

ОСОБЕННОСТИ ВОСПРИЯТИЯ ИНФОРМАЦИИ ПРИ СЕТЕВОМ ВЗАИМОДЕЙСТВИИ

Куклина М.С., Лисовина Д.А.

Научный руководитель - О.А. Остыловская

Сибирский федеральный университет, г.Красноярск

В далеком 1956 году американский психолог Джордж Миллер доказал, что человек не может удерживать в сознании более девяти объектов одновременно. Суть магического числа семь плюс-минус два сводится к тому, что сознательное внимание человека ограничено семью плюс-минус двумя единицами информации.

Эти исследования легли в основу идеи о том, что люди воспринимают только небольшую часть внешнего мира. Они создают у себя некие фильтры, через которые проходит определенная часть информации, а остальная - не осознается. Наши органы чувств - это пять каналов, через которые мы узнаем об окружающей действительности. Часть информации мы воспринимаем через зрительный канал, часть - через слух и часть - через ощущения, вкус и запах.

Таким образом, можно выделить три основных типа восприятия:

- Визуальный (через картинки, виды, изображения);
- Аудиальный (через звуки);
- Кинестетический (через чувства).

Визуалы видят мир, аудиалы - слышат его, а кинестетики - чувствуют. С помощью трех типов восприятия мы принимаем решения о том, как реагировать на все происходящее вокруг нас. Поэтому типы восприятия также можно назвать типами мышления.

В.А. Иванов подчеркивает, что система визуально-аудиально-кинестетического типов мышления представляется несколько упрощенной. Никто не воспринимает реальность односторонне, с помощью лишь одного типа. Человек как бы переключается с одного типа на другой и обратно в зависимости от происходящего вокруг. Следует скорее говорить о более предпочтительном для конкретного человека типе мировосприятия/мышления, который он использует, находясь в комфортной обстановке, будучи расслабленным и непосредственным.

Наличие традиционной реальной коммуникации между людьми является основной отличительной чертой человека разумного. Вместе с тем «визуализация» отношений между людьми третьего тысячелетия, проявляющаяся, прежде всего, в сетевом информационном взаимодействии во время работы, обучения, отдыха, подвергает сомнению нерушимость этих традиций. Этому есть серьезные основания, к которым, по мнению И.В.Роберт, следует отнести позитив отношений между участниками сетевого взаимодействия, а именно:

- простота и комфортность осуществления коммуникации с виртуальным партнером;
- превалирование аудиовизуального представления информации;
- анонимность, возможность высказывать любые, даже самые сокровенные мысли;
- возможность быстрого получения ответа, реакции партнера в процессе коммуникации;
- возможность найти заинтересованных партнеров, диапазон поиска которых расширился до границ, очерченных всемирной информационной сетью Интернет;

- возможность игнорирования имеющихся психологических барьеров, обусловленных, например, нерешительностью робкой натуры индивида.

Однако замещение реальной коммуникации на виртуальную, реализованную в информационных компьютерных сетях, сопряжено с рядом возможных негативных последствий. С точки зрения медиков, физиологов, психологов и педагогов опасны возможные негативные для физического и психического здоровья последствия психолого-педагогического воздействия, оказываемые на обучаемого информационно емким и эмоционально насыщенным информационным взаимодействием, в том числе организованным с использованием электронных средств учебного назначения. И.В. Роберт выделяет следующие причины негативных последствий:

- Использование недопустимого объема учебной информации, представленной на экране; ее низкое аудиовизуальное качество, не соответствующее физиолого-гигиеническим нормам;
- Несоответствие представляемой на экране аудиовизуальной информации (по структуре, по скорости подачи информации и т.п.) индивидуальным возможностям и возрастным особенностям обучаемого;
- Необеспеченность позитивного психологического климата информационного взаимодействия пользователя с объектами виртуальных экранных миров;
- Включение в обучающие ситуации игровых реализаций, иницирующих «уход от реальности», «погружение» в неоправданно яркий эмоциональный виртуальный мир;
- Ориентация не на позитивные общечеловеческие нормы и ценности, не на конструктивные модели поведения в современном социуме, а на достижение поставленной цели любыми средствами или на получение возможности с легкостью «повторить все с начала»
- Превалирование работы с готовыми учебными моделями, что приводит к интеллектуальной инфантильности;
- «Навязывание» стереотипных моделей поведения при учебной работе, что приводит к утрате адаптивности поведения.

