**КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«ОРГАНИЗАЦИОННОЕ ПОВЕДЕНИЕ»**

**ТЕМА «ПРОЦЕСС ВОСПРИЯТИЯ»**

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

ВВЕДЕНИЕ

1. ОЩУЩЕНИЕ И ВОСПРИЯТИЕ
2. ВОСПРИЯТИЕ КАК ПРОЦЕСС
3. ВОЗМОЖНЫЕ ОШИБКИ И ИСКАЖЕНИЯ ПРИ ВОСПРИЯТИИ
4. ВОСПРИЯТИЕ ЧЕЛОВЕКА

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

**ВВЕДЕНИЕ**

Тема данной работы является весьма актуальной и интересной для изучения. Ведь восприятие – это весьма сложный позитивный процесс, формирующий уникальную картину мира, которая может значительно отличаться от реальности. Признание разницы между воспринимаемым миром и миром реальным крайне необходимы для понимания организационного поведения.

В ходе работы я ознакомилась и пользовалась материалами различных авторов, также уделяющих внимание изучению процесса восприятия, а именно: О.С. Виханского, А.И. Наумова, П.М. Дизеля, У.М. Раньяна и др. За основу я взяла материалы из «Хрестоматии по организационному поведению», где собраны воедино все вышеуказанные источники.

Цель написания работы заключается в раскрывании сущности процесса восприятия, его составляющих, а также факторов, оказывающих влияние на восприятие человека.

При этом моими задачами были следующие: показать взаимосвязь ощущения и восприятия, рассмотреть восприятие как процесс получения из окружения и обработки информации, показать, из чего складывается восприятие человеком организационного поведения, указать на возможные ошибки и искажения при восприятии, более подробно рассмотреть особенности восприятия человека, которое сильно влияет на многие важные организационные процессы.

**1. ОЩУЩЕНИЕ И ВОСПРИЯТИЕ**

Отправной точкой в изучении восприятия служит выявление взаимосвязи между восприятием и ощущением.

Природа рецепторных аппаратов у различных видов живот­ных весьма различна и позволяет воспринимать звуковые или свето­вые волны более или менее высокой частоты: собака слышит ультра­звуки, пчелы воспринимают ультрафиолетовые лучи, некоторые животные не различают цветов...

Человек занимает свое место в этой иерархии, и, хотя диапазон волн, которые он способен воспринять, довольно широк, он улав­ливает далеко не все. Более того, даже внутри одного вида ощущение варьирует в зависимости от качества сенсорных аппаратов. У одного хорошее зрение, но посредственный слух, другой может похвастать­ся качеством и остротой обоняния.

Закон Вернера—Фехтера сформулирован следующим образом:

*абсолютный порог ощущения —* это наименьшая интенсивность сти­мула, достаточная для того, чтобы вызвать ощущение;

*дифференциальный порог ощущения —* это увеличение интенсивно­сти раздражителя, достаточное для того, чтобы вызвать у субъекта изменение ощущения.

Именно Фехтер сформулировал отношение, существующее меж­ду ощущением и раздражителем: ощущение увеличивается как лога­рифм раздражения.

Ощущение называется *элементарным,* если оно физиологически и анатомически точно определено. Оно, следовательно, соответству­ет конкретному типу рецептора и типу системы передачи.

Ощущение называется *сложным,* если оно связано с различными сенсорными органами и требует их согласованного действия. Боль­шинство наших ощущений — сложные. Так, например, курильщик ощущает не только вкус табака, его дополняют обонятельные и зри­тельные ощущения.

Количество основных сообщений, которые получает кора голов­ного мозга в течение жизни человека, можно оценить в миллион миллиардов. Однако по-прежнему остается открытым вопрос, заре­гистрировал ли мозг эти сообщения, как он их истолковал и проана­лизировал. Именно он, как мы сказали, отбирает информацию и для этого принимает во внимание то, что знает, т.е. прошлый опыт.

На уровне коры головного мозга ощущение перестает быть им­пульсом физико-химического типа и приобретает смысл. Здесь осу­ществляется *переход от ощущения к восприятию.*

Таким образом, ощущение относится к элементарным актам поведения, которые во многом определяются физиологическими функциями.

Восприятие – явление более сложное и емкое, чем ощущение. Процесс восприятия характеризуется как сложное взаимодействие процессов выбора, систематизации и интерпретация. В целом процесс восприятия как бы добавляет и вынимает из картины «реальность» чувственного мира.

