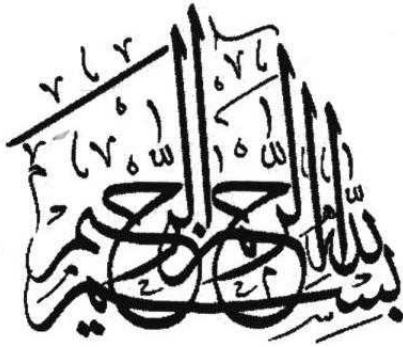




www.ketab.ir

# جامعه شناسی سازمانی

مؤلف:

سهیلا صحرائی

|                         |                                            |
|-------------------------|--------------------------------------------|
| سرشناسه                 | : صحرائی، سهیلا، ۱۳۶۳-                     |
| عنوان و نام پدیدآور     | : جامعه‌شناسی سازمانی / مولف سهیلا صحرائی. |
| مشخصات نشر              | : تهران: انتشارات شریف‌زاده، ۱۴۰۰.         |
| مشخصات ظاهری            | : ۳۱۹ ص.: مصور، جدول.                      |
| شابک                    | : ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۲۱-۰۱-۰                        |
| وضعیت فهرست نویسی       | : فیپا                                     |
| یادداشت                 | : کتابنامه: ص. [۲۱۵] - ۲۱۹.                |
| موضوع                   | : جامعه‌شناسی سازمانی                      |
| موضوع                   | : Organizational sociology                 |
| موضوع                   | : رفتار سازمانی                            |
| موضوع                   | : Organizational behavior                  |
| موضوع                   | : فرهنگ سازمانی                            |
| موضوع                   | : Corporate culture                        |
| موضوع                   | : سرمایه اجتماعی                           |
| موضوع                   | : (Social capital (Sociology               |
| موضوع                   | : ارتباط در سازمان‌ها                      |
| موضوع                   | : Communication in organizations           |
| رده بندی کنگره          | : HM۷۷۶                                    |
| رده بندی دیویی          | : ۳۵۶.۳۰۳                                  |
| شماره کتابشناسی ملی     | : ۷۶۵۵۶۹۵                                  |
| اطلاعات رکورد کتابشناسی | : فیپا                                     |



|            |                       |
|------------|-----------------------|
| نام کتاب   | : جامعه‌شناسی سازمانی |
| تالیف:     | : سهیلا صحرائی        |
| ناشر:      | : شریف‌زاده           |
| سال انتشار | : چاپ اول - ۱۴۰۰      |
| شمارگان    | : ۵۰۰                 |
| شابک       | : ۹۷۸-۶۲۲-۷۷۲۱-۰۱-۰   |
| قیمت       | : ۶۵۰۰۰ تومان         |

«کلیه حقوق برای انتشارات شریف‌زاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران- خ انقلاب- روبروی سینما بهمن- جنب بانک صادرات- پ ۱۳۵۶

کتابفروشی محسن - تلفن ۰۲۱-۶۶۴۹۲۶۶۲

## پیشگفتار

در جامعه‌شناسی اولاً شناخت جامعه به عنوان یک کل مطرح است که به این اعتبار، جامعه‌شناسی از یک طرف به مطالعه‌ی نهادها و پدیده‌های اجتماعی و چگونگی پیدایش و تحول آنها می‌پردازد و از طرف دیگر چگونگی روابط این نهادها و پدیده‌ها و امور را با یکدیگر و نقش آن را در زندگی اجتماعی مورد مطالعه قرار می‌دهد. ثانیاً بررسی هر یک از پدیده‌ها و نیز عوارض و تنش‌های اجتماعی در مناسبات گروهی و عوامل مؤثر در دگرگونی‌های اجتماعی هر جامعه و وسایل و مشکلات موجود در روابط اجتماعی گروه‌ها، از موضوعات مهم جامعه‌شناسی امروز است. سازمان عبارت است از یک رشته روابط منظم و عقلانی بین افرادی که وظایف پیچیده و متعددی را انجام می‌دهند و کثرت تعداد آنها به قدری است که نمی‌توانند با هم در تماس نزدیک باشند، به منظور تأمین هدف‌های مشترک خاصی برقرار می‌گردد. جامعه، سازمانی است مرکب از گروه‌های مختلفی که هر یک عهده‌دار فعالیت‌های معینی هستند و فعالیت معینی که بر عهده‌ی یکی یا بعضی از اعضای یک گروه نهاده شده باشد نقش اجتماعی خوانده می‌شود. جوامع امروزی اعم از پیشرفته و در حال توسعه مرتباً در حال تغییر و دگرگونی است و در تولید کالا یا ارائه‌ی خدمات، ذوق و سلیقه‌ی مشتریان مورد نظر است که با توجه به تحولات و تغییرات اجتماعی، ذوق و سلیقه‌ی مشتریان نیز مرتباً تغییر پیدا می‌کند. بنابراین اهداف سازمان هم، در جهان به سرعت در حال تحول، تغییر پیدا می‌کند.

