

DOI:

ВИЗУАЛЬНЫЕ МАНИПУЛЯЦИИ ПРИ УПРАВЛЕНИИ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЕКТАМИ

Денежкина И.Е.

*Финансовый университет при Правительстве РФ,
Россия, г. Москва, Ленинградский пр., 49
idenezhkina@fa.ru*

Аннотация: Работа посвящена проблеме использования манипулирования при визуальном представлении числовой информации. Большие объемы необходимой для принятия решения информации не позволяют ее осмыслить без использования визуальных образов. Разнообразие и успешное использование визуализации информации сопровождается приемами манипулирования данными, которые не всегда можно распознать.

Ключевые слова: визуализация информации, принятие инвестиционных решений, манипулирование визуальными образами

Введение

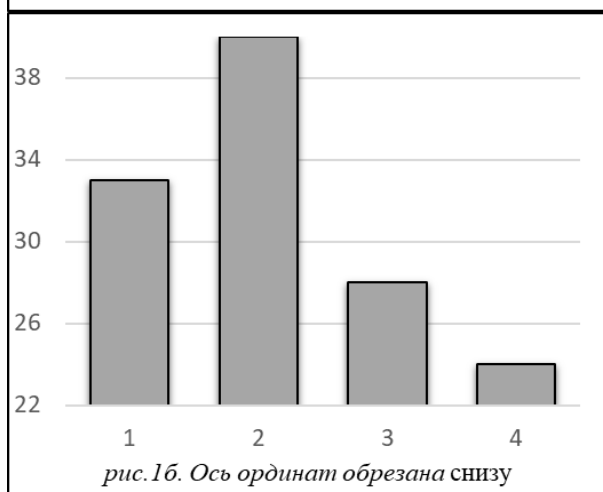
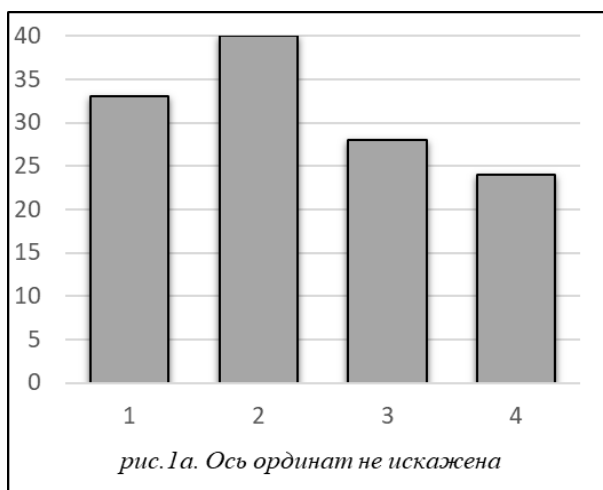
Известно, что управление инвестиционными проектами может быть представлено в виде системы, включающей в себя субъект управления (команда управления инвестиционным проектом) и объект управления (непосредственно сам инвестиционный проект), которые связаны между собой. Связи должны быть как прямые, так и обратные связями, что является обязательными условием управляемости инвестиционного проекта. Процесс работы над проектом предполагает совещания и рабочие встречи, на которые исполнители приносят таблицы, диаграммы, графики в виде бумажной продукции, либо в виде файлов. Лица, принимающие решения, как правило, долго вглядываются во все это, что-то анализирует, вспоминает. Но обычно весьма трудно оценить весь объем полученной новой, да и ранее имеющейся информации.

Наиболее удачным способом представления информации является ее визуализация. Использование визуальных приемов при анализе и представлении данных уже не вызывает ни у кого ни удивления, ни сомнения. Современное состояние информационных технологий привело к переосмыслению традиционных методов получения и анализа данных. Так, раньше при принятии решения в рамках инвестиционного проекта, часто происходящего в ограниченных временных рамках, главным было достаточно быстро получить нужные данные. Теперь это перестало быть проблемой. Основой принятия решения становится интерпретация имеющихся данных, их осмысление. Вдруг оказалось, что человеческий мозг подошел к пределу восприятия большого объема информации. Это привело к появлению методов и инструментов визуальной аналитики, особенно бизнес-аналитики. Визуальное общение в бизнес-среде происходит с помощью самых разнообразных инструментов, это и описание бизнес идей в виде инфографических работ, и реклама, и разного уровня презентации как для руководителей, принимающих решение, так и для исполнителей, которые должны это решение претворить в жизнь, и сложные сервисы, требующие специальной подготовки. Пример современного подхода к управлению инвестиционным проектом на основе визуализации приведен в [1]. Самым важным при любых переговорах является убедить партнера в своей правоте, побудить его поступить нужным для вас образом. Часто для этого не хватает рациональных доводов. И тогда возможно использование манипулирования.