Завершающим событием в процессе восприятия может быть реакция или поведение (явное или завуалированное), которое необходимо, чтобы восприятие рассматривалось как поведенческое событие, как важная составляющая организационного поведения.

# 2. ВОСПРИЯТИЕ КАК ПРОЦЕСС

Поведение человека во многом зависит от того, как он вос­принимает ситуацию, в которой находится. Восприятие является важ­ным источником объяснения поведения. К тому же, изменяя восприятие той жизненной ситуации, в которой находится человек, можно изменить его поведение. Таким образом, изучение восприятия — одна из основных задач психологии.

Все люди различны. Эти различия проявляются во всем многооб­разии характеристик человека. Люди имеют разный возраст, пол, образование, говорят на разных языках и по-разному ведут себя. Это разнообразие существенно расширяет потенциал и возможности орга­низации, и оно же порождает трудности в ее управлении, а также проблемы и конфликты во взаимодействии человека с организаци­онным окружением.

Создавая роли, организация стремится к стандартизации и уни­фикации. Однако если большинство ролей можно стандартизировать, то поведение большинства людей с трудом вписывается в стандарти­зированные рамки. Для того чтобы определить противоречия между стандартизацией и разнообразием поведения человека, а также меж­ду поведением человека и нормами организационного окружения, необходимо понимать и знать, что является основополагающим в поведении человека, т.е. необходимо знать, как он воспринимает себя и окружающих, каким образом он реагирует на те или иные стиму­лирующие воздействия, чем мотивируются его предпочтения, что для него неприемлемо, а что само собой разумеется. Тремя осново­полагающими личностными началами поведения человека являются (здесь используется терминология О.С. Виханского и А.И. Наумова) восприятие, критериальная основа и мотивация. [[1]](#footnote-1)

***Восприятие*** может быть определено как процесс получения из окружения и обработки информации. Сам по себе этот процесс един для всех. На входе — получение ин­формации из внешней среды, далее обработка этой информации и приведение ее в определенный "порядок" и, наконец, на выхо­де - систематизированная информация, заключающая в себе представление человека об окружающей среде и ложащаяся в основу его действий, т.е. информация, выступающая исходным материалом для поведения человека. Несмотря на внешнее еди­нообразие процесса, восприятие каждым человеком действитель­ности различно. Оно всегда носит субъективный характер. Даже если воспринимаются совершенно одинаковые явления, на вы­ходе каждый индивид имеет собственную информацию о них, которая может существенно различаться у различных индиви­дов. В жизни очень часто бывает так, что люди смотрят на одно и то же явление, но видят его совершенно по-разному.

Восприятие человеком организационного окружения скла­дывается из двух процессов: ***отбор информации*** и ***систематиза­ция информации***, каждый из которых осуществляется как в соответствии с общими закономерностями, так и под влиянием ин­дивидуальных особенностей личности.

Важнейшей особенностью ***отбора информации*** является то, что он носит селективный характер. Используя доступные ему каналы получения информации, человек воспринимает зритель­ную, звуковую, осязательную информацию и запах. Однако он воспринимает не всю поступающую к нему информацию. Он слышит или видит не все звуки и не все световые "сигналы, а только те, которые имеют для него специальное значение. При этом на отбор информации влияние оказывают не только физические возможности органов чувств воспринимать инфор­мацию, но и такие составляющие личности человека, как отно­шение к происходящему, предыдущий опыт, его ценности, настроение и т.п., т.е. информация как бы проходит через психо­логический фильтр. Отбор позволяет человеку отбросить неваж­ную или ненужную информацию. Например, не слышать разго­вора людей, стоящих рядом, в том случае, если он его не интере­сует. В то же время отбор информации может привести к потере важной информации, к существенному искажению реальности. Защищая мозг человека от перегрузки, облегчая психологичес­кие нагрузки, давая "отдохнуть" органам чувств, отбор инфор­мации в то же время делает абсолютно невозможным полное восприятие человеком наблюдаемой действительности, обязатель­но приводит к искаженному восприятию действительности и воз­никновению разновидения одинаковых явлений отдельными людьми. Человек получает информацию из окружения с помо­щью органов чувств: зрение, слух, осязание, обоняние, вкус. Наибольший объем информации идет через органы зрения и че­рез органы слуха. Получаемая с помощью органов чувств ин­формация всегда фактологична и всегда это информация данно­го момента времени. Нельзя потрогать то, что было вчера, или увидеть то, что будет завтра. Важной особенностью информа­ции, получаемой с помощью органов чувств, является то, что она носит преимущественно объективный характер, хотя в це­лом она и не адекватна полностью отражаемой ею реальности.

