



احساس یا ادراک؟!!

آیا تا به حال از خود پرسیده‌اید که چرا افراد مختلف به موضوع واحدی نگاه می‌کنند اما برداشت‌های متفاوتی از آن دارند؟ هنگامی که اشخاص در معرض اطلاعات، وضعیت‌ها یا رخدادهای واحد قرار می‌گیرند اغلب، واکنش‌های کاملاً متفاوتی از خود نشان می‌دهند و هر کس مایل است نظر خود را درست بدانند. برای وارد شدن در این بحث، لازم است با دو اصطلاح «احساس» و «ادراک» آشنا شویم: منظور از احساس، اغلب همان حواس پنج‌گانه می‌باشد که انسان توسط آن، رنگ‌ها، صداها، شکل اجسام و اشیاء، بوها و مزه‌ها را تشخیص می‌دهد. این حواس در میان انسان‌ها مشترک است اما ادراک، مفهومی عمیق‌تر و پیچیده‌تر از احساس دارد؛ بدین معنا که انسان پس از کسب اطلاعات مختلف توسط گیرنده‌های حسی، شروع به تفسیر و پردازش آن‌ها می‌کند. بنابراین می‌توان گفت که رفتار مردم به نوع ادراک، پنداشت یا برداشت آنان بستگی دارد.

احساس، فرآیند جذب داده‌ها از محیط و ادراک، فرآیند طبقه‌بندی و تفسیر آن است و در دنیای واقعی اثبات شده که انسان‌ها بر اساس واقعیات تصمیم‌نمی‌گیرند بلکه بر اساس ادراک خود از واقعیت، تصمیم می‌گیرند؛ پس می‌توان گفت که انسان‌ها در مرحله‌ی احساس، با یکدیگر تشابه دارند، یعنی همه‌ی پدیده‌ها را به یک صورت می‌بینند یا می‌شنوند اما در مرحله‌ی ادراک، با هم تفاوت دارند.

اثر ادراک بر رفتار:

از جهان و افعال و اقدامات ما اثر می‌گذارد. در مورد نحوه‌ی شکل‌گیری قالب‌های ذهنی یا پیش‌فهم‌ها می‌توان گفت که مغز انسان به‌گونه‌ای ساخته شده که هر زمان، اطلاعاتی از حواس مختلف از طریق سیستم عصبی وارد ذهن شود، به یک‌صورت ذهنی تبدیل می‌شود و در سطح ذهن هوشیار انسان نقش می‌بندد، بنابراین تمامی صداها، رایحه‌ها، مناظر، اشیاء و... در ذهن انسان تبدیل به‌صورتی ذهنی می‌شود و این «صور ذهنی» در حافظه ذخیره و نگاه‌داری می‌شود تا هر زمان که لازم باشد، از آن‌ها استفاده گردد.

اندیشه‌ی اصلی در رویکردشناختی از جنبه‌ی روان‌شناسی اجتماعی، آن است که رفتار یک شخص، بستگی به شیوه‌ی درک او از موقعیت‌های اجتماعی دارد. مردم خودبه‌خود تصورات، افکار و باورهای خود درباره‌ی یک موقعیت اجتماعی را به‌صورت‌های ساده و معنی‌داری سازمان می‌دهند؛ درست همان‌گونه که اشیاء را به‌صورت طبقات مختلف چیدمان می‌کنند. هر قدر هم که موقعیت آشفتنه و درهم‌ریخته باشد، مردم نظم و سازمان به آن می‌بخشند و این سازمان‌دادن یعنی ادراک و تفسیر جهان، چگونگی رفتار آنان را در موقعیت‌های اجتماعی تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.

عوامل مهمی که بر ادراک اثر می‌گذارد:

۲- **تجربه‌ی گذشته:** تجربه‌ی گذشته، به آدمی آموخته که وقایع و حوادث را به‌طور نمونه‌ای ادراک کند. اگرچه دو حادثه نمی‌تواند دقیقاً یکسان باشند اما رخدادی که در گذشته دیده شده، آدمی را وامی‌دارد که همان را دوباره ببیند. تجربیات گذشته‌ی هر شخص می‌تواند کانون توجه او را محدود نماید. انسان چیزهایی را درک می‌کند که می‌تواند با آن‌ها ارتباط برقرار کند اما در بسیاری موارد، تجربیات گذشته به‌گونه‌ای عمل می‌کند که رغبت شخص به آن چیز کم می‌شود یا از بین می‌رود. نیازهای ارضانشده یا انگیزه‌ها، افراد را تحریک می‌کنند و بر ادراک آنان اثرات بسیار شدیدی می‌گذارند. انگیزه‌ها، چراغ‌های رفتار هستند؛ آن‌ها

۱- **پیش‌فهم یا پیش‌دانسته:** درک انسان از پدیده‌ها، همیشه بر یک پیش‌فهم و پیش‌دانسته استوار و با به‌کارگیری آن آغاز می‌شود. هیچ‌کس نمی‌تواند افکار و شناخت‌های خود را از عدم به‌وجود آورد و به آن‌ها شکل و سامان بخشد.

