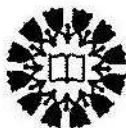


فراگرد ادراک و
ادراک اجتماعی
(مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته)

دکتر علی رضاییان

تهران

۱۳۹۳



سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)

مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی

سرشناسه: رضاییان، علی، ۱۳۲۳-

عنوان و نام بدیدآور: فراگرد ادراک و ادراک اجتماعی: مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته/ علی رضاییان.

مشخصات نشر: تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی، ۱۳۹۳.

مشخصات ظاهری: هفت، ۱۱۶ ص.: نمودار.

فروست: «سمت»: ۱۸۱۸. مدیریت: ۱۳۷.

شابک: ۶-۴۶-۲۰۰-۶۰-۹۷۸-۳۵۰۰۰ ریا

وضعیت فهرست نویسی: فیا

یادداشت: پشت جلد به انگلیسی: Ali Rezaeian, Processes of Perception and Social Perception (Advanced Organizational Behavior Management).

یادداشت: کتابخانه: ص. ۱۱۰-۱۱۶.

موضوع: رفتار سازمانی — مدیریت

موضوع: ادراک اجتماعی

موضوع: روابط اجتماعی

شناسه افزودن: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.

رده بندی کنگره: ۴ ف ۵۸/۷/۶ HD

رده بندی دیویی: ۶۵۸/۳

شماره کتابشناسی ملی: ۳۶۳۹۸۲۵

سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)

مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی



فراگرد ادراک و ادراک اجتماعی (مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته)

دکتر علی رضاییان (استاد دانشگاه شهید بهشتی)

ویراستار ادبی: معصومه اروانه

چاپ اول: پاییز ۱۳۹۳

تعداد: ۱۰۰۰

حروفچینی و لیتوگرافی: «سمت»

چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات وابسته به اوقاف و امور خیریه

قیمت: ۳۵۰۰۰ ریال. در این نوبت چاپ قیمت مذکور ثابت است و فروشندگان و عوامل

توزیع مجاز به تغییر آن نیستند.

نشانی ساختمان مرکزی: تهران، بزرگراه جلال آل احمد، غرب بل یادگار امام (ره)،

روبه روی پمپ گاز، کد پستی ۱۴۶۳۶، تلفن ۴۴۲۴۶۲۵۰-۲

www.samt.ac.ir

info@samt.ac.ir

هر شخص حقیقی یا حقوقی که تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر، نشر یا بخش یا عرضه یا تکثیر یا تجدید چاپ نماید، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

سخن «سمت»

یکی از هدفهای مهم انقلاب فرهنگی، ایجاد دگرگونی اساسی در دروس علوم انسانی دانشگاهها بوده است و این امر مستلزم بازنگری منابع درسی موجود و تدوین منابع مبنایی و علمی معتبر و مستند با در نظر گرفتن دیدگاه اسلامی در مبنای و مسائل این علوم است.

ستاد انقلاب فرهنگی در این زمینه گامهایی برداشته بود، اما اهمیت موضوع اقتضا می کرد که سازمانی مخصوص این کار تأسیس شود و شورای عالی انقلاب فرهنگی در تاریخ ۶۳/۱۲/۷ تأسیس «سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها» را، که به اختصار «سمت» نامیده می شود، تصویب کرد.

بنابراین، هدف سازمان این است که با استمداد از عنایت خداوند و همت و همکاری دانشمندان و استادان متعهد و دلسوز، به مطالعات و تحقیقات لازم بپردازد و در رشته های مختلف علوم انسانی به تألیف و ترجمه منابع درسی اصلی، فرعی و جنبی اقدام کند.

دشواری چنین کاری بر دانشمندان و صاحب نظران پوشیده نیست و به همین جهت مرحله کمال مطلوب آن باید به تدریج و پس از انتقادهای و یادآورهای پیاپی ارباب نظر به دست آید. انتظار دارد که این بزرگواران از این همیاری و راهنمایی دریغ نورزند و با پیشنهادهای اصلاحی خود، این سازمان را در اصلاح کتاب حاضر و تدوین دیگر آثار مورد نیاز جامعه دانشگاهی جمهوری اسلامی ایران یاری دهند.

