

ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ



Информационные материалы

Тема 3. Восприятие и его роль в формировании поведения работника

- Сущность и значимость восприятия.
- Свойства и процесс восприятия.
- Организация и формы восприятия.

Сущность и значимость восприятия

Восприятие - это процесс отражения в сознании человека предметов и явлений реального мира в их целостности, в совокупности их различных свойств и частей и при их непосредственном воздействии на органы чувств.

Восприятие - это то, *как мы видим и интерпретируем события и ситуации в окружающем нас мире.*



*Хороши или плохи события жизни,
во многом зависит от того, как мы их воспринимаем.*

(М. Монтень)

Сущность и значимость восприятия

Поведение человека в организации является фактором, влияющим на поведение других людей в трудовой совместной деятельности. Особая роль в этом процессе отводится восприятию личности, поскольку именно образ мира, Я-образ и образ социальной ситуации в организации, в их личностном смысле, являются главными факторами актуального поведения личности.

Сущность и значимость восприятия

Ощущение обеспечивает отражение отдельных качеств объектов: цвета, яркости, звука, температуры, запаха, вкуса, величины образов, перемещения в пространстве, двигательных и болевых реакций и т.д.

Восприятие отражает целостные образы объектов — человека, животных, растений, технических объектов, кодовых знаков, вербальных стимулов, рисунков, схем, музыкальных образов и т.п.

Сущность и значимость восприятия

Воспринимаемый мир — это фрагмент реального, воспринимаемый человеком с помощью пяти органов чувств:

- зрения,
- слуха,
- вкуса,
- осязания
- обоняния



Органы чувств имеют существенные физические ограничения, предохраняющие от переизбытка информации и позволяющие поэтому лучше воспринимать необходимую информацию.

Свойства и процесс восприятия

Основными свойствами восприятия как перцептивной деятельности являются его

- предметность,
- целостность,
- структурность,
- константность,
- избирательность и осмысленность,
- апперцептивность

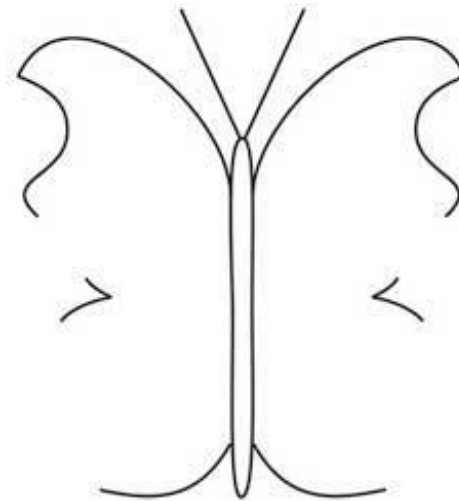
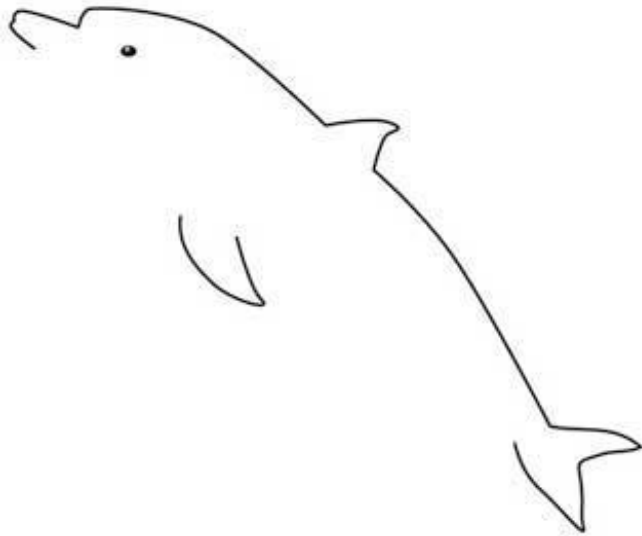
Свойства и процесс восприятия

Предметность восприятия проявляется в отнесенности образов восприятия к определенным предметам или явлениям объективной действительности.

