім конструктивних технік, щоб отримати більш вигідні умови та розв'язати будь-які питання на свою користь. Для того, щоб маніпулятор отримав бажаний результат, він має володіти певними психологічними навичками, а саме вміти приховувати агресивні наміри, поведінку за привітністю, люб'язністю; знати вразливі місця жертви, щоб визначати, яку тактику потрібно використати в цей момент. І нарешті, він має бути безжалісним, щоб у разі необхідності не мати сумніву щодо заподіяння шкоди жертві [5].

До найбільш поширених тактик, які використовують маніпулятори в переговорах, належать такі:

- маніпуляція обставинами – опоненти використовують такі обставини, які не можливо перевірити. Реклама «Поспішайте, лише сьогодні діють такі знижки», «Лише перші десять покупців отримають знижку» завжди спрацьовує. Так і опоненти роблять все, щоб ввести іншу сторону в стан азіотажу, гарячкового поспіху, вони штучно створюють ситуацію, що часу на ухвалення рішення обмаль, тому потрібно терміново його ухвалити. Крім того, вони ненароком можуть повідомити, що конкуренти вже запропонували більш вигідні умови. Тому потрібно тверезо оцінити ситуацію і не піддаватись на привабливу пропозицію;

- маніпуляція довірою – опоненти своєю поведінкою викликають в іншої сторони такі емоції як порядність, чесність, справедливість, жалість, провину, постійно роблять вам компліменти. Це підкупує будь-якого співрозмовника, а саме на це і розраховували та чекають таких дій, які потрібні опонентам. У такій ситуації раз необхідно подякувати за високу оцінку якостей та за комплімент, уточнити окремі моменти, детально обговорювати кожний пункт угоди і в категоричній формі заперечувати запропоновану опонентом умову;

- емоційне придушення, тобто коли опоненти викликають такі емоції, як невпевненість, тривога, страх, почуття провини, розгубленість. На пропозиції вони можуть просто мовчати, цим самим посилюючи зазначені емоції. У такому разі необхідно, в першу чергу, не панікувати, зберігати спокій, старатися дотримувати визначеного плану дій та контролювати свої емоції;

- маніпулювання інформацією – опоненти закидають інформацією та, не даючи зосередитись на певному питанні, знову дають нову порцію інформації. Такий потік різнопланової, не структурованої, прихованої або надлишкової інформації будь-кого може загнати у глухий кут. І у такому разі потрібно зберігати спокій, зосередитись на темі переговорів, не соромитись попросити опонента повторити інформацію, записати її, попросити перерву, щоб переосмислити та перевірити все почуте, і лише потім ухвалювати рішення остаточне;

- маніпуляції відволікання – опоненти прагнуть відвернути увагу від важливих фактів, використовуючи такі «аргументи», як гумор, анекдоти, подібні приклади із життя і т.п. Для відволікання опоненти можуть спеціально включати в переговорну групу людей з добре підвішеним язиком, які можуть швидко зорієнтуватись у будь-якій ситуації. Як і в попередньому випадку,

необхідно зберігати спокій, зосередитись на темі переговорів, не соромитись попросити опонента серйозно поставитися до переговорів і зосередити увагу на ключових моментах.

Не зважаючи на те, яку із цих технік використовує опонент в переговорному процесі, але кожна з них має на меті спотворити уявлення про свої цілі, чужі позиції, дії та мотиви, дозволяє маніпулятору досягти в ділових переговорах максимальних результатів і при цьому зберегти хороші стосунки з партнером. Саме тому наразі є актуальним розуміння того, як правильно протистояти маніпуляції в ділових переговорах.

Отже, можна виокремити такі основні способи протидії маніпуляціям в процесі переговорів:

1. На початку переговорів відкрито оголосити про неприпустимість використання маніпуляцій. Такий підхід дасть зрозуміти опоненту про те, що ви знаєтесь на тактиках маніпулювання та можете їх розпізнати.

2. Маніпуляція буде неможливою, якщо на переговори запросити незалежних експертів, фахівців, шанованих або авторитетних людей. Ця практика протидії найпростіша, але може виявитися дуже дієвою.

3. Називайте речі своїми іменами. Дайте зрозуміти опоненту, що знаєте про його наміри. Для того, щоб обеззброїти опонента, – можна прямо заявити про його спроби тиснути на Вас або конкретизувати ці самі наміри за допомогою прямих запитань. Якщо він побачить, що Ви готові до гідної відсічі, перестане Вас сприймати жертвою.