پیش‌فهم یا پیش‌دانسته که برخی، آن را «قالب‌های ذهنی» یا «هویت فکری» نامیده‌اند، مفروضات پایه و حک‌شده در ذهن، اعتقادات عمومی یا برداشت‌های کلی ماست که به‌طور ناخودآگاه بر درک و فهم ما

موجب آغاز و ادامه‌ی فعالیت می‌شوند و جهت کلی رفتار یک فرد را تعیین می‌کنند.

۳- انگیزش: هنگامی که شخص گرسنه‌ای در حال رانندگی‌ست، هرچه گرسنه‌تر می‌شود، تابلوی تبلیغات رستوران‌ها، بیش‌تر توجهش را جلب می‌کند.

در مطالعه‌ای، از کودکان خواسته شد تا اندازه‌ی سکه‌های مختلف را تشریح کنند. کودکان خانواده‌های کم‌درآمد، اندازه‌ی سکه‌ها را به‌طور قابل توجهی بزرگ‌تر ادراک کرده بودند تا کودکان خانواده‌های ثروتمند. هم‌چنین، هنگامی که آدمی خشمگین یا غمگین است، فرآیندهای ادراکی می‌تواند تحریف شده و اظهارنظرهای ساده‌ی افراد، به‌طور جدی سوءتعبیر شود.

۴- علاقه و رغبت: چون علاقه و رغبت افراد نسبت به یکدیگر، بسیار متفاوت است، بنابراین در موقعیتی خاص، آن‌چه که یک شخص بدان توجه دارد، از چیزی که دیگران آن‌را تفسیر می‌کنند، متفاوت است. اگر انسان به فهمیدن یک موضوع، علاقه‌مند نباشد، کوششی برای درک آن نمی‌کند. ادراک مانند هر عمل ارادی دیگر، از علاقه ناشی می‌شود و به‌منظور رسیدن به هدف انجام می‌گیرد.

تجربه نشان می‌دهد که در محیط‌های شلوغ و پر از اشیای گوناگون، آن‌دسته از اشیاء درک می‌شوند که شخص به آن‌ها علاقه‌مند است. هراندازه علاقه‌ی شخص به شیء خاصی زیادتر باشد، آن‌را با دقت و شفافیت بیش‌تری درک خواهد کرد. نگرش‌ها، علایق، تمایلات و آرزوها موجب می‌شود تا فرد به‌دنبال چیزی بگردد که آرزوی دیدنش را دارد. برای نمونه اگر نظر معلم درباره‌ی یک شاگرد مثبت باشد، در ورقه‌ی او به‌دنبال شاخص‌هایی خواهد بود که براساس آن‌ها می‌تواند نمره‌ی خوبی به او بدهد، اما اگر نظر او نسبت به شاگردی منفی باشد، بدین‌معنا که او را به‌عنوان شاگرد تنبل بشناسد، شاخص‌هایی در ورقه‌ی او جست‌وجو خواهد کرد که حکایت از ضعف شاگرد دارد.

۵- انتظارات: انتظارات می‌توانند نوع ادراک، پنداشت یا برداشت شخص را تغییر دهند؛ به این معنی که هرکس همان چیزی را خواهد دید که انتظار دیدنش را دارد. اگر شخصی انتظار داشته باشد که حسابداران، افرادی بسیار دقیق و جوانان، بلندپرواز و مدیران، افرادی انسان‌دوست و مردم‌دار باشند، در این‌صورت (صرف‌نظر از ویژگی‌های واقعی آن افراد) آنان را همان‌گونه خواهد دید.

انتظارات آدمی، از تجربیات گذشته شکل می‌گیرد و این انتظارات بر ادراکات جاری فرد اثر می‌گذارد؛ یعنی دست‌گاه ادراکی هرکس، طوری تنظیم شده که هر رخدادی را به‌شیوه‌ای خاص درک می‌کند. به‌عبارتی، آدمیان آن‌چه را می‌بینند که انتظار دیدنش را دارند.

منابع:

- «رفتار سازمانی» «استیفن پی- رابینز»

- «مدیریت رفتار سازمانی» «پال هرسی و کنت بلانچارد»

- «روان‌شناسی اجتماعی» «یوسف کرمی»

حمیدرضا مرادی

کارشناس ارشد مدیریت و مدرس کارآفرینی

در سرزمین عشق

شادی‌ات را هر طور که دوست می‌داری، نشان بده
اما غمت را نه!

با غمت مهربان باش، کنارش بنشین،
نوازشش کن، بگذار قطره اشکی جلوی چشمانت
را بگیرد.

نفس‌هایت را آرام‌آرام با غمت یکی کن،

بگذار غم با تو بیاید،

با غمت درددل کن!

تصویری بکش، شعری بخوان، کلمه‌ای بنویس،
گلی در گلدان بگذار، بایست و به آسمان نگاه
کن!

به یک دوست سلام کن، نیایش کن

و کم‌رنگ لبخند بزنی!

آری!

شادی‌ات را هر طور که دوست می‌داری، نشان بده
اما غمت را نه!

به غم فرصت بده در تو آشیانه کند، سپس پروازش
ده!

آن‌گاه از پرواز غم، اوج بگیر و شادمان شو!



شیرین بهادر (سپهری)