

روایتگری در سازمان‌ها

چرا و چگونه داستان‌پردازی در حال دگرگون‌سازی مدیریت سازمانی در قرن بیست‌ویکم است؟



جان سیلی براون، استیون دنینگ، کاتالینا گرو، لارنس پروساک

مترجم: فاطمه علیم‌رادی



نشر راوشید

www.ravshid.ir

ISBN: 978-622-5767-00-3



9

786225

767003

- عنوان و نام پدیدآور : روایتگری در سازمان‌ها: چرا و چگونه داستان‌پردازی در حال دگرگون‌سازی مدیریت سازمانی در قرن بیست‌ویکم است؟/ جان سیلی براون... [و دیگران]؛ مترجم فاطمه علیمردی.
- مشخصات نشر : کرج: راوشید، ۱۴۰۰.
- مشخصات ظاهری : ۱۴۶ ص؛ ۵/۱۴ × ۵/۲۱ س.م.
- شابک : 978-622-5767-00-3
- وضعیت فهرست نویسی : فیبا
- یادداشت : عنوان اصلی: Storytelling in organizations: why storytelling is transforming 21st century organizations and management, 2005.
- یادداشت : جان سیلی براون، استیون دنینگ، کاتالینا گرو، لارنس پروساک.
- عنوان دیگر : چرا و چگونه داستان‌پردازی در حال دگرگون‌سازی مدیریت سازمانی در قرن بیست‌ویکم است؟
- شناسه افزوده : براون، جان سیلی
- شناسه افزوده : Brown, John Seely
- شناسه افزوده : علیمردی، فاطمه، ۱۳۶۷-، مترجم
- رده بندی کنگره : ۳/HD۳۰
- رده بندی دیویی : ۴۵/۶۵۸
- شماره کتابشناسی ملی : ۸۷۲۳۴۸۹
- اطلاعات رکورد : فیبا
- کتابشناسی



راوشید

www.ravshid.ir

- عنوان کتاب: روایتگری در سازمان‌ها
- مؤلف: جان سیلی براون و دیگران
- مترجم: فاطمه علیمردی
- ناظر کیفی: عباس احمدی
- ناشر: راوشید
- نوبت چاپ: اول
- شمارگان: ۵۰۰
- چاپخانه/اصحافی: شیدا
- شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۵۷۶۷-۰۰-۳

قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان

تلفن مرکز پخش: ۰۲۶۳۶۵۲۷۱۹۴-۰۹۳۶۲۸۰۹۱۸۲

انتشارات راوشید: البرز، کرج، فردیس، تقاطع بلوار بهاران و بلوار امام خمینی، نسترن غربی، کوی شهید شجاعی، پلاک ۳۹ - تلفن: ۰۲۶۳۶۵۲۷۱۹۴-۰۹۳۶۲۸۰۹۱۸۲

بر طبق قاعده حمایت مولفان و مصنفان و هنرمندان مصوب ۱۳۴۸، هر شخص حقیقی یا حقوقی که تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر، چاپ، پخش یا عرضه نماید، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

۸		سخن ناشر
۹		مقدمه
۹		این کتاب درباره چیست؟
۱۰		اولین رویناد موزه ملی آمریکا چگونه آغاز شد
۱۰		پیامدهای همایش سال ۲۰۰۱
۱۱		نقش این کتاب
۱۲		درباره نویسندگان
۱۳		فصل اول: چگونه وارد روایتگری شدیم
۱۳		لری پروساک: چگونه به روایتگری رسیدم
۱۳		هنجارها چگونه منتقل می شوند؟
۱۴		سازمان ها چگونه عمل می کنند؟
۱۵		مدیران عامل در واقع چه کاری انجام می دهند؟
۱۶		جان سیلی براون: چگونه به روایتگری رسیدم
۱۶		ارتباط پیچیدگی ها
۱۷		یادگیری کار با جهان
۱۹		ارتباط سریع
۱۹		استیون دنینگ: چگونه به روایتگری رسیدم
۲۱		کاتالینا گرو: چگونه به روایتگری رسیدم؟
۲۱		خانواده داستان نویسان
۲۱		ورود من به فیلمسازی
۲۳		فصل دوم: روایتگری در سازمان ها
۲۳		گروه های داستانی در سازمان ها
۲۳		داستان هایی درباره افراد دیگر
۲۵		داستان هایی درباره مقوله «کار»
۲۷		آیا صحبت کردن راجع به کار فایده ای هم دارد؟
۲۸		در کلاس های درس این رویناد چگونه جریان دارد؟
۲۸		وجه تمایز میان محاوره، مکالمه و داستان
۲۹		داستان هایی درباره سازمان
۳۱		متن داستان
۳۱		داستان به مثابه پیوندی اجتماعی
۳۳		داستان ها به مثابه علائم
۳۳		معماری می تواند داستان بگوید