کتاب حاضر برای دانشجویان رشته مدیریت رفتار سازمانی (مدیریت دولتی) در مقطع کارشناسی ارشد به عنوان منبع اصلی درس «مدیریت رفتار سازمانی پیشرفته» به ارزش ۲ واحد تدوین شده است. امید است علاوه بر جامعه دانشگاهی سایر علاقه مندان نیز از آن بهره مند شوند.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	بیشگفتار
۳	پیش درآمد: هزینه بالای ادراک نادرست
۵	فصل اول: ادراک افراد، اشیاء و رخدادها
۶	تعریف و تشریح اهمیت ادراک در استخدام، انگیزش و عملکرد، عدالت و برابری و ...
۹	ماهیت فراگرد ادراک
۱۱	عوامل اثرگذار بر فراگرد ادراک افراد، اشیاء و رخدادها
۱۲	ویژگیهای ادراک کننده
۱۳	ویژگیهای ادراک شونده
۱۴	ویژگیهای وضعیت
۱۵	ادراک زمان
۱۸	مدیریت در عمل: ادراک گزینشی مدیران
۲۰	فصل دوم: ادراک اجتماعی
۲۱	تعریف و تشریح اهمیت ادراک اجتماعی
۲۲	عوامل اثرگذار بر ادراک اجتماعی
۲۳	ویژگیهای ادراک کننده
۲۳	طرحواره‌ها (بایگانه دانشی ادراک کننده)
۲۷	ویژگیهای ادراک شونده
۲۹	ویژگیهای وضعیت
۳۰	مدیریت در عمل: شکل‌گیری برداشت از دیگران
۳۲	فصل سوم: مراحل فراگرد ادراک
۳۳	توجه و انتخاب
۳۵	سازماندهی اطلاعات
۳۶	نقش طرحواره‌ها در سازماندهی اطلاعات

تعبیر و تفسیر

معنی بخشی

مدلهای ذهنی

بازیابی

پاسخ فراگرد ادراکی

مدیریت در عمل: طراحی محل و زینت دفتر کار چه پیامی دارد؟

فصل چهارم: مدل پردازش اطلاعات «ادراک اجتماعی» و نظریه هویت اجتماعی

توالی چهار مرحله‌ای شناخت اجتماعی

مرحله اول: توجه‌گزینی / درک

مرحله دوم: کدگذاری و ساده‌سازی

مرحله سوم: ذخیره‌سازی و نگهداری

مرحله چهارم: بازیابی و پاسخ

استلزامهای مدیریتی

نظریه هویت اجتماعی

ادراک اجتماعی از طریق هویت اجتماعی

مدیریت در عمل: ادراکات میان فرهنگی تجار چینی و آمریکایی از یکدیگر

فصل پنجم: طرحواره‌ها برای تعامل اجتماعی

انواع طرحواره‌ها

چگونگی عمل طرحواره‌ها

توسعه طرحواره‌ها

سازمان درونی طرحواره‌ها

کارکردهای مبتنی بر طرحواره در برابر کارکردهای مبتنی بر داده

مدیریت در عمل: ادراک اخلاقیات در سازمان

فصل ششم: خطاهای ادراکی متداول

کلیشه‌ها

فراگرد برخورد کلیشه‌ای

چرایی برخورد کلیشه‌ای

مسائل ناشی از برخورد کلیشه‌ای

به حداقل رساندن برخورد کلیشه‌ای

۸۴	اثر هاله‌ای
۸۵	ادراک گزینشی
۸۶	فراافکنی
۸۷	آثار تباین
۸۸	مدیریت در عمل: بحران نشانه‌های رایانه‌ای
۹۰	فصل هفتم: کامیابی فراخود
۹۲	فراگرد کامیابی فراخود
۹۴	افتضائات کامیابی فراخود
۹۵	اجرایی کردن اثر پیگمالیون
۹۹	فصل هشتم: نظریه اسناد
۱۰۱	مدل اسناد کلی (اجماع، تمایز، سازگاری)
۱۰۴	مدل اسناد وینر
۱۰۷	خطاها در اسناد
۱۱۰	منابع