Не вполне «честные» приемы применялись при деловых переговорах во все времена. Они были основаны на различных психотехниках, часто интуитивных. Затем их стали описывать и применять сознательно. Появились и новые неизвестные ранее технологии, которые были вынесены из психологии и адаптированы к сфере бизнеса (более или менее удачно). В процессе принятия решения по управлению инвестиционного проекта манипулирование достаточно часто и вполне успешно используется. Наиболее заметно применение таких приемов в рекламе, см., например, [2]. Однако на использование их в бизнес-среде пока еще не очень обращают внимание. Чтобы быть к этому готовым, необходимо знать основные приемы манипулирования визуальной информацией, осознавать факт их применения и правильно на это реагировать [3]. В работе рассмотрены отдельные часто применяемые в бизнес-среде приемы визуальной манипуляции.

1 Некоторые наиболее популярные приемы визуальной манипуляции

1.1 Зачем нужна манипуляция



Известно, что наш мозг формирует контролирует наше восприятие окружающей действительности не всегда так, как мы думаем. Получая визуальный образ, он управляет нашими эмоциями и поведением, а часто и принимает решение практически без нашего участия. Подготовка визуальной информации имеет целью обоснование Вами решения, которое Вы считаете правильным, либо убеждение Вас в своей правоте оппонентом. Нужно понимать, что убеждать можно только того, кто еще не принял окончательного решения. Вот для этого и применяются некоторые приемы, которые не всегда можно распознать.

Простейшим примером способа воздействия на аудиторию является использование смайлика. Эта забавная картинка при всей своей простоте может заметно повлиять на восприятие информации. В работе [2] подробно описываются причины успешности применения смайликов. Улыбающийся смайлик у многих вызывает положительные эмоции, с помощью других его модификаций можно вызвать другие эмоции, такие как удивление, несерьезное или негативное отношение к приведенной информации и т. д. Это может на уровне подсознания повлиять на принятие решения. Следовательно надо четко понимать, зачем и для чего на Вас, как на лицо, принимающее решение, оказывается некоторое воздействие. Не останавливаясь на приемах, связанных с общением и с использованием техник внушения, остановимся на самых простых способах визуализации числовой информации. Именно числовая информация становится важнейшим основанием для принятия бизнес-решений. Объем такой информации может быть сколь угодно велик, поэтому для ее осмысления и применяются такие привычные средства визуализации, как графики и диаграммы [4]. Без этих элементов не обходится ни один отчет по проекту, который может быть подготовлен для участников разного уровня. Покажем на простых примерах как можно манипулировать данными в этих случаях.

1.2 Визуальное искажение данных без искажения чисел

Одним из простых способов искажения данных на диаграмме или графике является смещение начала координат. Такой прием подталкивает к определенному выводу при первом взгляде на диаграмму, а второго уже может и не быть. На рисунках приведены диаграммы, отражающие объем производства в тысячах штук четырьмя филиалами фирмы, построенные по одним и тем же данным (заголовки опущены ради экономии места). На рис.1а приведена «честная» диаграмма. Видно, что разница в объемах невелика. На рис.1б (обрезана ось ординат) филиал №4 выглядит сильно проигрывающим остальным. А рис.1в, на котором ось ординат сильно вытянута, позволяет предположить, что все филиалы работают примерно одинаково.

Можно представить эту же информацию на круговой диаграмме (аналог рис.1). На рис.2 диаграмма построена в виде объемной фигуры и повернута. Если не указывать цифры, то не всякий сможет на глаз оценить, какой же сектор круга больше и на сколько.

