

Студент 6 курсу
факультету економіки і права ХНЕУ

ПСИХОЛОГИЧЕСКИЙ МЕХАНИЗМ ВОСПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ МЕНЕДЖЕРА

Аннотация. Рассмотрены содержание и структура психологического механизма восприятия. Представлено описание особенностей его построения и показана необходимость его адекватного функционирования для организации эффективного взаимодействия в коллективе.

Анотація. Розглянуто зміст і структуру психологічного механізму сприйняття. Наведено опис особливостей його побудови і показано необхідність його адекватного функціонування для організації ефективної взаємодії в колективі.

Annotation. This article discusses the content and structure of the psychological mechanism of perception. The description of the features of its construction is given and the need for its adequate functioning of the organization for effective communication in the team is shown.

Ключевые слова: коллектив, взаимодействие, перцепция, наблюдатель, наблюдаемый, восприятие, менеджер.

В современном информационном обществе главным действующим "лицом" становится коллектив предприятия. От эффективности взаимодействия людей в коллективе зависит достижение поставленных перед предприятием целей. Первым шагом на пути построения эффективного взаимодействия является механизм восприятия, восприятия себя, информации, окружающей действительности.

Первостепенной задачей современного менеджера является установление общих закономерностей социально-психологического развития и функционирования коллектива, важнейшей составной частью которого является восприятие людьми друг друга, путем систематического наблюдения за жизнью и деятельностью людей в коллективе.

Целью исследования является рассмотрение особенностей формирования и функционирования психологического механизма восприятия, то есть перцептивной стороны общения для более полного и эффективного его использования в практической деятельности менеджера.

Тема социальной перцепции широко рассматривалась отечественными учеными в русле социальной психологии, такими, как: Андреева Г. М. [1] и Мокашенцева А. В. [2]. В данных работах, в доступной форме достаточно подробно рассмотрен данный вопрос.

Межличностное общение, возникающее между людьми, может быть успешным только в том случае, если между участниками существует взаимопонимание. Процесс общения во многом определяется тем, в какой мере собеседники отражают эмоции, черты и чувства друг друга, воспринимают и понимают других, а через них и себя. Из этого следует, что обязательной составляющей частью общения является процесс глубины познания и понимания одним человеком другого, условно данную составляющую можно назвать перцептивной стороной общения.

Восприятие – познавательный процесс, формирующий субъективную картину мира. Это психический процесс, заключающийся в отражении предмета или явления в целом. Восприятие – одна из биологически-психических функций, определяющих сложный процесс приема и преобразования информации, получаемой при помощи органов чувств, формирующих субъективный целостный образ объекта, воздействующего на анализаторы через совокупность ощущений, инициируемых данным объектом. Как форма чувственного отражения предмета, восприятие включает обнаружение объекта как целого, различение отдельных признаков в объекте, выделение в нем информативного содержания, адекватного цели действия, формирование чувственного образа [3].

Социальная перцепция – по сути, синоним "восприятия", только в более глубоком смысле понимания, и именно поэтому социальная перцепция является одной из наиболее сложных и важных понятий социальной психологии [1].

Таким образом, можно отметить, что перцепция – это сложное понятие, которое позволяет человеку ориентироваться в мире, осмысливать его, воспринимать окружающих людей, понимать их и сообщая достигать поставленных целей. Здесь необходимо учитывать факт социальной обусловленности восприятия, его зависимости не только от характеристик объекта, но и от прошлого опыта субъекта, его целей, намерений, от значимости ситуации.

Итак, рассмотрим, каким же образом в общих чертах разворачивается процесс восприятия одного человека другим. Для удобства условно назовем их наблюдатель и наблюдаемый. В наблюдаемом, как правило, доступны для восприятия лишь внешние признаки – физическое состояние и стиль одежды, а так же поведение – совершаемые поступки и реакции на различные ситуации. Основываясь на перечисленном, наблюдатель, оценив их, делает некоторые умозаключения о психологических свойствах партнера. Сумма приписанных свойств дает

эмоциональный характер и располагается в пределах континуума "нравится – не нравится" [4]. На основании предполагаемых психологических свойств наблюдатель делает определенные выводы относительно того, какого поведения можно от наблюдаемых ожидать. Опираясь на эти выводы, наблюдатель строит стратегию поведения по отношению к наблюдаемому.

Можно пояснить сказанное на примере. Человек, стоящий поздним вечером на автобусной остановке, замечает приближающегося пешехода. Тот одет в темную одежду, держит руки в карманах и движется быстрой, решительной походкой. Если стоящий на остановке человек спокоен и уверен в себе, он может подумать приблизительно так: "Этот человек, видимо, замерз и очень спешит. Наверное, опаздывает домой или на свидание. Сейчас он спокойно пройдет мимо". Подумав подобным образом, наблюдатель спокойно продолжит свое ожидание.

Если же человек на остановке встревожен или мнителен, он может рассудить по-другому: "Почему у него руки в карманах? Как он быстро надвигается на меня! У него может быть худое на уме. Вид больно подозрительный...". Подумав таким образом, человек скроется в тень ("от греха подальше") [2]. Весь описанный процесс социальной перцепции может быть представлен в виде схемы (рисунок).

