

Vadybininko informacinė elgsena organizacijoje: socialinių tinklų naudojimas

Erika Janiūnienė

Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto
Informacijos ir komunikacijos katedros lektorė,
humanitarinių mokslų daktarė
Vilnius University, Faculty of Communication,
Information and Communication Department,
Lecture, Doctor
Saulėtekio al. 3, 10222 Vilnius
Tel. (+370 5) 236 61 19
El. paštas: erika.janiuniene@kf.vu.lt

Straipsnyje nagrinėjama vadybininko informacinė elgsena organizacijoje ir socialinių tinklų naudojimas informacijos ieškai. Darbe apibūdinama organizacijos aplinkos stebėjimo sistema ir pagrindiniai sistemos elementai, analizuojamas vadybininko informacinės elgsenos modelis ir informacinės elgsenos veiksniai. Apžvelgiamos vadybininko, kaip informacijos vartotojo, socialinių tinklų naudojimo informacijos ieškai priežastys, trūkumai ir pranašumai.*

Organizacijos aplinkos stebėjimo sistema

Šiuolaikinė organizacija negali egzistuoti kaip uždara sistema, ji turi turėti ryšį su išorine aplinka, kad suvoktų pokyčius, vykstančius už organizacijos ribų, ir prisitaikytų prie nuolat kintančios socialinės ir ekonominės aplinkos. Išorinės aplinkos stebėjimas leidžia organizacijai numatyti plėtros ir tobulėjimo tendencijas, įvertinti savo padėtį rinkoje ir konkurencinį pranašumą, suteikia galimybę iš anksto identifikuoti

rizikas, veikiančias verslo procesus. Kad organizacija suvoktų ją veikiančius veiksnius ir toliau numatytų savo veiklos perspektyvas, ji turi nuolat stebėti aplinką.

Aplinka – visuma fizinių ir socialinių veiksnių, kurie daro tiesioginę įtaką organizacijoje priimamiems sprendimams (Choo, 2002).

Mokslinėje literatūroje pateikiama keletas aplinkos stebėjimo sampratų. *E. Auster*, *C. W. Choo* (1993), *F. J. Aguilar* (1967) aplinkos stebėjimą apibūdina kaip procesą, kurio metu ieškoma informacijos apie išorinėje aplinkoje vykstančius

* Straipsnis parengtas pagal Vilniaus universiteto Komunikacijos fakulteto konferencijoje „Informacijos ir žinių vadybos aprėptys šiuolaikinėje organizacijoje: žinių ekonomikos iššūkiai“ (Vilnius, 2006 m. gruodžio 1 d.) skaitytą pranešimą.

pokyčius ir ši informacija yra naudojama planuojant tolesnę organizacijos veiklą. Z. Correia ir T. D. Wilson (1997) modelyje pateikiamas visuminis aplinkos stebėjimo vaizdas, kuriame stebėjimo posistemis yra susijęs su stebėjimo rezultatų suvokimo bei įprasminimo koreguojant organizacijos strateginius planus posistemiais. C. W. Choo (2001) teigia, kad aplinkos stebėjimo procesas – tai seka veiksmų, kurie yra veikiami išorinių veiksnių (ekonominės ir socialinės aplinkos pokyčių), vidinių veiksnių (organizacijos viduje vykstančių pokyčių), informacinių veiksnių (informacijos kokybės, informacijos šaltinių prieinamumo) ir priklauso nuo aplinką stebinčių individų žinių ir kognityvinės būsenos.

Autorių teigimu, aplinkos stebėjimas – tai nuolatinis informacijos ieškos procesas, kuris yra veikiamas globalių ir vidinių organizacijos veiksnių, ir šio proceso rezultatai naudojami organizacijos strategijai plėtoti.