پیشگفتار

ادراک دارای اهمیت بنیادی در شناخت و مدیریت رفتار سازمانی است، و در رفتارهای متنوع محیط کار نقش ایفا می‌کند. مدیران باید فراگردهای اساسی ادراک را بشناسند. این امر مستلزم تشخیص این نکته است که ادراک، تعبیر و تفسیری منحصر به فرد از وضعیت می‌باشد، نه ثبت دقیق آن. به بیان دیگر، ادراک فراگرد شناختی بسیار پیچیده‌ای است که تصویر منحصر به فردی از جهان ارائه می‌دهد، و می‌تواند کاملاً متفاوت از واقعیت باشد. در رفتار سازمانی، ادراک هر کارمند را می‌توان به عنوان پالونه‌ای منحصر به فرد در نظر گرفت که تا حد زیادی اکتسابی است و هیچ کس یادگیری و تجربیات یکسانی با دیگری ندارد. بنابراین، وضعیتها و محرکهای یکسان می‌تواند واکنشها و رفتارهای بسیار متفاوتی ایجاد کند. در برخی از تحلیلهای صورت پذیرفته از رفتار کارکنان، وزن زیادی به پالونه فردی داده شده است:

پالونه فرد به وی می‌گوید به چه محرکی توجه کند و کدامین را نادیده انگارد، کدامیک را دوست بدارد و از کدامین تنفر داشته باشد. به بیانی، انگیزه‌های درونی آدمی را خلق می‌کند: رقابتی، دیگرخواه یا خودمحور. پالونه هر کس بیش از نژاد، جنسیت، سن یا ملیت بیانگر اوست، و تمام الگوهای فکری، احساسی و رفتاری را در آن خلق می‌کند.

شناخت تفاوت میان این دنیای ادراکی پالایش شده و جهان واقعی برای شناخت رفتار سازمانی حیاتی است. برای مثال در حالی که بسیاری از همکاران یک مدیر ممکن است احساس کنند که از نظر روانی مجبورند ارتقا را بپذیرند پیش فرض همگانی مدیران آن است که همکارانشان همواره ارتقا می‌خواهند. به عبارت دیگر دنیای ادراکی مدیر ممکن است از دنیای ادراکی همکارانش کاملاً متفاوت بوده، با واقعیت فاصله بسیار داشته باشد.

یکی از بزرگ‌ترین مسائلی که رهبران جدید سازمانی باید بر آن غلبه یابند ادراکات نادرست و گاهی منفی از کارکنانشان است که به نظر می‌رسد با شناخت دقیق مفاهیم مربوط به ادراک حاصل می‌شود. پس از شناخت کامل، منطقی است که کاربردهای مستقیم ادراک و فنون آن به کار گرفته شود. نقطه آغاز، شناخت تفاوت میان حس و ادراک، و داشتن دانش کاربردی از فراگردهای فرعی شناختی ادراک است.

به طور معمول برداشتهای فراوانی درباره رابطه میان حس و ادراک وجود دارد. دانشمندان علوم رفتاری عموماً توافق دارند که «واقعیت آدمها» (جهان پیرامونشان) به حواسشان وابسته است. به هر حال داده‌های خام حسی کافی نیست، آدمها باید این داده‌های حسی را پردازش کنند، و به عبارت دیگر به منظور شناخت جهان اطراف خود باید به آنها معنی بخشند. بدین ترتیب نقطه آغاز در مطالعه ادراک، شفاف‌سازی رابطه میان ادراک و حس است.