Предметность как качество восприятия играет важную роль в регуляции поведения. Мы определяем предметы не по их виду, а в соответствии с тем, как мы используем их на практике.

Свойства и процесс восприятия

Целостность восприятия заключается в том, что образы восприятия представляют собой целостные, законченные, предметно оформляющиеся структуры



Свойства и процесс восприятия

Благодаря *структурности* восприятия предметы и явления окружающего мира предстают перед нами в совокупности их устойчивых связей и отношений.



Свойства и процесс восприятия

- *Константность* — обеспечивает относительное постоянство восприятия формы, величины и цвета предмета независимо от изменения его условий.
- Наиболее заметно константность восприятия наблюдается при зрительном восприятии цвета, величины и формы предметов



Свойства и процесс восприятия

Избирательность восприятия заключается в преимущественном выделении одних объектов по сравнению с другими, обусловленном особенностями субъекта восприятия: его опытом, потребностями, мотивами и т.д.

В каждый конкретный момент человек выделяет лишь некоторые объекты из бесчисленного количества окружающих его предметов и явлений.

Свойства и процесс восприятия



Свойства и процесс восприятия

Осмысленность восприятия указывает на его связь с мышлением, с пониманием сущности предметов.

Сознательно воспринять предмет — это значит мысленно назвать его, т.е. отнести к определенной категории, обобщить его в слове.

Свойства и процесс восприятия

Апперцепция восприятия — указывает на связь восприятия с личностью, всем прошлым опытом человека, с его "Я".

На апперцепцию большое влияние оказывает направленность человека (его интересы и склонности), способности, характер, эмоциональные особенности, социальный статус, ролевое поведение и многое другое.

Также оказывает влияние психическое состояние, текущая установка, цели и задачи данной деятельности.

Свойства и процесс восприятия

Процесс восприятия — это сложный интерактивный процесс, состоящий из нескольких подпроцессов (стадий):

- а) регистрации (наблюдения);
- б) селекции (избирательности, отбора);
- в) организации;
- г) категоризации, хранения и интерпретации в психологическом опыте различных стимулов в значащую и логически последовательную картину мира.

Внешние факторы восприятия

Характеристики стимулов внешней среды, которые влияют на то, будет ли к этому стимулу привлечено внимание и будет ли он замечен.

- *Размер*
- *Интенсивность*
- *Контрастность*
- *Движение*
- *Повторяемость*
- *Новизна и узнаваемость*

Внутренние факторы восприятия

Наиболее важными внутренними факторами являются:

- *перцептивные ожидания (установка),*
- *Я-концепция,*
- *перцептивная защита,*
- *знания,*
- *личностные особенности,*
- *эмоциональное состояние,*
- *потребности и мотивация деятельности,*
- *цели и задачи,*
- *жизненный и профессиональный опыт.*

Организация и формы восприятия

Существует ряд принципов, с помощью которых происходит организация восприятия.

- *Принцип фигуры и фона*
- *Принцип заполнения пробелов*
- *Принцип объединения (группировки) элементов*
- *Принцип близости*

Принцип фигуры и фона

Все то, что для человека имеет какой-то смысл, воспринимается им как фигура на некотором гораздо менее структурированном фоне. Этот принцип распространяется на все органы чувств. Фигура-фон рассматривается как наиболее фундаментальная форма организации восприятия.

Принцип заполнения пробелов

Мозг человека всегда старается свести фрагментарное изображение в фигуру с простым и полным контуром.

Ключевая идея состоит в том, что человек иногда воспринимает целое там, где оно фактически не существует.