۳۴	داستان‌هایی درباره گذشته
۳۵	داستان نامعتبر
۳۶	تاریخ شفاهی سازمان‌ها
۳۷	داستان‌هایی درباره آینده
۳۷	استفاده از داستان برای ایجاد جرقه تغییر و حذف داستان‌های قدیمی
۳۸	فراتر رفتن از داستان‌های گذشته
۳۹	یک راه‌حل: جای‌تان را عوض کنید
۳۹	داستان‌هایی درباره خود زندگی
۴۰	داستان‌هایی درباره هویت خود
۴۰	داستان‌گویی الکترونیک
۴۱	دورکاری
۴۲	چرا افراد برای رسیدن به جلسات کاری سفر می‌کنند؟
۴۳	اجتماعات مبتنی بر شبکه
۴۴	تنوع در روایت داستان: جنسیت، قومیت و نسل
۴۴	تفاوت‌های جنسیتی
۴۴	تمایزات در گروه‌بندی نژادی
۴۴	تفاوت نسل‌ها
۴۵	تأثیر یکسان‌ساز تلویزیون
۴۵	داستان بانک بروکلین و شبکه رایانه‌ای
۴۸	ویژگی‌های داستان
۵۰	قدرت داستان‌ها
۵۰	تأملات لری پروساک
۵۲	برخی داستان‌ها را مصنوعات بشر روایت می‌کنند
۵۲	داستان‌هایی که دانش اجتماعی را منتقل می‌کنند
۵۴	اهمیت دانش
۵۵	فصل سوم: روایتگری بعنوان رسانه‌ای برای اطلاع‌رسانی در سازمان‌ها
۵۵	به بند کشیدن دانش، بدون کشتن آن
۵۶	مقیاس و سرعت تغییر امروز
۵۶	احساس فراگیر خستگی
۵۷	یادگیری فراموشی
۵۸	موتور سیکلت چگونه کار می‌کند؟
۶۰	آن نیروی مغناطیسی عجیب
۶۱	دانش خاموش به مثابه پدیده‌ای اجتماعی
۶۲	دانش نهان سازمان‌ها

۶۳		انتزاع، کلیت و روایت
۶۴		محیط‌هایی که پژوهش‌های مولد را تسریع می‌کنند
۶۴		روایت‌سازی برای قوانین مکانیک
۶۵		استودیوهای معماری: انجام کار در معرض دید عمومی
۶۶		بافت اجتماعی سازمان
۶۶		صف انتظار دستگاه کپی
۶۷		یادگیری استفاده از کارت‌های کرایه در واشنگتن دی‌سی
۶۷		شرکت زیراکس: دستگاه‌های کپی واقعاً چگونه تعمیر می‌شوند؟
۷۰		لحظه "اها یافتمش!" شرکت زیراکس
۷۰		دانش چیست؟
۷۱		مسئله مشوق‌ها
۷۱		نتایج تجاری یوریکا
۷۱		توسعه منبع باز
۷۲		پارک زیراکس
۷۳		اصطکاک خلاقانه
۷۴		فضای بکر
۷۴		قهوه‌سازهای سیمی
۷۶		روایت و اقدام
۷۶		مناقض‌نمای دانش: چسبندگی، نشت‌کنندگی، غیرقابل درک بودن
۷۶		عمل: ریل‌هایی که دانش روی آن حرکت می‌کند
۷۷		حمایت فنی برای عمل و روایت
۷۸		عدسی عمل
۷۹		تأملات جان سیلی براون
۷۹		بوم‌شناسی دانش
۸۱		استفاده از تابلوی داستان در طراحی
۸۲		نرم‌افزار اجتماعی
۸۳		دانشگاه کالیفرنیا، جنوبی
۸۴		فرایندهای کسب‌وکاری که قدرت توانمندسازی دارند
۸۵		هماهنگی و روایت
۸۶		سیر تکاملی روایت
۸۷		ایجاد روش‌های جدید سازماندهی
۸۸		فصل چهارم: استفاده از روایت به عنوان ابزاری برای تغییر
۸۹		مشکل سازمان‌های مقاوم در برابر تغییر
۹۰		فراموش کردن دانسته‌های پیشین راجع به داستان‌گویی