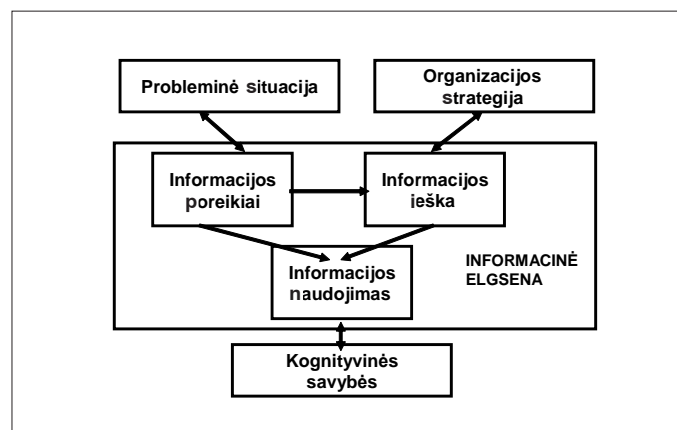
C. W. Choo (2002), analizuodamas aplinkos stebėjimo sistemą, kaip pagrindinę veiklą nurodė vadybininko, kaip informacijos vartotojo, informacinę elgseną ir jo ieškos elgesio veiksnius (žr. 1 pav.).

Vadybininko informacinė elgsena yra veikiamą išorinių veiksnių: probleminės situacijos, kai turi būti priimtas sprendimas; organizacijos strategijos, nusakančios organizacijos ryšį su išorine aplinka. Informacinė elgsena tiesiogiai priklauso ir nuo vadybininko kognityvinių savybių, jo ieškos įgūdžių.

Atsižvelgiant į aplinkos stebėjimo reikšmę organizacijos veiklai ir įvertinant tai, kad informacinė elgsena yra vienas iš aplinkos stebėjimo sistemos elementų, galima teigti, kad vadybininko informacinė elgsena – organizacijos sėkmingos veiklos veiksnys (angl. *Critical Success Factor* – CSF) (Tibar, 2005). Vadybininko gebėjimas rasti kokybišką, tikslią informaciją ir ją naudoti priimant sprendimus, padeda organizacijai siekti numatytų tikslų ir išsilaikyti konkurencingoje rinkoje.

Vadybininko informacinė elgsena organizacijoje

Šiuolaikinėje visuomenėje vadybininkas – žmogus, gebantis valdyti informaciją ir informacines technologijas, kad ir kokia būtų jo profesinė specializacija (Augustinaitis, 2001). Vadybininko pozicija (plačiaja prasme) yra viena iš pa-



1 pav. Aplinkos stebėjimo sistema (pagal Choo, 2002)

grindinių organizacijoje. Vadybininkas organizacijoje analizuoja vidinę ir išorinę informaciją, rūpinasi jos sklaida, ieško informacijos ir jos pagrindu kuria naujas žinias, inicijuoja organizacijos veiklos efektyvinimą. Vadybininkas organizacijoje – informacijos šaltinis, žinių kūrėjas (Alwis, Higgs, 2005).

Analizuojant organizacijos vadybininko informacijos ieškos elgesį aplinkos stebėjimo metu, svarbu apibrėžti informacinės elgsenos sąvoką. Šiuo metu vartojama informacinės elgsenos samprata formavosi keletą dešimtmečių. Plėtojantis informacijos paieškos teorijoms (tradicinei, orientuotai į vartotoją, kognityvinei), kito mokslinių tyrinėjimų problematika, o tai lėmė naujas informacijos paieškos sąvokos interpretacijas. Susiformavo keli informacijos paieškos sampratos lygiai:

- *Informacijos paieška* (angl. *Information retrieval*) – tai procesas, apimantis informacijos atvaizdavimą, laikymą ir vartotojo užklausiai relevančios informacijos radimą.
- *Informacijos ieška* (angl. *Information seeking*) – tai informacijos paieškos procesas, apimantis informacijos paiešką ir individo suvokimo procesą.

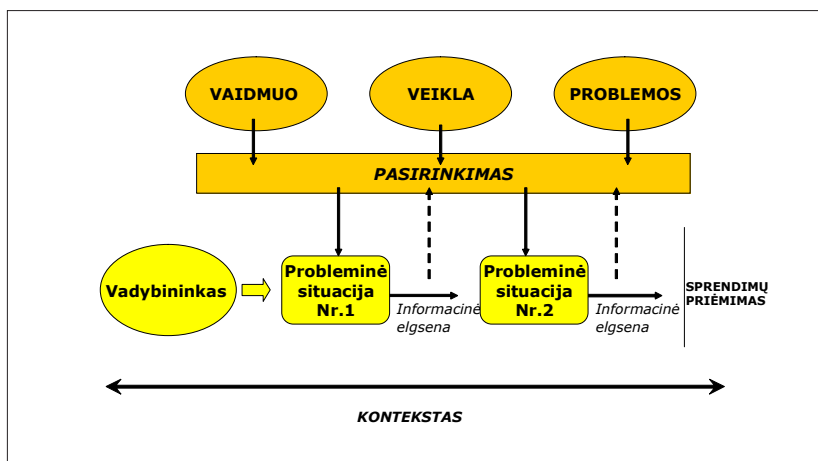
- *Informacinė elgsena* (angl. *Information behaviour*) – informacijos vartotojo elgesys, apimantis aktyvią ir pasyvią informacijos paiešką bei visą kitą elgesį, susijusį su informacijos įsigijimu ir naudojimu (Wilson, 1995).