Органы чувств играют очень большую роль в восприятии человеком реальности. Однако они не являются единственным источником - получения информации. Не менее важную роль в получении информации играет интуиция. Используя вообра­жение как основное средство получения информации, интуиция позволяет человеку "видеть" то, что ему не доступно с помощью органов чувств. Информация, получаемая с помощью интуиции, относится к будущему, она связана с возможными событиями, действиями и носит предсказательный характер. ***Систематиза­ция информации*** предполагает обработку информации с целью приведения ее к определенному виду и интерпретацию информа­ции, позволяющую индивиду определенным образом отреагиро­вать на полученную информацию. Обработка информации рас­полагает ее в определенном порядке, придает ей некие завер­шенные формы, что наполняет информацию определенным смыс­лом и значением. Обработка информации создает образы, формы, которые человек может распознать, и которые понимаются им определенным образом. При этом происходит процесс сведе­ния комплекса информационных сигналов до упрощенных син­тезированных образов и категорий.

Выделяется три общих правила **обработки информации**, позволяющих свести ее до образов:

* установление соотношения фигуры и фона;
* завершение образов;
* установление сходства и приблизительности.

В первом случае в общей "картине" информации выделяет­ся то, что является "фигурой", то есть смыслом "картины", ее образом. Соответственно то, что не является "фигурой", превра­щается в "фон". Часто "фигура" выделяется однозначно. Одна­ко бывают ситуации, когда "фон" может быть воспринят как "фигура", а "фигура" рассматриваться "фоном". В этом случае обработанная информация может превратиться совсем в другой образ и обрести совсем другой смысл.

Завершение образов позволяет создать цельный образ по отдельным частям, даже если для этого нет достаточной ин­формации. Часто данный процесс обработки информации может приводить к созданию неверных образов и неверной интерпрета­ции поведения других, а также порождать неверную интерпре­тацию индивидом воздействий, поступающих в его адрес со сто­роны организационного окружения. Установление сходства и приблизительности приводит к тому, что, во-первых, по от­дельным элементам и характерным чертам удается выделить из общего объема информации отдельные образы и формы, име­ющие некие обобщающие черты. Во-вторых, этот принцип обра­ботки информации проявляется в том, что различные образы и соответственно явления группируются в некие обобщенные груп­пы путем сглаживания либо же игнорирования индивидуальных особенностей каждого явления.

**Систематизация информации** человеком проводится двумя способами. Первый способ - это логическая обработка инфор­мации. Для данного способа характерно систематическое и пос­ледовательное па основе логических операций преобразование информации. Это так называемый научный способ обработки информации. Но человек не только логически обрабатывает ин­формацию, доводя ее до состояния, позволяющего осуществлять действия в ответ па полученные воздействия из среды. Человек обрабатывает информацию, также используя чувства, предпоч­тения, эмоции, убеждения. В этом случае информация обраба­тывается по принципам "люблю – не люблю", "нравится - не нравится", "хорошо - плохо", "лучше - хуже", "приемлемо -неприемлемо" и т.п. Восприятие является очень сложным, мно­гогранным и быстротекущим процессом. Неверно думать, что фазы отбора, обработки и оценки жестко разграничены и следу­ют одна за другой в четко определенной форме и по однозначной схеме. В действительности это практически одновременно и за­частую молниеносно разворачивающиеся процессы, составляю­щие вместе восприятие человеком окружения. При этом, хотя и отбор, и систематизация информации в целом осуществляются в соответствии с определенными принципами, для каждого чело­века характерна индивидуальность в протекании этих процес­сов. Это всегда делает восприятие индивидуальным и субъектив­ным. Поэтому, чтобы эффективно взаимодействовать с челове­ком и управлять им, необходимо знать хотя бы в общем виде то, каковы характерные черты восприятия данным человеком дей­ствительности.

