

معنا بخشی در سازمان

با نگاهی بر داستان سرایی سازمانی

اصغر مشبکی اصفهانی

(استاد دانشگاه تربیت مدرس)

غلامرضا آتیه کار

(دانشجوی دکترای مدیریت بازرگانی)

سرشناسه : مشبکی اصفهانی، اصغر، ۱۳۴۱
عنوان و نام پدیدآور : معنا بخشی در سازمان با نگاهی بر داستان سرای سازمانی / اصغر مشبکی
اصفهانی، غلامرضا آتیه کار
مشخصات نشر : تهران، مشکوة دانش (وابسته به موسسه فرهنگی هنری مشکوة دانش)، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری : ۱۶۰ ص، ۲۱.۵×۱۴.۵ س م.
شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۶۸۲۱-۳۳-۷
وضعیت فهرست نویسی : فیبا
یادداشت : کتابنامه
عنوان دیگر : روانشناسی صنعتی
موضوع : ارتباط در سازمان ها
شناسه افزوده : آتیه کار، غلامرضا، ۱۳۵۲
ی. کنگره : HF۵۵۴۸/۷:م۵م۶ ۱۳۹۴
رده بند : ر.وی : ۱۵۸/۷
شماره شابشناسی ملی : ۴۰۴۱۲۴۶

تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.
آدرس : تهران، فلکه دوم صادقیه، بلوار آیت الله کاشانی خیابان
بهنام، نبش کوچه شانزدهم، ساختمان مشکوة دانش
(وابسته به موسسه فرهنگی هنری مشکوة دانش)

تلفن : ۴۴۰۰۱۰۳۳ - ۴۴۰۰۱۰۳۴

WWW.MESHKATPUB.IR

WWW.MESHKATPUB.COM

Insta/MD.Publication

نویسنده: خان: اصغر مشبکی اصفهانی، غلامرضا آتیه کار

نشر: مشکوة دانش

صفحه آرای: مریم دهقانی

ویراستار: موسسه «ویراستاران»، محسن ربیعی، جواد کاظمی

راهِ جلد: مریم دهقانی

تیراژ: ۱۰۰۰

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۴

قیمت: ۵۰۰۰ ریال

سخن ناشر

به نام ایزد یکتا

هنگامیکه یک کتاب زیبا را برای اولین بار می‌خوانم، درست همانند آشنایی با یک دوست جدید برایم است و زمانیکه همان کتاب را برای مرتبه دوم مطالعه می‌کنم مانند آن است که با یک دوست قدیمی، ملاقات کرده‌ام.

"اولیور کلد اسمیت"

سای و ستایش بی‌کران پروردگار مهربان را که فرصت تهیه و تدوین و نشر اندیشه‌ها و تفکرات بشر و اصحاب قلم و ادیبان و شعرا را در اختیار مکتوب‌هایش قرار داد.

کتاب گنج گرانمای است که بیانگر انگیزه، دانش، تفکر و نشانه استعداد و نبوغ دمی است و در واقع انسان را با داستان‌های شیرین و مطالب دل‌انگیز و متون روان خود به سفرهای دور و نزدیک می‌برد و با بند و اندرزها و تجربه‌ها آشنا می‌سازد و موجبات آرامش جویندگان را فراهم می‌سازد. ما با شوه‌های نوین و انتخاب گزیده‌های مناسب، آثار نفیسی را به شما عزیزان ایران زمین ارائه دهیم. در این راه مفتخر هستیم تا دست‌همیاری و همکاری اساتید، پژوهشگران و محققین و نویسندگان و مترجمان گرامی را در مسیر تولید و نشر آن صمیمانه بفشاریم.

