

image not found or type unknown



Величайшее адаптивное преимущество человека – его способность модифицировать собственное поведение как функцию способа, каким он воспринимает и понимает ситуацию.

(Г. Тэджфел)

Воспринимаемый мир – это субъективный мир, но это единственный мир, действительно доступный воспринимающему его человеку. Индивидуальные различия каждого человека во многом являются результатом специфики когнитивных (познавательных) процессов, особенно процессов восприятия. Процесс восприятия формирует уникальную интерпретацию (понимание) ситуации и ответное поведение человека и поэтому имеет прямое отношение к изучению организационного поведения. Эти процессы изучаются поведенческими науками, но многие полученные результаты исследований не используются в сфере организационных поведений, практике менеджмента и бизнеса.

Эффекты восприятия в работе менеджера

Восприятие оказывает влияние на отношение каждого менеджера к определенным людям и событиям, а также на его ответную реакцию. В свою очередь эти люди также составляют свое впечатление о менеджере в соответствии со своим пониманием его поведения в тех или иных ситуациях. Признание разницы восприятия мира между работником, менеджером и реальной ситуацией в организации очень важно в понимании организационного поведения. Поэтому менеджеру необходимо понять, каким образом реальные события могут быть искажены восприятием и каким образом это может повлиять на работу. Остановимся подробнее на сущности восприятия, особенности социального восприятия и эффекты атрибуции.

Восприятие отражает целостные образы объектов – человека, животных, растений, технических объектов, кодовых знаков, вербальных стимулов, рисунков, схем, музыкальных образов и т. п. Восприятие (перцепция) является важным и сложным

опосредующим когнитивным процессом, с помощью которого человек придает значение элементам и явлениям окружающей среды. Восприятие можно рассматривать как своеобразный информационный экран или фильтр, через который личность динамично взаимодействует и воспринимает ощущаемые стимулы, существующие в воспринимаемом мире. Для понимания человека в организации важную роль играет социальный контекст. Особую значимость для социального восприятия имеет атрибуция (как люди объясняют причины собственного поведения и других людей) и важные «эффекты» (ошибки) восприятия: стереотипизация, «ореолы», проекции и др. В процессе социального познания люди имеют склонность игнорировать ситуационные причины действий и их результатов в пользу диспозиционных (личностных), т. е. совершают фундаментальную ошибку атрибуции.

Характерной «ошибкой» восприятия является феномен игнорирования информационной ценности не случившегося. Любой руководитель хорошо знает, что чаще более важным является не то, что человек сказал или сделал, а то, что он не сказал и не сделал. На практике это понимание далеко не всегда подкрепляется действиями в силу указанного эффекта. Причем информация «о не случившемся» не только недооценивается, но вообще часто игнорируется как не имеющая места и поэтому вообще не принимается в расчет, что очень часто приводит к ошибкам в руководстве. Всем известно выражение «молчание – знак согласия» как наиболее простой случай данного феномена. В управлении он чаще бывает довольно сложным и требует специального осмысления. Важнейшей чертой профессиональной компетентности, опытности руководителя является правильная оценка того, что могло произойти, но не произошло, и почему этого не случилось.

Заключение

Таким образом, понимание сущности и эффектов восприятия поможет менеджеру правильно корректировать восприятие себя и своих сотрудников.