Общие правила создания текстов для эффективного восприятия:

1. Для доказательства определенных положений чаще всего достаточно 2-3 аргумента.
2. Заголовки должны содержать менее 6 слов, тогда они хорошо запоминаются.
3. Информация на цветном (оранжевый, желтый фон) более эффективно воздействует на зрителя.
4. Следует подобрать оптимальное цветовое сочетание фона и шрифта. Черные буквы на белом фоне - не лучший вариант. Хорошо смотрятся зеленые на белом, красные на белом.
5. Текст в эллипсе воспринимается лучше, чем в квадрате или круге.
6. Европейцы читают слева направо, поэтому правая сторона запоминается лучше (там останавливается взгляд). Верхняя часть страницы, в свою очередь, читается с большим вниманием.
7. Человек способен одновременно удержать в поле зрения не более пяти-шести слов, при условии, что они логически взаимосвязаны.
8. Строка учебного модуля для лучшего восприятия должна быть не длиннее восьми сантиметров.
9. Начало и конец текста воспринимается лучше, чем середина.
10. Повторение - наиболее эффективное средство воздействия (четыре-семь повторов).

КРОССКУЛЬТУРНЫЙ МЕНЕДЖМЕНТ

Шабанова О. В.

Научный руководитель – к.п.н., доцент Матвеева Д.Г.

Бурятский государственный университет

Современный специалист-руководитель должен иметь представление о национальных особенностях управления в различных странах. Это обусловлено интеграцией России в мировую экономику, необходимостью постоянных рабочих контактов с зарубежными партнерами, коллегами. Особенно это важно для тех, кто работает в иностранных компаниях и на совместных предприятиях.

Существуют национальные особенности ведения бизнеса в Америке, Европе, Азии. Их принято называть общим термином «кросскультурный менеджмент». Речь идет не только о бизнес-этике (хотя и ее знание само по себе очень важно), но, более широко, о понимании стиля мышления и подходов зарубежных партнеров. Знакомство с различными моделями не только обогащает представление о вариативности, саму палитру управленческих решений, но и позволяет находить общий язык с зарубежными партнерами.

В деловых кругах США вас не поймут, если вы не сможете внятно сформулировать миссию своей компании. В Японии – если у вашей формы нет хотя бы пятилетнего плана. Во многих других странах есть свои национальные особенности менеджмента, которые полезно учитывать менеджерам российских компаний.

Бизнес по-западному

Для бизнеса по-западному, прежде всего, характерно, что все жестко регламентировано, у каждого работника четко определены обязанности. Досконально проработана система оплаты, и увеличение объема работы влечет прибавление к зарплате. Продумано и материальное поощрение сотрудников: справился с обязанностями – получил премию, проштрафился – извини. Грамотно составленное штатное расписание позволяет любому работнику заболеть, не останавливая производственный процесс. Поскольку зарплата выплачивается официально, больничные оплачиваются из налогов и, соответственно, не рассматриваются как покушение на деньги фирмы. КЗоТ соблюдается пунктуально. Любое решение руководства подкрепляется документально, и сотрудники расписываются, что с ним ознакомлены. Вообще предприятия, работающие по-западному, очень законопослушны.

Вторая отличительная черта западного стиля работы - ставка на специалистов. Подбор персонала осуществляется через кадровые агентства. В работниках, в первую очередь, ценятся знания и навыки. Конечно, склочный характер или привычка сплетничать могут помешать карьере, однако обратный вариант – душа-человек при отсутствии квалификации – не пройдет. Чтобы стать начальником отдела, мало быть профессионалом – надо еще уметь руководить людьми.

Бизнес по-западному поощряет индивидуализм: персонал работает ради личного успеха: денег, карьерного роста – однако дело от этого выигрывает. Приветствуются инициатива рядовых сотрудников и стремление продвинуться по службе. Кстати, для этого мало просто хорошо работать: нужно создавать себе положительный имидж в глазах начальства. Западный стиль руководства допускает, что сотрудники «закладывают» своих коллег боссу.

Бизнес по-западному отличает демократичность. Однако здесь есть свои внутренние правила. Во-первых, keep smiling – улыбайтесь! (это иногда нервирует не привычных клиентов: почему вы смеетесь, я что-нибудь смешное говорю?) Улыбаться нужно не только клиентам, но и всем коллегам – каждый сотрудник должен излучать положительную энергию, чтобы в фирме была здоровая рабочая атмосфера. В конто-