ارتقاء و توسعه فرهنگ کتابخوانی آرزوی مشکو و اس

مدیریت انتشارات

سپیده رحمت

فهرست موضوعات

پیشگفتار

موضوعات پیش رو در یک نگاه

۱۲

فصل اول

« مبانی معنا بخشی »

۱۸

- * پیشینه معنا بخشی
- * تعریف معنا بخشی
- * ویژگی‌ها خاص معنا بخشی
- * استخراج تعریفی یکپارچه
- * برخی از تعاریف دیگر در خصوص معنا بخشی

فصل دوم

« اشکال معنا بخشی و ساختارهای مرتبط با معنا بخش »

۳۶

- * بررسی پیشینه معنا بخشی
- * چگونه معنا بخشی انجام می‌شود؟
- الف) تغییرات محیطی و بحران‌های سازمانی
- ب) تهدیدهای هویت

ج) تغییرات برنامه‌ریزی شده

* معانی بین‌الذهانی چگونه در سازمان‌ها ایجاد می‌شوند؟

کسانی که معنا بخشی را در سازمان شکل می‌دهند

کدام بازیگران سازمانی معانی بین‌الذهانی را ایجاد می‌کنند

* نقش اقدام در معنا بخشی چیست؟

بحران‌ها و حوادث غیرمنتظره

سازمان موقت

بازارها، میدان‌ها و نهادها

* هدف از معنا بخشی چیست؟

تجارب یادگیری

یادگیری

خلاقیت و نوآوری

فصل دوم

«پیشروی»

۹۲

* تبیین و پل زدن به تفاوت‌های هستی‌شناختی

* معنا بخشی در کجا محقق می‌شود

* هستی‌شناسی معنا بخشی

* معنا بخشی در چه زمانی محقق می‌شود

* گرایش‌های زمانی معنا بخشی

* فرصت‌های نظری

* قدرت و سیاست در معنا بخشی

- * معنابخشی، فرایندی عاطفی
- * تجسم و اکوسیستم های اجتماعی در معنابخشی
- * معنابخشی، فرایندی مشارکتی
- * معنابخشی و نهادها
- * چالش های روش شناختی و فرصت ها
- * شناسایی فرایند
- * شناسایی الگوها در زمینه
- * به کارگیری روش های جدید
- * نتیجه گیری

فصل چهارم

«داستان سرائی سازمانی»

۱۰۴

- * مقدمه
- * خاستگاه شکل گیری داستان سرائی
- * مزایای داستان سرائی
- * تعریف داستان سرائی سازمانی
- * اهمیت داستان در سازمان ها
- * ویژگی های داستان سازمانی
- * گونه شناسی داستان های سازمانی
- * داستان درباره افراد دیگر

- داستان درباره ماهیت کار
- داستان درباره سازمان
- داستان درباره گذشته
- داستان درباره آینده
- داستان درباره زندگی
- داستان درباره هویت فرد
- * کارهای داستان سرایی سازمانی
- داستان به عنوان ابزار انتقال دانش
- داستان به عنوان ابزار تغییر
- * نکاتی در حوزه داستان سرایی سازمانی
- * داستان سازمانی سبک گذار
- * زمان داستان سرایی سازه‌ای
- موقعیت های اتفاقی (پیش بیندیش)
- موقعیت های معمولی
- موقعیت های برنامه ریزی شده
- * محدودیت های استفاده از داستان سرایی سازمانی
- * ساختار داستان های تاثیر گذار در داستان سازمانی
- * جمع بندی
- * سخن پایانی