При всем разнообразии факторов, влияющих на восприятие человеком действительности, можно указать на несколько **внут­ренних** и **внешних** факторов, оказывающих стабильное влияние на восприятие человека. Среди **внутренних** по отношению к человеку факторов выделяются следующие:

* люди быстрее воспринимают знакомые им сигналы, чем незнакомые;
* люди быстрее воспринимают сигналы, по отношению к которым у них есть сильное чувство, как позитивного, так и негативного характера;

•люди по-разному могут воспринимать сигнал, в зависимости от того, что предшествовало этому восприятию и какое со­стояние (потребности и ожидания) они имеют во время воспри­ятия сигнала.

**Внешними факторами**, влияющими на восприятие челове­ком действительности, являются следующие:

•интенсивность передаваемого сигнала (светлое и гром­кое воспринимается быстрее);

* подвижность сигнала (движущиеся сигналы воспринима­ются в большей степени, чем неподвижные);
* размер (большие объекты воспринимаются проще, чем маленькие);
* состояние окружения, в котором находится человек (фор­мы, цвета, звуки и т.п.).

Так как восприятие является очень сложным и неоднознач­ным процессом, зависящим от влияния многих факторов, в час­тности предыдущего опыта, текущего состояния человека, воз­действия внешней среды, оно зачастую может быть ошибочным. Можно указать на несколько распространенных способов вос­приятия, которые затрудняют, создают барьеры и приводят к ***ошибкам в восприятии*** реальности человеком.

**3. ВОЗМОЖНЫЕ ОШИБКИ И ИСКАЖЕНИЯ ПРИ ВОСПРИЯТИИ**

**Стереотипизация** широко распространена при восприятии человеком реальности. Путем сведения более сложного и ориги­нального явления к определенному стереотипу и, соответствен­но, упрощенному представлению об этом явлении она помогает сиять неопределенность, устранить неясность, и тем самым об­легчить процесс познания. Но в то же время она зачастую при­водит к искаженному восприятию явления, приписывая ему те черты, которых у него нет, и наоборот, отбрасывая некоторые существенные черты явления. Стереотипы часто не соответству­ют явлению уже потому, что они отражают усредненное воспри­ятие этого явления в прошлом. Поэтому зачастую они не только отсекают индивидуальные черты, но даже не соответствуют ус­редненному явлению. В этом случае стереотипное восприятие явления приводит к неверным выводам, создает неверные ожи­дания и порождает неадекватные действительности реакции и поведение человека.

Негативным проявлением стереотипа восприятия в жизни организации является априорная оценка и априорный взгляд на людей с позиции отнесения их к определенным стереотипным группам. Это может приводить к дискриминации по половому возрастному или национальному признаку, ущемляя права че­ловека и нанося ущерб деятельности организации.

Часто в процессе восприятия явления происходит *перенос оценок* отдельных характеристик явления на другие его характе­ристики или же *обобщение оценки* отдельной характеристики до уровня аналогичной оценки явления в целом. Данное обобще­ние может приводить в целом, как к позитивному, так и негатив­ному восприятию явления, что может совершенно не соответ­ствовать реальности. Наиболее часто это проявляется при вос­приятии людей, когда на основе оценки отдельных черт характе­ра или же отдельных умений и способностей человека делается обобщенный вывод о нем как о личности в целом или же, как о работнике вообще.

Перенос и обобщение оценки отдельных черт человека мо­жет играть сильную негативную роль во взаимодействии челове­ка и организационного окружения. В частности, он может ока­зывать большое негативное влияние на выполнение работником своих ролевых обязанностей. Получив определенное представ­ление о выполнении членом организации отдельных действий или операций, руководитель может думать, что и всю остальную работу, которую он не видит, работник выполняет точно так же. Это приводит к стремлению работника не делать явных ошибок, вместо того чтобы стремиться к очень хорошей работе. Либо же стараться работать не вообще хорошо, а только тогда, когда это может заметить руководитель. Часто данная особенность воспри­ятия приводит к тому, что члены организации, которые в своей деятельности ближе к руководству и чаще с ним общаются, оце­ниваются в целом относительно выше, чем работники, успешно справляющиеся со своей работой, но находящиеся вне поля зре­ния руководства.