Šiame darbe *vadybininko informacinė elgsena apibūdinama kaip darbo užduoties suvokimas, gebėjimas analizuoti probleminę situaciją, reikalingos informacijos susidariusiai situacijai spręsti paieška ir tos informacijos naudojimas.*

R. S. Taylor (1996) pateiktame vadybininko informacinės elgsenos modelyje parodomi elementai, darantys įtaką informacinei elgsenai, tai vadybininko vaidmuo organizacijoje, jo vykdoma veikla bei sprendžiamų problemų pobūdis (žr. 2 pav.).

H. Mintzberg (1973) vadybininko vaidmenis organizacijoje suskirstė į tris pagrindines grupes:

- *Tarpasmeninis vaidmuo*, kai vadybininkas atstovauja organizacijai, palaiko ryšius su žemesnės grandies specialistais ir su išorine aplinka.
- *Informacinis vaidmuo*, kai kontroliuoja ryšius tarp organizacijos ir aplinkos, skleidžia in-



2 pav. Vadybininko informacinės aplinkos modelis (pagal Taylor, 1996)

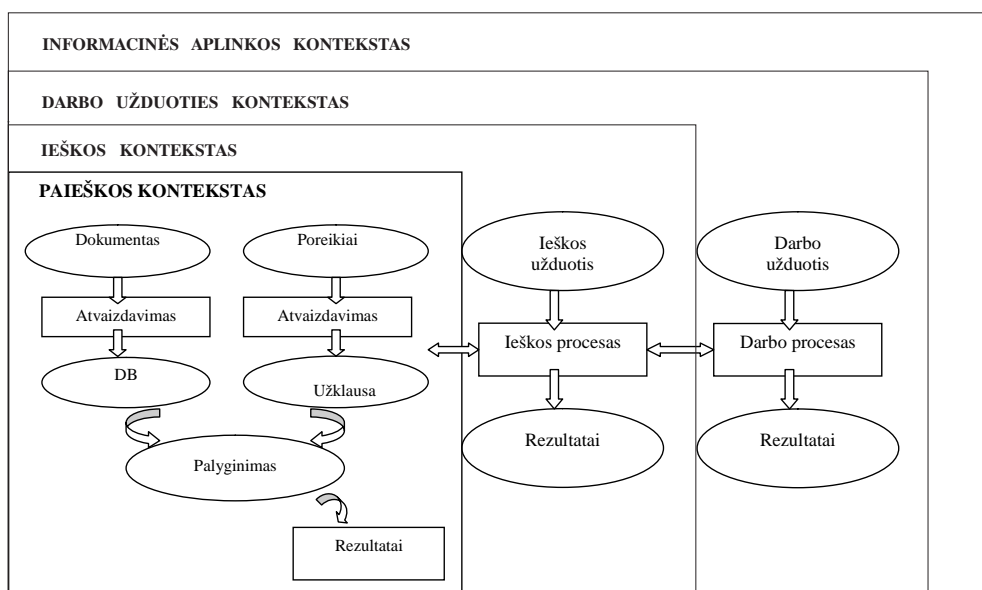
formaciją organizacijoje, pristato organizaciją išorinei aplinkai.

- *Sprendimų priėmėjo ir sprendimų koordinatoriaus vaidmuo* kai vadybininkas inicijuoja projektus ir sprendžia problemas, kontroliuoja ir paskirsto informacijos išteklius, dalyvauja derybose, priima sprendimus remdamasis savo surinktomis žiniomis.