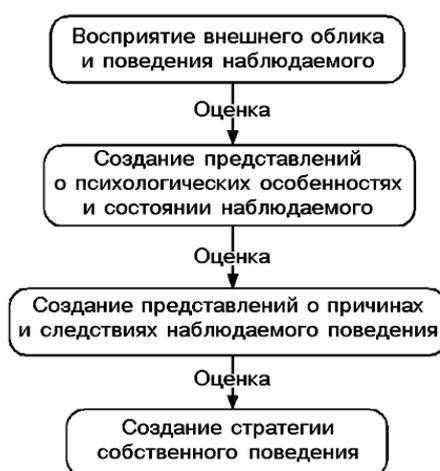


Рис. Процесс социальной перцепции

Таким образом, видно, что человек строит свое поведение на основании первичного восприятия объекта или ситуации. Здесь немаловажную роль играет процесс интерпретации полученных данных, от которого зависят его ответные действия.

Социальная перцепция обеспечивает взаимодействие людей, во многом определяет характер человека, так как поведение, возникшее в результате процессов восприятия и интерпретации, служит началом перцептивных процессов для его партнера. Так, шаг за шагом, выстраивается взаимодействие [2].

В современной социальной психологии выделено и изучено несколько механизмов социального познания, которые могут быть разнесены по трем группам в соответствии с социальной ситуацией, в которой они обычно используются.

Первая ситуация – ситуация ролевого, межгруппового взаимодействия, в которой партнер воспринимается как носитель определенной роли, принадлежащий к некоей социальной группе. В этой ситуации, как правило, ставится задача присвоения ему определенных признаков, на основе которых может быть построен поверхностный, первичный контакт. Ситуация может быть определена как монологическая, объектная, так как другой человек воспринимается здесь сквозь призму социально выработанных ролевых и межгрупповых представлений, обобщений. Механизмы восприятия, соответствующие этой задаче, – схемы первого впечатления, стереотипизация, физиогномическая редукция, внутригрупповой фаворитизм.

Вторая ситуация – ситуация межличностного взаимодействия, требующая не просто категоризации воспринимаемого, соотнесения его с определенной группой или ролью, но и понимания, установления доверительных отношений в процессе общения или совместной деятельности. Ситуация может быть определена как диалогическая, ориентированная на взаимопонимание. Механизмы понимания – идентификация, эмпатия, аттракция, социальная рефлексия.

Третья ситуация – достаточно специфическая, связанная с возникновением непонимания партнера, прежде всего, того, с которым предполагается установить определенные отношения или наладить совместную деятельность. Непонимание предполагает анализ причин поведения, соответственно механизм социального познания, применяемый в такой ситуации, – причинно-следственное приписывание, или каузальная атрибуция [5].

Видно, что описанные ситуации проводят нас от первичного восприятия к последующему взаимопониманию и построению доверительных отношений, что является немаловажным фактором для организации эффективной коллективной работы.

Дальше рассмотрены схемы типового восприятия. В их основе лежит "эффект ореола": если первое впечатление о человеке в общем позитивно, наблюдатель склонен его переоценивать, если негативно – недооценивать. Ю. Крижанская и В. Третьяков выделяют три основных фактора, ответственных за возникновение оценочной ошибки при формировании первого впечатления: превосходство, привлекательность, сходство. Соответственно они выделяют и три схемы формирования первого впечатления. Каждая схема "запускается" определенным фактором, так или иначе присутствующим в ситуации знакомства: фактором превосходства, фактором привлекательности партнера и фактором сходства воспринимаемого лица с наблюдателем.

Таким образом, влияние одного из факторов, а порой и нескольких влечет за собой создание неких стереотипов для наблюдателя, которые в дальнейшем будут влиять на его оценку других наблюдаемых и тем самым приводить ее к ошибочным выводам.

Стереотип – это устойчивый образ или устойчивое представление о каких-либо явлениях, людях, событиях, свойственное представителям той или иной социальной группы. Стереотипизация – процесс формирования впечатления о воспринимаемом человеке на основе выработанных группой стереотипов [6].

Разные социальные группы вырабатывают стереотипы, устойчивые объяснения определенных фактов, привычные интерпретации вещей. Это вполне логично, так как стереотипизация – необходимый и полезный инструмент социального познания мира. Он позволяет быстро и на определенном уровне достаточно надежно категоризовать, упрощать социальное окружение человека. Сделать его понятным, а следовательно, прогнозируемым.

В исследовании дано первоначальное рассмотрение механизма восприятия, представлены механизмы социального познания. Все это должно дать толчок к более глубокому рассмотрению этого вопроса.

Последующая работа направлена на рассмотрение вопросов стереотипизации восприятия, формирование и развитие "Я-концепции", убеждений, лежащих в ее основе.

Научн. рук. Нечепуренко А. И.

Литература: 1. Андреева Г. М. Социальная психология : учебник / Г. М. Андреева. – 2-е изд., доп. и перераб. – М. : МГУ, 2006. – С. 112. 2. Бодалев А. А. Восприятие и понимание человека человеком / А. А. Бодалев. – М., 2004. – С. 245. 3. <http://ru.wikipedia.org/wiki/Восприятие>. 4. <http://ethnopsychology.narod.ru/study/perception/artefact.htm>. 5. Социальная психология : учебн. пособ. для вузов / сост. А. В. Мокашенцева. – Новосибирск : Сибирское соглашение ; М. : ИНФРА-М, 2007. – С. 278. 6. Московичи С. Общество и теория в социальной психологии / С. Московичи // Современная зарубежная социальная психология. Тексты. – М., 2004. – С. 45.