К серьезному искажению восприятия окружения приводит *проекция* человеком своих собственных чувств, настроений, пе­реживаний, опасений, мотивов деятельности и т.п. на других людей. Люди могут объяснять мотивы действия других в соот­ветствии с тем, почему они сами осуществляют аналогичные дей­ствия, и впадать при этом в глубокое заблуждение. Отмечено, что люди склонны приписывать свои негативные черты другим, создавая тем самым некое оправдание своему поведению. Нега­тивным проявлением проекции в организационном поведении является ложное представление человека о том, что окружаю­щие хотят того же, чего хочет он. Это порождает неадекватные ожидания и действия, которые приходят в противоречие с орга­низационным окружением. Работоспособный начальник может считать, что все его подчиненные также очень напряженно рабо­тают. Это же может быть далеким от реальности. И наоборот, ленивый начальник может необоснованно подозревать всех в том, что они отлынивают от работы.

Сильное влияние на восприятие человеком определенной действительности может оказывать *первое впечатление.* Зачас­тую бывает так, что все дальнейшее видение человека или, по крайней мере, достаточно долгосрочное его восприятие находит­ся в плену у первого впечатления. Сильное первое впечатление может оказывать двоякое влияние на дальнейшее восприятие. Оно может способствовать сохранению аналогичного восприя­тия, даже если оно и не соответствует действительности, но мо­жет приводить и к резкой смене восприятия, что также может быть неадекватным реальности. В организационном поведении человека-первое впечатление может способствовать более быст­рому и легкому вхождению в организационное окружение и ус­коренному установлению нормального взаимодействия между человеком и "окружением. Поэтому для нового члена организа­ции очень важно правильно провести свой первый контакт с орга­низацией. Окружению, и особенно руководству, в свою очередь следует опасаться сильно полагаться на первое впечатление, так как оно может сформировать неверный образ и породить нео­правданные ожидания.

Стереотипизация, обобщение, приписывание другим черт, желаний и настроений, им не присущих, следование первому впечатлению и тому подобные формы восприятия могут порож­дать множество проблем, трудностей и ошибок в организацион­ном поведении и вызывать предубеждения, которые могут отри­цательно сказываться на многих организационных процессах, и в частности на найме, продвижении по службе, вознаграждении и увольнении работников. Поэтому желательно, чтобы как мож­но большее количество людей в организации знало об этом и старалось по возможности учитывать это, критически расцени­вая свое восприятие. Особенно важно это для руководящего состава. Естественно, абсолютно верного и свободного от влияния личностных черт человека восприятия нет и, не может быть в принципе. Однако это не означает, что люди не должны стремиться более объективно воспринимать реальность, пытаться понять особенности и характерные черты присущего им восприятия окружения для того, чтобы сознательно корректировать воспринятую ими информацию.

**4. ВОСПРИЯТИЕ ЧЕЛОВЕКА**

Одним из самых важных с точки зрения взаимодействия человека и организационного окружения процессов восприятия является восприятие человека. То, каким мы видим человека, какие черты характера мы ему приписываем, как расцениваем его поведение, принципиально определяет то, как мы строим, отношения и как мы взаимодействуем с этим человеком. Восприятие человека сильно влияет на многие важные организационные процессы, такие, например, как отбор и назначение людей на должности на основе интервью, проведение переговоров, оценка предложений по результатам устного сообщения, форми­рование рабочих групп и т. п.

*Восприятие человека состоит из* *двух стадий*. *Первая стадия* *- это* *первое впечатление о человеке.* Обычно оно бази­руется на очень небольшом количестве информации о человеке и находится под сильным влиянием привычек и представлений воспринимающего. Например, если воспринимающий любит шутить и улыбаться, то первое восприятие человека, обладаю­щего такими же качествами, обычно бывает завышено в положи­тельную сторону. Первое впечатление оказывает сильное воздействие на дальнейшее восприятие человека. Однако, тем не менее, оно не является на сто процентов определяющим. *На вто­рой стадии* восприятия человека происходит более глубокое и широкое знакомство с его личностными характеристиками, стилем поведения, квалификацией и подходом к выполнению обя­занностей. Восприятие человека в различных ситуациях и при, различных обстоятельствах позволяет выяснить его устойчивые черты и характеристики. Это может привести к корректировке или даже отказу от первого впечатления.

**Восприятие человека складывается под влиянием трех составляющих:**

* воспринимаемый человек,
* воспринимающий человек,

•ситуация, в которой происходит восприятие.