منابع

پیشگفتار

در دنیای پرشتاب امروز، همه سازمان‌ها حداقل برای بقا و حفظ جایگاه رقابتی خود ناگزیر از تغییرهای پیاپی و بعضاً بسیار بنیادی هستند. از طرفی، این تغییرات می‌تواند باعث بروز مشکلات و بحران‌هایی در سازمان‌ها شود و اوضاع عادی سازمان را تحت تأثیر قرار دهد. رویدادهای مهم دهه‌های اخیر جهان از نظر سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، جغرافیایی و انسانی نشان می‌دهد که جوامع بشری پیوسته دست‌نرس حوادث طبیعی یا تمایلات مخرب انسان‌ها بوده‌اند که باعث بروز تغییرات، آشوب‌ها و بحران‌های گوناگون می‌شود، چنان که باید گفت این رویدادهای غیرمنتظره به صورت بخشی جدایی‌ناپذیر و طبیعی از حیات سازمان‌ها و جوامع امروز درآمده است. بحران‌ها دیگر ویژگی‌های غیرعادی، کمیاب و اتفاقی برای جامعه جهانی تلقی نمی‌شوند بلکه در تاروپود جوامع مدرن رخنه کرده‌اند. همه سازمان‌ها هر روز و هر لحظه تحت تأثیر اتفاقات کوچک و بزرگی قرار دارند که به‌نوعی ناقض وضعیت عادی آن سازمان است؛ بنابراین مدیران سازمان‌ها باید پیوسته آماده‌ی رویارویی با اتفاقات پی‌پی‌بی‌ناپذیر در سازمان باشند و برای پیشگیری یا کاستن از تأثیر آن‌ها بر سازمان‌های خود، راه‌اندیشی کنند. یکی از جدیدترین و پرکاربردترین مفاهیم در این راستا، معنابخشی (حسگری) در سازمان است.

معنابخشی فرایندی است که از طریق آن افراد مسائل یا اتفاقاتی را درک می‌کنند که جدید و مبهم و گیج‌کننده‌اند یا به‌نوعی ناقض انتظارات هستند. معنابخشی به‌عنوان یکی از فعالیت‌های مرکزی در سازماندهی، موضوع تحقیقات

مهمی بوده است که تعداد آنها در دهه گذشته روبه فزونی گذاشته است. همان طور که گفته شد، معنابخشی فرایندی است که از طریق آن افراد رویدادهای جدید، غیرمنتظره یا سردرگم کننده را درک می کنند. این فرایند رفته رفته به موضوعی مهم در مطالعات سازمانی تبدیل شده است. هنگامی که اعضای سازمان با ابهام یا عدم قطعیت روبه رو می شوند، با استخراج و تفسیر نشانه هایی از محیط خود به دنبال روشن شدن موضوع هستند و از این نشانه ها به عنوان مبنایی برای توصیف رویداد قابل قبول استفاده می کنند تا آنچه را رخ داده است، منظم و محسوس کنند و پس از طریق آن همچنان به وضع قوانین محیط خود ادامه می دهند.

معنابخشی از تنوع و ثبات فراتر است و ثبت فعالانه وقایع و چارچوب ها را برای درک شامل می شود؛ از آنجایی که افراد نقش مهمی در ایجاد وضعیت ایفا می کنند، تلاش می کنند تا وضعیت را به خوبی درک کنند. در پژوهش های سازمانی، مجموعه ای روبه رشد از تحقیقات درباره معنابخشی دیده می شود که به موضوعات بررسی نحوه ایجاد معنا در سازمان و همچنین تأثیر معنابخشی در انواع فرایندهای کلیدی سازمانی، از جمله، تغییر استراتژیک و تصمیم گیری، نوآوری و خلاقیت و یادگیری سازمانی می پردازد. در نتیجه، معنابخشی یکی از فعالیت های مرکزی سازمان هاست و مؤلفه ای است که در هسته سازماندهی قرار دارد. از زمان انتشار مقاله کلاسیک ویک به نام «معنابخشی در سازمان ها» در سال ۱۹۹۵، پژوهش های تجربی زیادی در زمینه های متنوع و با روش های مختلف انجام شده است. در نتیجه این مطالعات گسترده، ادبیات معنابخشی چندتکه شده است. با اینکه محققان عمدتاً بر آنچه باعث ایجاد معنا می شود، تمرکز می شود به توافق رسیده اند، هنوز در برخی وجوه متشتت هستند، از جمله اینکه معنابخشی شامل چه چیزهایی می شود، چگونه انجام می شود، جهت گیری