سهیلا صحرایی

|    |                                                      |
|----|------------------------------------------------------|
| ۲  | پیشگفتار                                             |
| ۱۷ | فصل اول                                              |
| ۱۷ | جامعه پذیری سازمانی                                  |
| ۱۷ | مقدمه                                                |
| ۱۸ | مفهوم جامعه پذیری سازمانی                            |
| ۲۱ | ابعاد جامعه پذیری سازمانی                            |
| ۲۳ | اهداف جامعه پذیری                                    |
| ۲۳ | کارکردهای جامعه پذیری سازمانی                        |
| ۲۴ | محتوی جامعه پذیری سازمانی                            |
| ۲۴ | مراحل جامعه پذیری سازمانی                            |
| ۲۵ | تاکتیک های جامعه پذیری سازمانی                       |
| ۲۷ | ۱- روش های جامعه پذیری مرتبط با زمینه (بافت)         |
| ۲۷ | ۲- روش جامعه پذیری مبتنی بر محتوا                    |
| ۲۸ | ۳- روش جامعه پذیری اجتماعی                           |
| ۲۸ | دو رویکرد اصلی رفتار شهروندی سازمانی                 |
| ۲۹ | دیدگاه های صاحب نظران در مفهوم رفتار شهروندی سازمانی |
| ۲۹ | ۱. دیدگاه چستر بازنارد در رفتار شهروندی سازمانی      |
| ۳۰ | ۲. دیدگاه بورمن و موتوویلدو در رفتار شهروندی سازمانی |
| ۳۱ | ۳. دیدگاه کوپمن در رفتار شهروندی سازمانی             |

|    |                                                           |
|----|-----------------------------------------------------------|
| ۴۲ | ۴. دیدگاه پودساکف در رفتار شهروندی سازمانی                |
| ۳۲ | ۱. رفتارهای کمک کننده                                     |
| ۳۲ | ۲. جوانمردی                                               |
| ۳۲ | ۳. وفاداری سازمانی                                        |
| ۳۳ | ۴. اطاعت سازمانی                                          |
| ۳۳ | ۵. ابتکار فردی                                            |
| ۳۳ | ۶. فضیلت مدنی                                             |
| ۳۳ | ۷. توسعه شخصی                                             |
| ۳۶ | ویژگی های کلیدی رفتار شهروندی سازمانی                     |
| ۳۷ | عوامل تأثیرگذار بر رفتار شهروندی سازمانی                  |
| ۳۸ | پیامدهای رفتار شهروندی سازمانی                            |
| ۳۸ | نتایج فردی رفتار شهروندی سازمانی                          |
| ۳۹ | اثرات رفتار شهروندی سازمانی بر سازمان                     |
| ۴۰ | سیاست های تشویق رفتار شهروندی سازمانی                     |
| ۴۱ | عوامل مؤثر در بروز رفتارهای شهروندی سازمانی و پیامدهای آن |
| ۴۲ | ویژگی های فردی                                            |
| ۴۲ | طبیعت انسان                                               |
| ۴۲ | ویژگی های عمده انسان                                      |
| ۴۳ | ویژگی های فردی کارکنان                                    |
| ۴۷ | فصل دوم                                                   |
| ۴۷ | رفتار شهروندی سازمانی در جامعه                            |
| ۴۸ | مفهوم رفتار شهروندی سازمانی                               |

|    |                                                          |
|----|----------------------------------------------------------|
| ۴۸ | تعریف رفتار شهروندی سازمانی.....                         |
| ۵۱ | ابعاد و حیطه‌های رفتار شهروندی سازمانی.....              |
| ۵۲ | ویژگیهای رفتار شهروندی سازمانی.....                      |
| ۵۳ | ابعاد رفتار شهروندی (شهروندی).....                       |
| ۵۸ | انواع رفتار شهروندی سازمانی.....                         |
| ۵۹ | ابعاد جهانی رفتار شهروندی سازمانی.....                   |
| ۵۹ | ابعاد محلی رفتار شهروندی سازمانی.....                    |
| ۵۹ | عواملی که شهروندی کارکنان را ارتقاء و پرورش می‌دهند..... |
| ۶۱ | فصل سوم.....                                             |
| ۶۱ | فرهنگ و نقش آن در جوامع و سازمانها.....                  |
| ۶۱ | مقدمه.....                                               |
| ۶۲ | تعاریف فرهنگ سازمانی.....                                |
| ۶۳ | نقش فرهنگ سازمانی.....                                   |
| ۶۳ | لایه ها و سطوح فرهنگ سازمانی.....                        |
| ۶۵ | ویژگی های فرهنگ سازمانی.....                             |
| ۶۷ | عوامل تأثیرگذار بر فرهنگ سازمانی.....                    |
| ۶۷ | عوامل مؤثر در حفظ و نگهداری فرهنگ یک سازمان.....         |
| ۶۸ | انواع فرهنگ سازمان.....                                  |
| ۶۹ | فرهنگ فرهمند در برابر فرهنگ خودکفا.....                  |
| ۷۰ | فرهنگ وسواسی در برابر فرهنگ پراعتقاد.....                |
| ۷۰ | فرهنگ پرهیزکننده در برابر فرهنگ کامیابی جو.....          |
| ۷۱ | فرهنگ سیاسی شده در برابر فرهنگ متمرکز بر هدف.....        |