От того, как выглядит воспринимаемый человек, как он ве­дет себя в общении, каковы его "анкетные" данные, существенно зависит восприятие человека. В целом это может показаться неверным с абстрактной или идеалистической точки зрения спра­ведливого взгляда на каждого человека. Однако это реальность, которая существует, которую нельзя устранить нравоучениями, нормативными актами и распоряжениями, которую нужно при­знавать и с которой нужно считаться, как бы нам ни хотелось того, чтобы этого различия в восприятии человека не существовало.

*Выделяется три группы характеристик воспринимаемого человека, которые влияют на его восприятие окружающими:*

* физические и соответствующие им характеристики;
* социальные характеристики;
* "анкетные" характеристики.

К числу наиболее существенных с точки зрения влияния на восприятие человека **физических характеристик** относятся его внешность, рост, телосложение, жестикуляция, мимика и цвет кожи. Проводимые психологические исследования показывают, что каждая из данных характеристик вызывает определенные ассоциации у воспринимающего. Данные ассоциации могут несоответствовать реальности, создавать неверный образ вос­принимаемого. Однако они оказывают очень сильное влияние па восприятие. В разных странах и культурах может быть различное толкование этих характеристик человека, что может при­водить к еще более существенному искажению восприятия. В наибольшей степени данное замечание относится к трактовке жестикуляции и мимики человека, так как отдельные жесты или же определенное выражение лица могут иметь диаметрально про­тивоположный смысл.

**Социальными характеристиками** человека, оказывающими влияние на его восприятие окружением, являются его стиль и манера ведения разговора и стиль и манера одеваться. Очень часто люди с определенным уровнем образования, относящиеся к определенным профессиям или же принадлежащие к опреде­ленным социальным группам, имеют определенную манеру разговора, интонацию и стиль ведения беседы. Поэтому в зави­симости от того, как говорит человек, может складываться его восприятие. Аналогичная ситуация наблюдается и в случае с вне­шним видом, стилем и манерой одеваться. В любом обществе наблюдается стремление людей к униформизации, чаще всего отражающей их социальное положение или профессиональный статус. Поэтому по тому, как человек одет, очень часто делается вывод о нем, о его служебном статусе, профессии и положении в обществе. Не всегда эти выводы адекватны действительности, но почти всегда эти выводы оказывают существенное влияние на восприятие человека окружающими. В связи с этим очень важно обращать серьезное внимание на эти моменты при стремлении добиться позитивного восприятия окружением.

**Анкетные данные**, такие как пол, возраст, образование  
национальность, религия, сфера деятельности и т.п., достаточно  
сильно влияют на наше восприятие человека. Стереотипные пред­ставления, соответствующие этим характеристикам, как бы подменяют реальный образ воспринимаемого человека, создавая очень часто при восприятии человека искаженное представление о нем. В то же время необходимо знать, что полностью устранить влияние анкетных данных на восприятие человека окружением невозможно. Поэтому, вступая в контакт с окружением, человек  
должен предвидеть то, как он будет восприниматься с учетом его   
"анкетных" характеристик. Это может существенно помочь ему  
реалистично и более успешно построить свое взаимодействие   
с окружающими.

Три группы характеристик *воспринимаемого человека* отражают то, каким человек предстает окружению. Однако это не значит, что все в окружении его воспринимают совершенно одинаково в соответствии с его характеристиками. Например, одна и та же манера одеваться может вызывать у разных людей разное представление о человеке. И это связано с тем, что восприятие человека зависит также и от характеристик восприни­мающего.

*То, как воспринимающий смотрит на воспринимаемого человека, находится под влиянием двух групп характеристик воспринимающего:*

* уровень глубины видения ситуации;
* личностные и социальные характеристики.

В одном и том же явлении одни люди способны увидеть только его отдельные, упрощенные и поверхностные характери­стики. Другие видят явление более глубоко, воспринимая его и описывая через более сложные характеристики. Например, при восприятии человека первые увидят его

*внешние данные* (вне­шний вид, манеру говорить, отдельные жесты и т.п.), вторые же увидят *отдельные черты характера* (добрый, завистливый, самоуверенный и т.п.). Существует и более глубокая сте­пень восприятия, когда формируется картина из совокупности нескольких характеристик как позитивного, так и негативного планов, находящихся между собой в определенном соотношении (добрый, но ленивый, завистливый и способный и т.п.). Лично­стные и социальные характеристики воспринимающего в основ­ном проявляются в терпимости к неопределенности, в готовнос­ти открыто и непредвзято воспринимать явления, априорно доб­рожелательном восприятии человека и т.п. Люди, у которых больше уверенности, больше терпимости к новому и неясному, более способны к восприятию новых людей. Наоборот, люди закомплексованные, с однозначным взглядом на явления вос­принимают других с трудом и неадекватно реальности. Они склон­ны приписывать им те черты и характеристики (преимуществен­но отрицательные), которых у них нет, и наоборот - не видеть многие черты, которые имеют позитивный характер.