2. Account

3. Weick

زمانی آن چیست و تا چه میزان به اشتراک گذاشته می‌شود. برای مثال، برخی افراد معنابخشی را نوعی فرایند شناخت فردی می‌بینند، در حالی که دیگران آن را همچون فرایندی ذاتاً اجتماعی و گفتمانی به تصویر می‌کشند. اکثر مقالات معنابخشی را فرایندی گذشته‌نگر⁴ در نظر می‌گیرند، اما برخی بر این باورند که معنابخشی می‌تواند فرایندی آینده‌نگر باشد. این اختلافات به طیف وسیعی از تئاریه برای معنابخشی منجر شده است. علاوه بر این، اغلب گفت‌وگوهای کمی در جریان تحقیقات مربوط به معنابخشی انجام شده است، با وجود اینکه منافع و پرسش‌های بسیار وجود دارد. نتیجه این تفاوت‌ها و اختلافات حل نشده، سردرگمی درباره ادبیات معنابخشی و ابهام در جهت تحقیقات آینده معنابخشی بوده است. کمپبش⁵ ره که حاصل تحقیق چندین ماهه نویسندگان در خصوص گردآوری پژوهش‌های مرتبط با معنابخشی در سازمان است، به بررسی بنیادی مفهوم معنابخشی در سازمان پرداخته است. در این راستا ابتدا پیشینه این حوزه بررسی می‌شود و تعریفی از معناپردازی به دست می‌دهد که در پژوهش‌های قبلی تکرار شده است. سپس نظریه و تحقیقات موجود با تمرکز بر دو مجموعه از آثار کلیدی بررسی و ادغام می‌شود. ابتدا بر روی روش‌هایی که معنابخشی چگونه انجام می‌شود، چگونه رویدادها باعث ایجاد معنابخشی می‌شوند، معانی بین‌الذهانی⁶ چگونه ایجاد می‌شود و نقش اقدام در معنابخشی چیست. در ادامه به این موضوع پرداخته شده که معنابخشی چگونه شرایط انجام سایر فرایندهای کلیدی سازمان را فراهم می‌کند، از جمله تغییر سازمانی، آموزش، خلاقیت و نوآوری. در ادامه بحث از طریق بررسی مفاهیم و تنش‌های کلیدی، به تفاوت‌ها و مباحث ادبیات معنابخشی پرداخته شده و فرصت‌های نظری و روش‌های مهم در این

4. Retrospective

5. Intersubjective

6. Action

حوزه شناسایی می‌شود. از آنجائی که بسیاری از محققان معنا بخشی را معادل داستان‌سرایی می‌دانند و داستان‌سرایی را «فرم اولیه‌ای که تجربهٔ انسانی را معنادار می‌کند»، توصیف کرده‌اند، می‌توان گفت یکی از راههای اصلی بررسی معنا بخشی سازمانی از طریق دیدگاه داستان‌سرایی شکل می‌گیرد که چنین دیدگاهی نه تنها افراد درگیر معنا بخشی و اقدامات آن‌ها را شامل می‌شود، بلکه معنا های ایجاد شده در این فرایند را دربرمی‌گیرد. بنابراین پرداختن به موضوع داستان‌سرایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده لذا نهایت، در فصل آخر کتاب به مفاهیم رایج در سازمان و کاربردهای آن برای ایجاد معنا بخشی سازمانی پرداخته می‌شود که یکی از ابزارهای مهم در این حوزه است. شایان ذکر اینکه مولفین این اثر، برای اولین بار است که در ادبیات مدیریت ایران، مفهوم معنا بخشی را به تفصیل معرفی و ریشه آن را با داستان‌سرایی بیان می‌کنند.

در پایان امیدواریم این اثر بتواند سرآغازی برای توجه پژوهشگران و سازمان‌ها به موضوع بسیار مهم معنا بخشی در سازمان باشد. همچنین از همه استاتید، دانشجویان، مدیران و صاحب نظرانی که این کتاب را مطالعه می‌کنند، تقاضا می‌شود تا با انعکاس رهنمودها، انتقادهای، پیشنهادات و دیدگاه‌های خود ما را در پربار نمودن ویرایش‌های بعدی کتاب یاری دهند.