Tradicškai vadybininko veikla suvokiama kaip organizacijoje vykstančių procesų planavimas, organizavimas, vykdymas ir kontroliavimas. Tačiau ši tradicinė vadybininko veiklos samprata neatskleidžia, kokius gi veiksmus vadybininkas vykdo tam, kad „vadybintų“ kuriamą produktą ar teikiamą paslaugą. *J. P. Kotter* (1982), analizuodamas vadybininko veiklą organizacijoje, nurodo, kad jo veikla – socialinių tinklų kūrimas ir informacijos skleidimas organizacijoje. *F. Luthans ir kt.* (1988) teigia, kad vadybininko veikla – ne tik ryšių palaikymas su išorine ir vidine aplinka, bet ir tradicinė vady-

ba. Anot *C. W. Choo*, vadybininko veikla organizacijoje – tai informacinė elgsena, kurios rezultatai (surasta reikanti informacija, atitinkanti poreikius) naudojami kuriant žinias, priimant sprendimus. Galima teigti, kad vadybininkas organizacijoje palaiko informacinius ryšius su išorine, vidine aplinka ir dalyvauja sprendžiant iškilusias problemines situacijas.

Analizuojant vadybininko informacinę elgseną organizacijoje svarbu paminėti, kad informacinė elgsena kaip procesas yra veikiamas konteksto. Vartotojo informacinės elgsenos modeliuose (*T. Wilson, P. Ingwersen, B. Derwin*) kontekstas apibūdinamas skirtingai. Remiantis *T. Wilson* informacinės elgsenos modeliu, kontekstas – tai pats žmogus arba žmogaus darbinė situacija, išorinė aplinka (politinė, ekonominė, technologinė). *B. Derwin* sukurtos įprasminimo teorijos požiūriu, informacijos ieškos poreikių formavimosi kontekstas – tai vartotojo kognityvinė būseną. Ši teorija teigia, kad informacijos ieška kyla iš situacijos ar konteksto,



3 pav. Informacinės elgsenos kontekstai (pagal *K. Järvelin*, 2005)

kuris neturi prasmės. *P. Ingwersen* kognityvinės komunikacijos modelyje kontekstas suvokiamas kaip socialinė aplinka. *K. Järvelin* (žr. 3 pav.) vartotojo informacinės elgsenos kontekstą suskirstė į kelis lygius.

Organizacijos informacinės aplinkos kontekstas – tai visuma tarpusavyje sąveikaujančių posistemių: organizacijos informacinė politika, organizacijos kultūra, informacijos ir komunikacijos technologijų naudojimas organizacijoje. *Darbo užduoties kontekstas* – tai aplinka, kurioje vykdomos individualios darbo užduotys. Šiame lygmenyje vadybininkui, kaip informacijos vartotojui, atsідūrus probleminei situacijoje dėl nežinojimo kyla naujos informacijos poreikis, ir jis pereina į *informacijos ieškos kontekstą*. Informacijos ieškos metu suformulavus paieškos užklausą pereinama į *informacijos paieškos kontekstą*.

Remiantis mokslininkų konteksto suvokimu galima teigti, kad informacinės elgsenos kontekstas kaip daugiaaspektė sąvoka suprantama nuo kognityvinių vartotojo savybių iki aplinkos, kurioje vyksta informacijos ieška.

Organizacijos vadybininkų vykdomos darbo užduoties kontekstą paprastai sudaro viena ar kelios situacijos, kurioms spręsti reikia informacijos. Visos organizacijoje susiklosčiusios situacijos įvardijamos kaip probleminės, tačiau atsižvelgiant į galimų sprendimų pobūdį bei probleminės situacijos kilmę jos skirstomos į: *naujas problemines situacijas*, kurios pasitaikė organizacijoje pirmą kartą; *pereinamąsias situacijas*, kurios jau yra apibrėžtos ir aptartos, tačiau nėra priimtas sprendimas; *patvirtinamąsias situacijas*, kai yra ieškoma papildomos informacijos, kad būtų galima priimti galutį sprendimą (Cheuk, 1999). Tam, kad pradėtume informacijos iešką probleminei situacijai spręsti, pirmiausia apibrėšime problemą.

