

image not found or type unknown



Восприятие влияет на отношение каждого менеджера к определенным людям и событиям, а также на их реакцию. В свою очередь, эти люди также составляют свое впечатление о руководителе в соответствии со своим пониманием его поведения в определенных ситуациях. Признание разницы в восприятии мира между сотрудником, менеджером и реальной ситуацией в организации очень важно для понимания организационного поведения. Поэтому руководителю необходимо понимать, как реальные события могут быть искажены восприятием, и как это может повлиять на работу.

Восприятие отражает целостные образы объектов – людей, животных, растений, технических объектов, кодовых знаков, словесных стимулов, рисунков, диаграмм, музыкальных образов и т. д. восприятие (перцепция) - важный и сложный опосредующий познавательный процесс, посредством которого человек придает значение элементам и явлениям окружающей среды. Восприятие можно рассматривать как своего рода информационный экран или фильтр, через который индивид динамически взаимодействует и воспринимает воспринимаемые стимулы, существующие в воспринимаемом мире. Социальный контекст играет важную роль в понимании человека в организации. Особое значение для социального восприятия имеет атрибуция (как люди объясняют причины своего поведения и других людей) и важные "эффекты "(ошибки) восприятия: стереотипы, "ореолы", проекции и т. д.

Эффект ореола: человек, достигший больших успехов в определенной области, считается способным на большее в других областях. Многочисленные факты показывают, что для этого эффекта нет должных оснований, что он основан на неверных представлениях. В краткосрочной перспективе эффект ореола работает, хотя и не совсем и в разной степени.

Именно личные впечатления от краткосрочных результатов лежат в основе эффекта ореола. Кстати, исследования показали, что у человека, испытывающего удовлетворение, несколько улучшается острота зрения, слуха и осязания.

Люди по-разному реагируют на неудачи. Она деморализует слабых. Сильный-мобилизует. Например, Черчиллю принадлежат слова: "Успех-это движение от одной неудачи к другой с возрастающим энтузиазмом". Великий изобретатель

Эдисон сказал: "каждая неудачная попытка-это тоже шаг вперед". Многие известные личности также высказывались о том, что поражение гораздо полезнее победы. Ибо победа расслабляет, а поражение заставляет действовать, искать. Но это верно для сильных личностей (потому что они сильны, неудача их не ломает). И в сознании большинства это работает.

Эффект неудачника: человек, который потерпел неудачу, по большей части считается другими способным на меньшее в других вопросах. Психологической основой является факт кратковременного угнетающего эффекта неудачи. Известно следующее высказывание: "женщины не любят неудачников." На самом деле их никто не любит, просто женщины, в силу своей большей общительности, охотно делятся своими мыслями, в том числе и этой. Эти эффекты работают и в бизнесе. Фирмы и бизнесмены охотно рассказывают о своих успехах и скрывают неудачи — особенно плохое финансовое положение. В странах, которые долгое время связывали успех нации с бизнесом, были разработаны стандарты поведения, направленные на достижение успеха в бизнесе. Например, американец на вопрос "Как дела?" он будет отвечать только бодрим "О'Кей" и никогда не будет жаловаться на свои неудачи.

В процессе социального познания люди склонны игнорировать ситуативные причины поступков и их результаты в пользу диспозиционных (личностных), то есть совершают фундаментальную ошибку атрибуции.

Характерной «ошибкой» восприятия является феномен игнорирования информационной ценности не-инцидента. Любой менеджер хорошо знает, что чаще всего важнее то, что человек сказал или сделал, а не то, что он не сказал или не сделал. На практике это понимание не всегда подкрепляется действиями, обусловленными этим эффектом. Более того, информация "о ненападении" не только недооценивается, но часто игнорируется как не относящаяся к делу и поэтому вообще не учитывается, что очень часто приводит к ошибкам в руководстве. Всем известно выражение "молчание-знак согласия" как простейший случай этого явления. В менеджменте это часто довольно сложно и требует особого понимания. Важнейшей характеристикой профессиональной компетентности и опыта руководителя является правильная оценка того, что могло бы произойти, но не произошло, и почему этого не произошло.

В заключение можно сказать, что понимание сущности и эффектов восприятия поможет менеджеру правильно настроить восприятие себя и своих сотрудников.