Восприятие человека в значительной мере зависит от того, *в какой* *ситуации* оно происходит. *Выделяются три аспекта ситуации*, которые оказывают заметное влияние на восприятие. Во-первых, - это место, в котором происходит встреча. Напри­мер, неформальная обстановка и неформальные места встречи больше располагают к более широкому, часто позитивному и дружескому восприятию. Во-вторых, восприятие человека зависит от того, *по поводу какого дела* или *в связи с чем* состоя­лась встреча. Если событие, в рамках которого состоялась встре­ча, имеет для воспринимающего большое положительное значе­ние, то и его восприятие человека, с которым состоялась встре­ча, может быть соответственно более положительным, чем если бы он встретил его в обычной производственной ситуации. В третьих, большое влияние на восприятие оказывает то, оказывает то, *кем и от чьего имени* организована встреча. Например, восприя­тие человека, рекомендованного для встречи уважаемым или вы­сокопоставленным лицом, может существенно отличаться от вос­приятия этого же человека в том случае, если встреча состоялась по инициативе малознакомого или же неуважаемого лица.

Знание того, что восприятие человека зависит от ряда вы­шеперечисленных факторов, очень важно для установления хо­роших взаимоотношений между членом организации и органи­зационным окружением. Особенно важно это знать и использовать данное знание тем, кто входит в организацию, так как от умения создать первоначальное благоприятное восприятие очень сильно зависит их возможность успешно вписаться в организационное окружение.

**ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

Исходя из всего вышесказанного, можно подвести некоторые итоги, сделать выводы и обобщения по всем вопросам:

1. Ощущение относится к элементарным актам поведения, которые во многом определяются физиологическими функциями.
2. Восприятие – явление более сложное и емкое, чем ощущение. Процесс восприятия характеризуется как сложное взаимодействие процессов выбора, систематизации и интерпретация. В целом процесс восприятия как бы добавляет и вынимает из картины «реальность» чувственного мира.
3. Поведение человека во многом зависит от того, как он вос­принимает ситуацию, в которой находится. Восприятие является важ­ным источником объяснения поведения.
4. Восприятие человеком организационного окружения скла­дывается из двух процессов: ***отбор информации*** и ***систематиза­ция информации***, каждый из которых осуществляется как в соответствии с общими закономерностями, так и под влиянием ин­дивидуальных особенностей личности.
5. На восприятие человеком действительности влияют различные внутренние и внешние факторы.
6. Так как восприятие является очень сложным и неоднознач­ным процессом, зависящим от влияния многих факторов, оно зачастую может быть ошибочным.
7. Можно указать на несколько распространенных способов вос­приятия, которые затрудняют, создают барьеры и приводят к ***ошибкам в восприятии*** реальности человеком: стереотипизация, обобщение, приписывание другим черт, желаний и настроений, им не присущих, следование первому впечатлению и т.п.
8. Одним из самых важных с точки зрения взаимодействия человека и организационного окружения процессов восприятия является восприятие человека.
9. Восприятие человека состоит из двух стадий:1) это первое впечатление о человеке; 2)более глубокое и широкое знакомство с его личностными характеристиками, стилем поведения, квалификацией и подходом к выполнению обя­занностей.
10. Восприятие человека складывается под влиянием трех составляющих: воспринимаемый человек; воспринимающий человек; ситуация, в которой происходит восприятие.
11. Знание того, что восприятие человека зависит от ряда вы­шеперечисленных факторов, очень важно для установления хо­роших взаимоотношений между членом организации и органи­зационным окружением.

**СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ**

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. Учебник. М.: Экономисть, 2003. – 528с.
2. Организационное поведение. Хрестоматия. Учебное пособие для факультетов: психологических, экономических и менеджмента. Самара. Издательский дом «Бахрах - М», 2006. – 752с.

1. Виханский О.С., Наумов А.И. Менеджмент. Учебник. М.: Экономисть, 2003.- с.156 [↑](#footnote-ref-1)