Vadybininkas organizacijoje susiduria su skirtingo detalumo bei pobūdžio problemų apibrėžimu. *S. E. MacMullin ir R. S. Taylor* (1984) išskyrė šias problemų dimensijas:

- *Struktūruotos / nestruktūruotos problemos*. Struktūruotos problemos turi tikslias nustatytas procedūras joms spręsti. Nestruktūruotos problemos sprendžiamos pirmiausia renkant informaciją, o paskui ji interpretuojama ir apdorojama.
- *Paprastos / sudėtingos problemos*. Jos apibūdinamos pagal tai, kaip greitai randamas sprendimas probleminei situacijai įveikti.
- *Aiškišios / neaiškišios problemos*. Vadybininko darbe pasitaiko sunkiai apibrėžiamų problemų, kurioms suvokti reikia papildomos informacijos, kad susidarytume visuminį aplinkos vaizdą.
- *Žinomos / naujos problemos*. Gerai žinomos problemos jau turi organizacijoje nusistovėjusius sprendimo būdus, o naujoms problemoms reikia esminės naujos informacijos.
- *Rizikingos / nerizikingos problemos*. Rizikingos problemos reikalauja kokybiškos informacijos paieškos. Nerizikingoms problemoms spręsti gali pasitaikyti ir klaidingos informacijos.
- *Vidinės / išorinės problemos*. Išorinės problemos kyla išorinėje aplinkoje. Ir informacija apie išorinę aplinką ir joje vykstančius pokyčius yra kaupiama organizacijoje.

Sprendžiamos probleminės situacijos apibrėžtis konstruoja vadybininko informacijos poreikius. Susidariusiai probleminei situacijai spręsti vadybininkui: *pirma*, pakanka turimų žinių, kurios gali būti gilos arba paviršutiniškos, kad priimtų sprendimą; *antra*, reikia vykdyti informacijos paiešką ir ieškoti papildomos / naujos informacijos; *trečia*, probleminei situacijai spręsti organizacijos vadybininkui reikalingi tik

keli kokybiški duomenys, patvirtinantys / paneigiantys susidariusią situaciją.

Vadybininko informacijos poreikiai ieškos metu nėra statiški. Jie priklauso nuo besikeičiančios probleminės situacijos, kuri keičia informacijos paieškos tikslus ir uždavinius, paieškos metu rastos relevančios informacijos, reikalingos sprendimui priimti, ir vadybininko žinių būsenos pokyčių.

D. A. White ir *T. D. Wilson* (1998) moksliniais tyrimais įrodė: organizacijos vadybininkai tam, kad patenkintų informacijos poreikius ir išspręstų probleminę situaciją, dažniausiai naudojami socialiniais tinklais.

Socialinių tinklų naudojimas informacijos ieškai

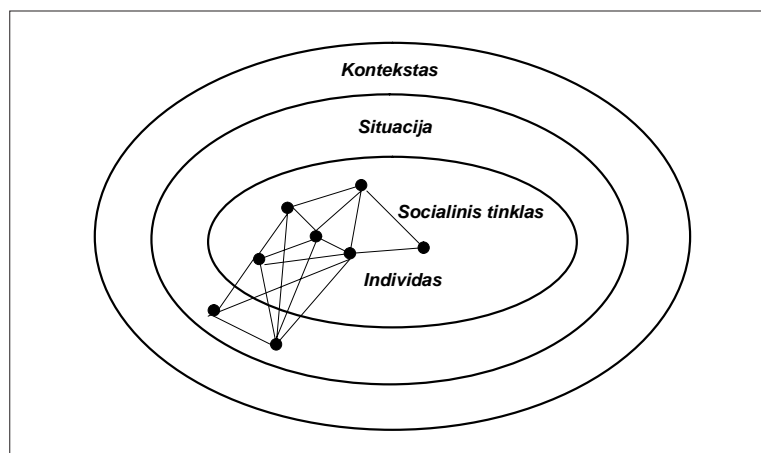
Socialinis tinklas – tai tarpusavio ryšiais susietų individų, jų grupių ar organizacijų darinys. Šiame straipsnyje socialiniai tinklai suvokiami kaip individų tarpusavio ryšiai.

D. Sonnenwald (1999) ryšį tarp informacijos ieškos konteksto, probleminės situacijos ir socialinio tinklo vaizduoja, kaip parodyta 4 paveiksle.

Socialinis tinklas konstruoja kontekstą ir situaciją ir, atvirkščiai, socialinis tinklas yra konstruojamas pagal kontekstą ir situaciją. Šie trys konceptai yra tarpusavyje susiję ir tyrinėjami analizuojant vadybininko kaip informacijos vartotojo informacinę elgseną.