Принцип объединения (группировки) элементов

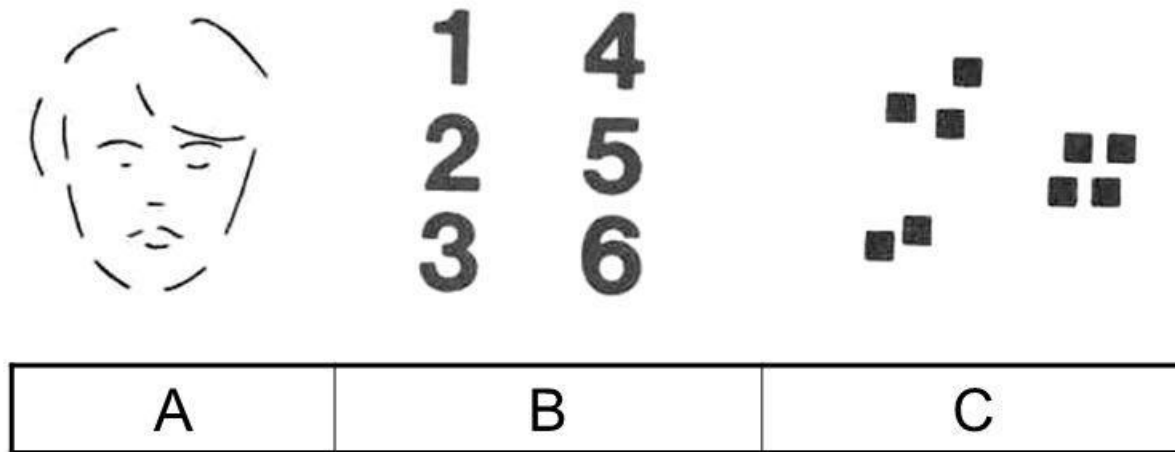
Элементы могут объединяться по разным признакам, например таким, как близость, сходство, непрерывность (воображаемая) или симметрия.

Принцип близости

Расположенные рядом группы элементов будут восприниматься как единая картина.

Например, служащие одной организации могут восприниматься как единая группа из-за их физического сходства.

Принципы организации восприятия



A. мозг распознает лицо по нескольким штрихам по принципу заполнения пробелов;

B. знаки группируются в столбики по принципу сходства;

C. здесь воспринимаются 3 группы квадратов, по принципу близости.

Социальное восприятие

Играет особо важную роль в организационном поведении.

От социальных аспектов восприятия непосредственно зависит то, как мы воспринимаем и познаём друг друга.



Атрибуция

Атрибуция описывает, как люди объясняют свое поведение и поведение других людей.

Это процесс, в ходе которого люди приходят к выводам о факторах, оказавших влияние на поведение или делающих это поведение осмысленным.

Атрибуция

Применительно к социальному восприятию имеют место два характерных вида атрибуции.

- 1. Предрасположенная атрибуция, которая объясняет поведение личности внутренними факторами, такими как черты характера, мотивация или способности.
- 2. Ситуационная атрибуция, которая объясняет поведение внешними факторами, такими как подготовка или социальное

Фундаментальная ошибка атрибуции

- ▣ **Фундаментальная ошибка атрибуции (восприятия)** - это когнитивное искажение, тенденция людей переоценивать объяснения поведения других людей, основанные на их личностных качествах, и в то же время недооценивать роль и силу ситуационных влияний на то же самое поведение.

Атрибуция

Атрибуция сильно влияет на оценку деятельности других людей, на поведение начальников по отношению к подчиненным, а также воздействует на самооценку.

Стереотипизация

Стереотипизация – это построение образа на основе уже существующего, устойчивого представления, например, о членах определенной социальной группы.

Эффект ореола

Эффект «ореола» сказывается в восприятии личности на основе одной из черт.

Эффект «ореола» часто рассматривается в анализе процесса оценки деятельности, когда рейтинг личности оцениваемого и/или его работы в целом выставляется ошибочно, исходя из какой-либо одной характерной черты, например интеллекта, внешнего вида, надежности или склонности к сотрудничеству. Какой бы ни была эта характерная черта, она может перекрыть все другие при составлении впечатления о личности.

Эффект ореола

- Эффект является распространенной ошибкой при выставлении оценки.
- Эффект основан как на истинных, так и на иллюзорных составляющих процесса восприятия.
- Эффект приводит к возникновению необоснованной связи между основными свойствами и обусловлен влиянием общей оценки и особых суждений.
- Эффект имеет негативные последствия, и его следует избегать или устранять.