|    |                                              |
|----|----------------------------------------------|
| ۷۲ | فرهنگ دیوان سالارانه در برابر فرهنگ آفریننده |
| ۷۲ | مهمترین الگوهای فرهنگ سازمانی                |
| ۷۲ | الگوی پیترز و واترمن                         |
| ۷۳ | الگوی لیتوین و استرینگر                      |
| ۷۳ | الگوی کرت لوین                               |
| ۷۴ | الگوی بتز و هالفهیل                          |
| ۷۵ | الگوی چارلز هندی                             |
| ۷۶ | مدل دنیسون و میشر                            |
| ۷۶ | فرهنگ انعطاف پذیری                           |
| ۷۷ | فرهنگ مأموریتی                               |
| ۷۷ | فرهنگ مشارکتی                                |
| ۷۷ | فرهنگ تداوم رویه                             |
| ۷۷ | الگوی رابینز                                 |
| ۸۰ | طبقه بندی دیل کندی                           |
| ۸۲ | طبقه بندی فرهام و گانتز                      |
| ۸۳ | طبقه بندی پیترز و واترمن                     |
| ۸۴ | طبقه بندی اوچی                               |
| ۸۴ | طبقه بندی میلر                               |
| ۸۵ | طبقه بندی دنیسون                             |
| ۸۶ | طبقه بندی هافستد                             |
| ۸۶ | فاصله قدرت                                   |
| ۸۶ | اجتناب از پدیده عدم اطمینان                  |

|     |                                              |
|-----|----------------------------------------------|
| ۸۷  | فرد گرایی - جمع گرایی                        |
| ۸۷  | مرد سالاری - زن سالاری                       |
| ۸۸  | کارکردهای فرهنگ سازمانی:                     |
| ۹۱  | فصل چهارم                                    |
| ۹۱  | سرمایه اجتماعی در جامعه مدنی                 |
| ۹۱  | مقدمه                                        |
| ۹۲  | زمینه تاریخی سرمایه اجتماعی                  |
| ۹۴  | نظریه‌های سرمایه اجتماعی                     |
| ۹۶  | کارکردهای سرمایه اجتماعی                     |
| ۹۷  | سرمایه اجتماعی در اندیشه جامعه‌شناسان کلاسیک |
| ۹۷  | عناصر و مولفه‌های سرمایه اجتماعی             |
| ۹۸  | رویکرد فردی و جمعی به سرمایه اجتماعی         |
| ۹۸  | اهمیت سرمایه اجتماعی                         |
| ۹۹  | مدلهایی برای سنجش سرمایه اجتماعی             |
| ۱۰۰ | مدل کیفی سرمایه اجتماعی                      |
| ۱۰۱ | مدل کمی برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی      |
| ۱۰۳ | خطرات ناشی از بکارگیری سرمایه اجتماعی        |
| ۱۰۴ | معرفی مدل‌های مختلف سرمایه اجتماعی           |
| ۱۰۴ | مدل سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (۱۹۹۸)     |
| ۱۰۴ | مدل سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال            |
| ۱۰۴ | مدل سرمایه اجتماعی و ایجاد ارزش تسای و گوشال |
| ۱۰۴ | مدل سرمایه اجتماعی پاکستون (۱۹۹۹)            |