Vadybininkų socialinių tinklų naudojimą informacijos ieškai lemia kelios priežastys: pirma, tai informacijos šaltinio patikimumas, galimybė gauti specifinę ir relevančią informaciją. Antra, socialinio tinklo narys yra lengviau pasiekiamas ir tam nereikia didesnių pastangų, nei vykdant paiešką paieškos sistemose. Trečia priežastis ta, kad socialiniai tinklai, probleminė situacija ir kontekstas, kuriame sprendžiama problema, padeda identifikuoti vartotojo poreikius ir nustatyti pagrindinius informacijos šaltinius. Ketvirta, situacija, susijusi su problemos erdve, nuolat keičiasi. Vykstant pokyčiams aplinkoje kinta ir informacijos vartotojo poreikiai. Socialinio tinklo nariai, patys dalyvaudami pokyčiuose, lengviau suvokia poreikių kaitą. Penkta, socialiniuose tinkluose informacijos poreikiai patenkinami neformuluojant užklauso.

M. L. Mackenzie (2005), nagrinėdamas socialinių tinklų reikšmę vadybininko informaci-



4 pav. Socialinis tinklas kontekste (*Sonnenwald, 1999*)

nei elgsenai, nustatė, kokios pagrindinės priežastys lemia vieno ar kito žmogaus kaip informacijos šaltinio pasirinkimą. Pirmą, žmogus kaip informacijos šaltinis pasirenkamas dėl gerų tarpusavio ryšių; antra, įvertinamos jo / jos žinios, kurios padeda išspręsti informacines problemas; trečia, komunikacinis elgesys turi įtakos vieno ar kito bendradarbio pasirinkimui ieškant informacijos; ketvirta, kognityvinės sąvybės, kurios susijusios su intuicija ir situacijos supratimu.

Tačiau vadybininkui, kuris ieškodamas informacijos naudojami socialiniais tinklais, iškyla ir tam tikrų problemų. Vadybininkui naudojantis organizacijos viduje susiformavusiais socialiniais tinklais, kurie dažniausiai yra homogeniški, iškyla informacijos naujumo ir išsamumo problema. Socialinėje kapitalo teorijoje teigiama, kad individas, norėdamas gauti naujos informacijos, turi pasinaudoti tinklais, kurie yra susiformavę žemesnėje arba aukštesnėje organizacijos hierarchinėje stuktūroje. Tuomet paprastai individas kaip informacijos šaltinis yra pasirenkamas iš aukštesnės struktūros (Mackenzie, 2005).

Analizuojant vadybininko naudojamą socialinį tinklą informacijos ieškai galima išvelgti ir tam tikrų teigiamų dalykų. Visų pirma, tai užtikrina greitą grįžtamąjį ryšį ir reakciją į užklausą; perduodama informacija esti tiksli ir apdorota; socialiniais tinklais skleidžiamos organizacijos darbuotojų neišreikštinės žinios; jeigu socialinis tinklas išeina iš organizacijos ribų, keičiamasi socialiniu kapitalu. Vadybininkas, informacijos ieškai naudodamas tik organizacijos viduje susiformavusius tinklus, mažina organizacijos socialinį kapitalą.

Pažangių informacijos ir komunikacijos technologijų diegimas ir naudojimas organizacijos veikloje suteikia vadybininkams naujų galimy-

bių ieškoti informacijos ne tik naudojant tradicinius, bet ir virtualioje erdvėje susiformavusius socialinius tinklus. Sąveika tarp vadybininkų nuo komunikacijos „akis į akį“ konverguoja į elektroninę erdvę (e. konferencijos, e. paštas, virtualios darbo komandos), ieškant informacijos ir ją perduodant, kad būtų išspręsta probleminė situacija.

Virtualių socialinių tinklų naudojimas ne tik praplečia fizinę erdvę, bet ir suteikia galimybę vadybininkams bendrauti bet kokiu metu, bet kokioje vietoje, pagreitina ir globalizuoja sprendimo priėmimo procesą.

Išvados

Vadybininko vykdomas aplinkos stebėjimas padeda organizacijai susidaryti vaizdą apie išorinę aplinką. Apibūdinus aplinkos stebėjimo sampratą ir aplinkos stebėjimo sistemą galima teigti, kad vadybininko kaip informacijos vartotojo informacinė elgsena yra pagrindinis aplinkos stebėjimo sistemos elementas, kuris turi įtakos organizacijos veiklai. Aplinkos stebėjimo metu surinkta informacija suteikia organizacijai ne tik ekonominę ir finansinę naudą. Ši stebėseną taip pat reikalinga strateginiam organizacijos veiklos planavimui. Vykdamas informacinę veiklą vadybininko rasta informacija padeda išvengti netikėtų situacijų ir iš anksto pasirengti pokyčiams.