اصغر ششگل

استاد دانشگاه تربیت مدرس

غلامرضا آتیه‌کا

دانشجوی دکترای مدیریت بازرگانی، بازرگانی

پائیز ۱۳۹۴

موضوعات پیش رو در یک نگاه

فصل اول، بنیانی برای بحث دربارهٔ معنابخشی ایجاد می‌کنیم: تاریخچه‌ای مختصر در این زمینه فراهم می‌کنیم و تعاریف مختلف و ساختارهای معنابخشی را ارائه می‌کنیم و در نهایت تعریف جامعی از معنابخشی بیان می‌کنیم.

فصل دوم، سهم ادبیات فعلی در زمینه معنابخشی را ارائه می‌کنیم. نظریه‌ها و تحقیقات مربوط را با تمرکز خاص بر کارهای تجربی در دو دههٔ گذشته شناسایی کرده و موضوعات و یافته‌های مهم در دو مجموعه کلیدی از تحقیقات را بررسی و ادغام می‌کنیم.

ابتدا بر فرایند معنابخشی تمرکز می‌کنیم (یعنی معنابخشی چگونه انجام می‌شود) و سپس دیگر فرایندها را شناسایی می‌کنیم که از طریق معنابخشی انجام می‌شوند، کنکاش می‌کنیم.

تحقیقات دربارهٔ نحوهٔ انجام معنابخشی، سه موضوع اصلی مربوط به معنابخشی شامل «توجه و درک نشانه‌ها»، «ایجاد تفاسیر» و «اقدامات لازم» را بیان می‌کنند. در همراهی با این چارچوب، چگونگی ایجاد معنابخشی را با تمرکز بر موارد زیر بررسی می‌کنیم: (۱) چگونه رویدادها باعث ایجاد معنا می‌شوند، (۲) چگونه معانی بین‌الذهانی ایجاد می‌شوند، و (۳) نقش اقدامات در معنابخشی چیست. برای بررسی اینکه معنابخشی چه کمکی به سازمان می‌کند، معنابخشی را در مقام سازوکاری توضیحی برای سایر فرایندهای مهم سازمانی مانند تغییر استراتژیک یا سازمانی، یادگیری، خلاقیت و نوآوری بررسی می‌کنیم.

فصل سوم، با نگاهی روبه‌جلو، مفاهیم مهم برای تحقیق دربارهٔ تفاوت‌های کلیدی موجود در ادبیات معنابخشی را برجسته می‌کنیم و فرصت‌های نظری و روش‌شناختی را برای زمینهٔ مزبور شناسایی می‌کنیم.

فصل چهارم، با توجه به اهمیت روایت‌ها داستان سرائی در شکل‌گیری معنابخشی در سازمان در بخش نهائی کتاب به تفصیل داستان سرائی سازمانی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

توجه مهم به توجه به وسعت و عمق ادبیات مربوط به معنابخشی، با تعیین محدود بررسی‌ها را آغاز خواهیم کرد. زندگی سازمانی پر از لحظات ابهام و عدم قطعیت است. مفهوم معنابخشی، کشش گسترده‌ای را نه تنها در رفتار سازمانی بلکه در ادبیات مربوط به دست آورده است. معنابخشی ساختار نظری مفیدی برای بسیاری از انواع محققان ارائه می‌دهد؛ اما با توجه به دامنهٔ گسترده این موضوع، بحث خود در این فصل را به حوزهٔ مطالعات سازمانی محدود می‌کنیم. افزون‌براین، تمرکز اصلی بر معنابخشی در سازمان است و بنابراین کاملاً بر پژوهش در معنابخشی جمعی تمرکز می‌کنیم که توسط گروه‌های متعدد در سازمان انجام می‌شود.