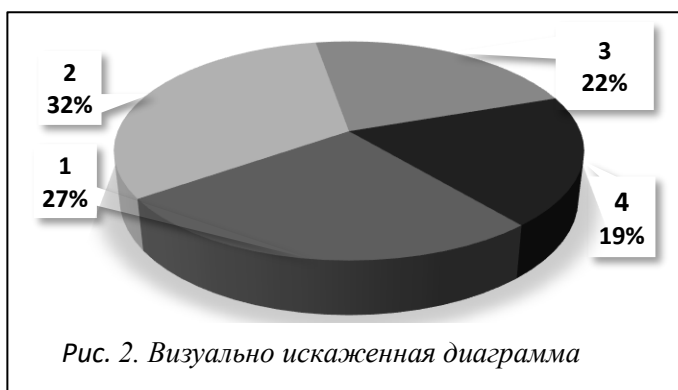


Рис. 2. Визуально искаженная диаграмма

Возможно манипулирование с помощью искажения оси абсцисс. Если информация носит сезонный характер, то показывая на графике нужный период, можно создать впечатление как об улучшении, так и об ухудшении ситуации. Применяется даже направления оси. Так, направление ось времени всегда должна быть направлена слева направо, мы автоматически представляем ее именно так. Если построить диаграмму с осью, содержащей обратный порядок следования временных периодов, получим визуальный

эффект, противоположный истинному состоянию. Если таких рисунков несколько, и они быстро демонстрируются, далеко не все будут вчитываться в подписи.

1.3 Приведение упрощенных или усредненных данных

Можно получить нужный эффект, показав абсолютно верные, но хорошо подобранные данные. Например, фирма рассматривает объем производства за четыре квартала. Предъявив инвестору диаграмму, представленную на рис.3а, можно показать снижение эффективности работы. Если надо проанализировать,

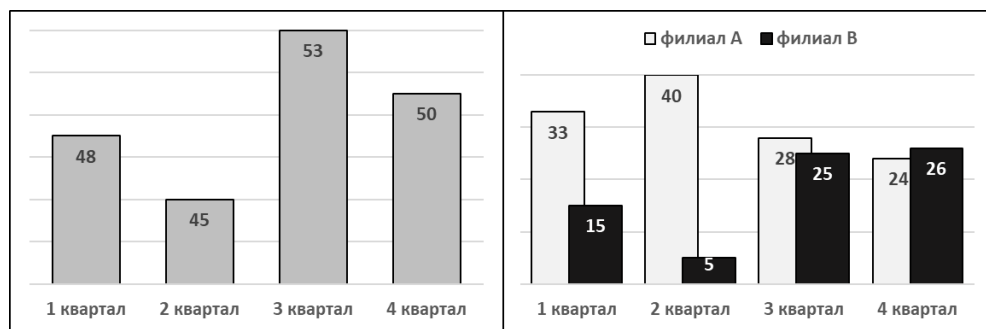


рис. 3а. Общий объем производства

рис. 3б. Детализированный объем производства

ситуацию, можно показать другую диаграмму (рис.3б), где приведены те же данные, но по двум филиалам. Видно, что произошло резкое ухудшение положения филиала в 1-ом и особенно во 2-ом квартале. При

этом он явно выправляет положение. Филиал А работает стабильно. Снижение эффективности, возможно, имеет сезонный характер. Поэтому делать вывод о неэффективной работе компании преждевременно.

Заключение

Даже приведенные простейшие примеры показывают, насколько важны визуальные детали. Казалось бы, манипуляцию легко распознать. Однако, важное решение часто при ограниченном времени и эмоциональной напряженности. Возможно, именно эмоциональная составляющая, сформированная в том числе и на визуализации данных, окажет сильное влияние на результат переговоров.

Следует отдавать себе отчет, что числовые данные позволяют их осмыслить часто только при их интерпретации, в том числе визуальной. Поэтому, создавая визуальный образ данных, необходимо, понимать, что имеется на входе, а также с какой целью и что можно показать на выходе. Тот, для кого эта визуализация предназначена, должен в свою очередь, понимать, что нельзя принимать решения, на основе беглого взгляда на визуальную интерпретацию данных и под влиянием эмоций.

Литература

1. *Высоковских С.* Альтернативный метод визуализации хода IT-проекта <https://habr.com/ru/post/143565/>
2. *Косарев А.В.* Визуальные манипуляции в рекламе. Как с помощью изображений убеждать делать покупки? М. «Издательские решения», 2018– 266 с.
3. *Шабшин И.* Манипулирование в бизнесе. Приёмы и советы ([Электронный ресурс]). URL: <https://hr-portal.ru/article/manipulirovanie-v-biznese-priyomy-i-sovety>
4. *Желязны Д.* Говори на языке диаграмм: пособие по визуальным коммуникациям – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2012. – 304 с.