Analizuojant vadybininko informacinę elgseną nustatyta, kad ji priklauso nuo vadybininko vykdomos veiklos organizacijoje, jo vaidmens ir problemos pobūdžio arba užduoties kompleksumo.

Vadybininko informacinė elgsena kaip procesas vyksta tam tikrame kontekste. Analizuojant mokslinę literatūrą paaiškėjo, kad kontekstas gali būti suvokiamas nuo makrolygio iki to

momento, kai kontekstas suprantamas kaip pats individas. Kontekstas – tai ta erdvė, kurioje formuojasi probleminės situacijos.

Kaip parodė mokslininkų tyrimai, vadybininkai informacijos sprendimams priimti dažniausiai ieško socialiniuose tinkluose.

Mokslinės literatūros apžvalga leidžia daryti išvadą, kad socialinių tinklų naudojimas informacijos ieškai yra dar mažai tyrinėta sritis. Tačiau mokslininkai pastebi tendenciją, kad tradicinius socialinius tinklus keičia virtualūs socialiniai tinklai.

LITERATŪRA

AGUILAR, F. J. (1967). *Scanning the business environment*. New York, NY: McMillan.

ALWIS, G. (2006). Transformation in managers' information seeking behaviour a review of the literature. *Journal of Information Science*, vol. 32(4), p. 362–377.

ALWIS, G.; HIGGS, S. (2005). Managerial information seeking and use behaviour: a case study of Singapore. In E. Macevičiūtė, T. Wilson. *Introducing Information Management: an Information Research Reader*. Facet Publishing, p. 111–122. ISBN 1-85604-561-7

AUGUSTINAITIS, A. (2001). Informacinės visuomenės profesionalumo kriterijai. *Informacijos mokslai*, nr. 16, p. 17–30.

AUSTER, E.; CHOO, C. W. (1994). How Senior Managers Acquire and Use Information in Environmental Scanning. *Information Processing & Management*, vol. 30 (5), p. 607–618.

AUSTER, E.; CHOO, C. W. (1993). Environmental scanning: acquisition and use of information by managers. *Annual Review of Information Science and Technology*, no. 28, p. 279–314.

CHEUK, W-Y. B. (1999). *The derivation of a "situational" information seeking and use process model in the workplace: employing sense-making*. (Paper presented at the International Communication Association annual meeting, San Francisco, California, May 27, 1999) [žiūrėta 2006 m. sausio 5 d.]. Prieiga per internetą: <http://communication.sbs.ohio-state.edu/sense-making/meet/1999/meet99cheuk.html>

CHOO, C. W. (2001). Environmental scanning as information seeking and organizational learning [žiūrėta 2006 m. sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://informationr.net/ir/7-1/paper112.html>, vol. 7, no. 1.

CHOO, Chun Wei (1995). *Information Management for the Intelligent Organization: Roles and Implications for the Information Professions* (paper presented at the 1995 Digital Libraries Conferences, March

27–28, 1995), p. 1–17 [žiūrėta 2006 m. sausio 5 d.]. Prieiga per internetą: <http://choo.fis.utoronto.ca>

CHOO, Chun Wei (2002). *Information management for the intelligent organization: the art of scanning the environment*. 3rd ed. Medford: Information Today, 2002. 325 p.

CORREIA, Zita & WILSON, T. D. (1997). Factors influencing environmental scanning in the organizational context. *Information Research*, 7(1) [žiūrėta 2006 m. sausio 5 d.]. Prieiga per internetą: <http://InformationR.net/ir/7-1/paper121.html>

HUOTARY, M. L.; WILSON, T. D. Determining organizational information needs: the Critical Success Factor Approach [žiūrėta 2006 m. sausio 5 d.]. Prieiga per internetą: <http://informationr.net/ir/6-3/paper108.html>

INGWERSEN, P. (1992). *Information Retrieval Interaction*. Taylor Graham, 246 p. ISBN 0-947568-54-9.

INGWERSEN, P.; JÄRVELIN, K. (2005). *The Turn Integration of Information Seeking and Retrieval in Context*. Springer, 435 p.