حواس جسمانی عبارت‌اند از: بینایی، شنوایی، بویایی، چشایی. به علاوه حواس فراوان دیگری به نام حواس ششم وجود دارند که هیچ‌یک از آنها به اندازه شهود به طور کامل توسط روان‌شناسان پذیرفته نشده‌اند. حواس پنج‌گانه همواره با محرکهای متعددی که درون یا بیرون پیکر انسانی‌اند بمباران می‌شوند. نمونه‌های محرکهای خارجی شامل امواج نور، امواج صدا، انرژی مکانیکی، فشار و انرژی شیمیایی از چیزهایی که آدمی می‌تواند ببیند یا بچشد می‌گردد و محرکهای درونی شامل انرژی تولید شده عضلات، عبور غذا از طریق سیستم هاضمه، غدد ترشح‌کننده اثرگذار بر هورمون‌ها می‌شود. این مثالها دلالت بر آن دارد که حس عمدتاً با رفتار بسیار اولیه‌ای سروکار دارد که تا حد زیادی با کارکرد جسمانی (فیزیولوژیکی) تعیین می‌شوند. به هر حال نکته مهم‌تر آنکه پژوهشگران اکنون می‌دانند گوشها، چشمان، انگشتان و بینی صرفاً وسیله انتقال علائمی‌اند که بعداً توسط سیستم عصبی مرکزی پردازش می‌شوند؛ همان‌گونه که یک زیست‌شناس مولکولی اظهار می‌دارد: «بینی بو نمی‌کشد، مغز بو می‌کشد» [برون لی و واتسون، ۱۹۹۷، ۵۲]. بدین طریق انسانها از حواس برای تجربه رنگ، درخشندگی، شکل،

بلندی صدا، زیر و بم بودن صدا، گرما، عطر و مزه استفاده می کنند. ادراک بسیار پیچیده تر و گسترده تر از حس است. فراگرد ادراکی یا پالونه را می توان تعامل پیچیده انتخاب، سازماندهی و تعبیر و تفسیر دانست. گرچه ادراک تا حد زیادی وابسته به حواس برای داده های خام است، فراگرد شناختی این داده های حسی را پالایش و تعدیل می کند یا به طور کلی تغییر می دهد.

پیش درآمد: هزینه بالای ادراک نادرست

گاهی ادراک نادرست می تواند واقعاً موضوع مرگ و زندگی باشد. در آغاز دهه ۷۰ (۹۰ میلادی) هر سال در ایالات متحده، حدود هشت هزار تصادف میان خودروها و قطار در تقاطعها رخ می داد. مهندسان ایمنی و کارشناسان حمل و نقل برای مدت مدیدی از تعداد زیاد این سوانح مهیبت بودند. در بسیاری از تقاطعهای راه آهن علائم هشداردهنده و موانع عبور و مرور نصب شده بود، و مهندسان لوکوموتیو نوعاً زنگ خطر را با نزدیک شدن به تقاطعها به صدا درمی آوردند. این در حالی بود که حضور قطار عظیم در حال حرکت، بسیار آشکار و جلب توجه کننده به نظر می رسید. پس چه چیزی باعث این سوانح می شد؟ آیا حماقت آدمها یا تمایل آنان به استفاده احمقانه از فرصتها علت سوانح بود؟ سرانجام پژوهشگران مشخص کردند که خطای متداول در «ادراک از حرکت» در تصادم خودروها با قطار نقش کلیدی ایفا می کند. از منظر ناظران میان اندازه شیء متحرک و سرعت ظاهری آن رابطه معکوس وجود دارد. یعنی در حالت مشاهده دو شیء دارای اندازه های متفاوت که با سرعت یکسان حرکت می کنند، به نظر می رسد شیء بزرگ تر آهسته تر حرکت می کند. به عنوان مثال دیگر، بیشتر هواپیماهای جت با یک سرعت به زمین فرود می آیند، در حالی که فرد فرود جمبو جت (مانند DC-۱۰ یا ۷۴۷) را بسیار آهسته تر حس می کند. این تلقی نادرست به وسیله اندازه بزرگ به وجود می آید. به نظر می رسد همین نوع خطای ادراکی عامل بسیاری از تصادمها میان خودروها با قطار باشد. اندازه بزرگ قطار اگرچه دیدن آن را تسهیل می کند، موجب می شود سرعت حرکت آن به طور قابل ملاحظه ای کمتر تخمین زده شود. قضاوت نادرست موتورسواران از سرعت نزدیک شدن قطار و این باور که زمان کافی برای عبور از جلوی قطار دارند بارها حادثه آفریده است [سکولر، ۱۹۹۰، ۲۶۳].