|     |                                                |
|-----|------------------------------------------------|
| ۱۰۵ | مدل ساختاری سرمایه اجتماعی پائنام و کلمن       |
| ۱۰۶ | انتخاب مدل مورد استفاده و دلیل انتخاب          |
| ۱۰۶ | ابعاد سرمایه اجتماعی براساس مدل ناهایت و گوشال |
| ۱۰۶ | عنصر ساختاری                                   |
| ۱۰۷ | عنصر شناختی                                    |
| ۱۰۷ | عنصر رابطه ای                                  |
| ۱۰۹ | فصل پنجم                                       |
| ۱۰۹ | قدرت و ارتباطات و پویایی های آن در جوامع مدرن  |
| ۱۰۹ | مقدمه                                          |
| ۱۱۱ | اهمیت ارتباطات                                 |
| ۱۱۳ | تعاریف ارتباطات                                |
| ۱۱۵ | فرآیند ارتباط                                  |
| ۱۱۵ | منبع                                           |
| ۱۱۵ | رمزگذاری                                       |
| ۱۱۶ | وسیله                                          |
| ۱۱۶ | رمزگشایی                                       |
| ۱۱۶ | دریافت کننده                                   |
| ۱۱۶ | بازخورد                                        |
| ۱۱۷ | مسیر ارتباطات                                  |
| ۱۱۷ | ارتباطات عمودی                                 |
| ۱۱۷ | الف- مسیر رو به پایین                          |
| ۱۱۷ | ب- ارتباطات رو به بالا                         |

|     |                                                    |
|-----|----------------------------------------------------|
| ۱۱۸ | ارتباطات در سطح افقی.....                          |
| ۱۱۸ | مدل ارتباطات.....                                  |
| ۱۲۰ | اصول ارتباطات.....                                 |
| ۱۲۲ | ارتباطات سازمانی از دیدگاه مکاتب مختلف مدیریت..... |
| ۱۲۳ | دیدگاه کلاسیک‌ها در مورد ارتباطات:.....            |
| ۱۲۳ | نظریه نئوکلاسیک‌ها و ارتباطات.....                 |
| ۱۲۴ | دیدگاه سیستمی در مورد ارتباطات.....                |
| ۱۲۴ | دیدگاه اقتضایی و ارتباطات.....                     |
| ۱۲۵ | اثربخشی در ارتباطات میان فردی.....                 |
| ۱۲۶ | ویژگی‌های اثربخشی.....                             |
| ۱۲۶ | گشودگی.....                                        |
| ۱۲۸ | همدلی.....                                         |
| ۱۲۹ | حمایت‌گری.....                                     |
| ۱۲۹ | مثبت‌گرایی.....                                    |
| ۱۳۰ | تساوی.....                                         |
| ۱۳۰ | همانندی «تشابه با هم» و «تخالف با هم».....         |
| ۱۳۱ | موانع ارتباطی.....                                 |
| ۱۳۲ | ب- موانع میان فردی.....                            |
| ۱۳۴ | موانع بازخورد.....                                 |
| ۱۳۹ | ارتباطات سازمانی.....                              |
| ۱۴۰ | انواع ارتباطات.....                                |
| ۱۴۱ | مزایای ارتباطات کتبی:.....                         |

|     |       |                                             |
|-----|-------|---------------------------------------------|
| ۱۴۱ | ..... | معایب ارتباطات کتبی:                        |
| ۱۴۱ | ..... | مزایای ارتباطات شفاهی:                      |
| ۱۴۱ | ..... | معایب ارتباطات شفاهی:                       |
| ۱۴۲ | ..... | ارتباطات یک جانبه:                          |
| ۱۴۲ | ..... | ارتباطات دوجانبه:                           |
| ۱۴۲ | ..... | جریان ارتباطات در سیستم:                    |
| ۱۴۳ | ..... | ارتباط عمودی:                               |
| ۱۴۳ | ..... | ارتباط افقی:                                |
| ۱۴۳ | ..... | ارتباط مورب:                                |
| ۱۴۴ | ..... | انتخاب مسیر یا کانال ارتباط:                |
| ۱۴۵ | ..... | قوانین راهبردی در ارتباطات سازمانی:         |
| ۱۴۶ | ..... | مشکلات در ارتباطات سازمانی:                 |
| ۱۴۷ | ..... | راه کارهایی برای حمایت از ارتباطات سازمانی: |
| ۱۴۹ | ..... | بهبود ارتباطات سازمان:                      |
| ۱۵۱ | ..... | موانع ارتباطات:                             |
| ۱۵۲ | ..... | قدرت:                                       |
| ۱۵۲ | ..... | اهمیت قدرت:                                 |
| ۱۵۳ | ..... | تعاریف قدرت:                                |
| ۱۵۵ | ..... | قدرت در سطوح مختلف سازمان:                  |
| ۱۵۵ | ..... | قدرت در سطح عمودی:                          |
| ۱۵۶ | ..... | منابع قدرت مدیران رده‌ی عالی سازمان:        |
| ۱۵۷ | ..... | منابع قدرت مدیران رده میانی سازمان:         |