JOHNSON, C. A. (2004). Choosing people: The role of social capital in information seeking behaviour. *Information Research*, 10(1) [žiūrėta 2006 m. sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://InformationR.net/ir/10-1/paper201.html>

KOTTER, J. P. (1982). *The general Managers*. New York, NY: Free Press, 240 p. ISBN 0029182301.

LUTHANS, F.; HODGETTS, R.; ROSENKRANTSZ, S. A. (1988). *Real Managers*. Cambridge MA, Ballinger. 192 p. ISBN: 0887303455.

MACKENZIE, M. L. (2005). Information gathering revealed within the social network of liner-manager. *Proceeding of the American Society for Information Science and Technology*, vol. 40 (1), p. 85–94.

MACKENZIE, M. L. (2005). Managers look to the social network to seek information. *Information Research*, 10(2) [žiūrėta 2006 m. sausio 20 d.]. Prieiga per internetą: <http://InformationR.net/ir/10-2/paper216.html>.

- MACMULLIN, S. E.; TAYLOR, R. S. (1984). Problem Dimensions Information Traits. *The Information Society*, vol. 3.
- MINZBERG, H. (1973). *The Nature of Managerial Work*. New York: Harper & Row. 298 p. ISBN-10: 0060445564.
- SONNENWALD, D. H. (1999). Envolving Perspectives of Human Information Behaviour: Contexts, Situation, Social networks and Information Horizons. In Wilson, T.; Allen, D. *Exploring the Contexts of Information Behaviour*. London: Taylor Graham, p. 176–190.
- SONNENWALD, D. H., & PIERCE, L. G. (2000). Information behavior in dynamic group work contexts: Interwoven situational awareness, dense social networks, and contested collaboration in command and control. *Information Processing & Management*, 36(3), p. 461–479.
- TAYLOR, R. S. (1996). Information use environments. In *Managing Information for the Competitive Edge*. Auster, E.; Choo, C. W. (eds.). New York: Neal-Schuman, p. 93–135.
- TIBAR, A. (2005). Critical success factor and information needs in industry: an Estonian study. In E. Macevičiūtė, T. Wilson. *Introducing Information Management: an Information Research Reader*. Facet Publishing, p. 57–67. ISBN 1-85604-561-7.
- WHITE, D. A.; WILSON, T. D. (1988). *Information needs in industry: A case study approach*. Sheffield: University of Sheffield, Department of Information studies.
- WILSON, T.; WALSH, C. (1995). *Information Behaviour: An Inter-disciplinary Perspective: A Report to the British Library R & D Department on a Review of the Literature*. 44 p.

MANAGER'S INFORMATION BEHAVIOUR IN AN ORGANIZATION: USE OF SOCIAL NETWORKS

Erika Janiūnienė

Summary

A modern organization cannot exist as a closed system. It has to be in contact with the environment so as to conceive changes that occur outside the organisation and adjust to the ever-changing social and economic situation. Environmental scanning makes it possible for an organization to envisage development and improvement, to assess its market situation and ability to compete as well as to identify its business-related risks. In order to conceive its exposure to various factors and envisage its long-term prospects, an organization should at all times scan the environment.

The environment may be defined as the totality of physical and social factors that have a direct impact on decision-making within an organization (Choo, 2002).

The article deals with the conception and system of environmental scanning, giving special consideration to the analysis of information behaviour of the manager viewed as a user of information. The work examines the model of the manager's information behaviour as well as the elements having an effect on information seeking, i.e. the manager's role in an organization, the activity that he or she is engaged in,

the context of information behaviour as well as the nature of problems to be resolved.

Considering the importance of environmental scanning in the activity of an organization and the fact that the information behaviour is one of the components of environmental scanning, there are solid grounds to say that the manager's information behaviour becomes a Critical Success Factor (CSF) in the activity of an organisation (Tibar, 2005) The manager's proficiency in finding true and accurate information and making the most of it in decision-making contributes to the organization's ability to pursue its goals and enhance its competitiveness on the market.

Yet, in the emerging knowledge society, information seeking by the manager – a user of information – is being complicated by the ever-growing information flow within the organization as well as by the manager's lack of skills and knowledge to cope with the task. In order to meet the demand for information and resolve the arising problems, managers most frequently make use of social networks. The article discloses the factors that force the manager to engage social networks in information seeking. It also gives an analysis of the related difficulties and benefits.

Įteikta 2006 m. gruodžio 11 d.