4. Можна самому застосувати техніки маніпуляцій в переговорах, щоб «нейтралізувати» маніпулятора – клин клином вибивають. Важливо тільки не перейти межу.

6. Перед переговорами необхідно зібрати інформацію про своїх партнерів, з ким працюють чи працювали, який мають авторитет у своїй сфері, які у них цінності й чого бояться. Заздалегідь потрібно ознайомитися з основними питаннями та підготувати на них відповіді. Щоб не опинитися в ситуації дефіциту інформації, необхідно, збираючи її, використовувати кілька джерел, при цьому перевірити надійність цих джерел і правдивість наданих ними відомостей. Необхідно також пам'ятати, що і партнери зроблять так же. Якщо під час переговорів стало зрозуміло, що інформації недостатньо, або якщо отримали нову інформацію, потрібно взяти тайм-аут і в спокійних умовах проаналізувати ситуацію з урахуванням нових відомостей.

7. В разі незгоди з деякими позиціями партнерів потрібно не соромитись говорити рішуче «ні».

8. З потенційним маніпулятором потрібно бути непередбачуваним. Якщо таку людину неможливо «прорахувати» – вона буде невразливою, маніпулятор втрачає можливість впливу на неї. Неможливо виграти, якщо правила гри постійно змінюються.

9. Повторно нагадати про неприпустимість використання способів маніпуляції.

Звичайно, це не всі способи нейтралізації маніпуляцій в діловій комунікації, але вони найчастіше використовуються у боротьбі проти маніпуляторів.

У діловому світі, як і в повсякденному житті уникнути маніпуляцій неможливо. Кожен з нас намагається впливати на ситуацію на свою користь – це природне бажання кожної людини, яка переслідує певні цілі. Головне не стати заручником маніпулятора, а для цього – вчасно помітити вплив і зберегти тверезу, зважену оцінку того, що відбувається. Не менш важливим є вміння правильно реагувати, коли вами намагаються маніпулювати.

Список використаних джерел:

1. Shorter Oxford English Dictionary. By William R. Trumble (Editor), Lesley Brown (Editor), Oxford University Press, 2002. 388 p.
2. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. М.: Изд-во: Эксмо, 2005. 832 с.
3. Шиллер Г. Манипуляторы сознанием / Пер. с англ.; Науч. ред. Я. Н. Засурский. М.: Мысль, 1980. 287 с.
4. Сугестивні технології маніпулятивного впливу: навч. посіб. / [В. М. Петрик, М. М. Присяжнюк, Л. Ф. Компанцева, Є. Д. Скулиш, О. Д. Бойко, В. В. Остроухов]; за заг. ред. Є. Д. Скулиша. 2-ге вид. К.: ЗАТ «ВПОЛ», 2011. 248 с.
5. Психологічна маніпуляція. – URL: <https://intelektnacii.top/sotsialna-inzheneriia-psykholohiia/psykholohichna-manipuliatsiia/>.

ГЕНДЕРНО ОРІЄНТОВАНЕ БЮДЖЕТУВАННЯ У БОРОТЬБИ З КОРУПЦІЄЮ В УКРАЇНІ

*Карнич А. Ю., асистентка та аспірантка кафедри фінансів,
Лялькін О. С., бакалавр, Київський національний університет імені Тараса
Шевченка, м. Київ*

Питання корупції з кожним днем все дедалі гостріше постає в Україні. Її доцільно розглядати як соціально-економічне та культурне явище в нашій державі, яке має невідворотні негативні наслідки для вітчизняного суспільства, його загального добробуту та дотримання морально-етичних норм.

Досліджуючи саму категорію корупції, варто відзначити її широкий зміст і помітний плюралізм у трактуванні. Складність дійти науковцям і практикам до єдиної дефініції пояснюється відразу декількома причинами. Так, різні соціальні групи мають неоднакові погляди на те, який зміст несе в собі корупція, а визначення, наведені в законодавчих документах можна вважати чи не найнеоднозначнішими, та й не все, що вказано в законах повністю відповідає моральним настановам суспільства [6].

На сьогодні показники корупції в публічному секторі економіки України можна переглянути ознайомившись зокрема з Індексом сприйняття корупції (Corruption Perceptions Index, CPI), який починаючи з 1995 р. щороку публікується світовою неурядовою антикорупційною організацією Transparency International. Індекс сприйняття корупції є композитним індексом, що становить