بانک جهانی..... ۹۰

نقطه شروع تغییر..... ۹۰

داستان چگونه آغاز شد؟..... ۹۱

چرا دانش خود را به اشتراک نمی گذاریم؟..... ۹۲

سازمان وام دهنده..... ۹۲

داستان کشور زامبیا..... ۹۳

مباحثات راهبردی در ژانویه سال ۲۰۰۰..... ۹۴

داستان ماداگاسکار..... ۹۵

تأثیر داستان ماداگاسکار..... ۹۷

کارکردهای داستان..... ۹۷

داستان هایی که سازمان ها را تغییر می دهند..... ۹۸

داستان چه چیزی را شرح می دهد؟..... ۹۸

آن صدای کوچک در مغز..... ۱۰۰

شکاف علم و عمل..... ۱۰۱

بازگویی داستان مشابه..... ۱۰۱

چه محدودیت هایی وجود دارد؟..... ۱۰۲

آیا همه داستان ها به این شکل عمل می کنند؟..... ۱۰۴

لزوم واقعی بودن داستان..... ۱۰۵

داستانی که به شیوه موجزگویی روایت می شود..... ۱۰۵

لزوم پایان خوش در یک داستان..... ۱۰۶

روایتگر باید دست از کنترل کردن بردارد..... ۱۰۷

برخی از گروه ها در امان هستند..... ۱۰۷

روایتگر باید داستانش را باور داشته باشد..... ۱۰۷

اتحاد میان روایت و تحلیل..... ۱۰۸

یافتن داستان مناسب..... ۱۰۸

ما همگی قصه گو هستیم..... ۱۰۹

چگونه به روایتگر بهتری تبدیل شویم؟..... ۱۱۰

تأملات استیون دنینگ..... ۱۱۱

روند روبه رشد روایتگری سازمانی..... ۱۱۱

نمونه ای از کاربرد روایتگری در سازمان..... ۱۱۲

عرصه ای که عمیق و گسترده شده..... ۱۱۳

روایتگری دیجیتالی..... ۱۱۵

فصل پنجم: روایتگری در ساخت فیلم آموزشی..... ۱۱۶

طرحی مهم: یک سریال آموزشی..... ۱۱۶

- درس‌های آموخته شده از تجربه فیلمسازی ۱۱۶
- راه چاره چیست؟ ۱۱۷
- بخش دشوار: پالایش محتوا ۱۱۷
- تلنگر عاطفی داستان ۱۱۸
- روایت‌های مختلف برای انواع شنوندگان ۱۱۸
- داستانهای متفاوتی که طیف مختلفی از انسانها برای یکدیگر روایت می‌کنند ۱۲۲
- روایتگری، مبتنی بر تعامل است ۱۲۳
- شخصی که کمترین انتظار از او می‌رود، می‌تواند یک روایتگر باشد ۱۲۴
- انسانها از داستان‌ها می‌آموزند ۱۲۴
- بیرون کشیدن یک داستان از دل داستانی دیگر ۱۲۴
- روایتگری می‌تواند حتی یک مخاطب پرمشغله را نیز درگیر خود کند ۱۲۵
- انسان‌ها از طریق داستان‌های خودشان به یادگیری می‌پردازند ۱۲۵
- روایتگری به شیوه اول شخص (اطمینان بخشی) ۱۲۶
- در روایتگری، هر چه کمتر بهتر! ۱۲۷
- قصد من از ساخت این فیلم ۱۲۸
- موضوع این فیلم چیست: بررسی فزاینده ویرایش ۱۲۹
- داستانی که وجود ندارد اما حضورش احساس می‌شود ۱۳۰
- احتمال پرتوافشانی: بگذار همچنان این آهنگ بخواند ۱۳۰
- تأملات کانالینا گرو ۱۳۰
- درک قدرت روایت ۱۳۰
- یادگیری داستان مشتریان ۱۳۲
- داستان تکرارشونده نلسون ماندلا ۱۳۴
- آموختن نگریستن به جهان به شیوه‌ای نوین ۱۳۵
- فصل ششم: نقش روایت در سازمان‌ها ۱۳۶**
- داستان روایت در سازمان: از دیرباز تا کنون ۱۳۶
- دلیل نفوذ روایت در سازمان‌ها ۱۳۷
- نگاهی به گذشته: دشمنان روایتگری ۱۴۱
- نگاهی به پیرامون: به رسمیت شناختن فزاینده روایتگری ۱۴۳
- نگاهی رو به جلو: آینده روایتگری سازمانی ۱۴۵
- به رسمیت شناختن روایت در سازمان رو به فزونی است ۱۴۵
- پیدایش روایت به عنوان مجموعه‌ای از ابزار ۱۴۵

«کسی که فکر می‌کند میان تحصیلات و سرگرمی تفاوت وجود دارد، هیچ‌کدام را نفهمیده است.» - مارشال مک‌لوهان



کتاب *روایتگری در سازمان‌ها* داستان چهار مدیرعامل پرمشغله را بیان می‌کند که پیش‌زمینه‌های گوناگون و دیدگاه‌های متفاوتی دارند.

آنها پیش از نگارش این کتاب، بی‌نهایت شگفت‌زده شده بودند که داستان‌پردازی در کسب‌وکارهای خودشان چقدر می‌تواند در دگرگون‌سازی مدیریت سازمانی نقش‌آفرینی کند.

چهار نویسنده کتاب خیلی زود به این راهبرد تجاری رسیدند که باید از روایتگری به مثابه درجه‌ای بسیار ارزشمند برای نگرستن و فهمیدن سازوکار فرایندهای بازرگانی در قرن بیست و یکم بهره برد.

این تصور که روایتگری و داستان‌پردازی قادرست ابزاری آنقدر نیرومند برای عرصه فعالیت‌های سازمانی فراهم آورد، در ابتدا بیش از حد رویایی و دور از واقعیت‌های جاری به نظر می‌آمد.

اما چهار نویسنده این کتاب یعنی جان سیلی براون، استیون دنینگ، کانالیا گرو و لارنس پروساک در دنیای کسب‌وکار خود و با زبانی ساده توصیف می‌کنند که چگونه نیروی روایتگری و داستان‌پردازی را در حوزه‌های مدیریت دانش، مدیریت تغییر، و راهبردهای نوآوری در نهادهای مالی مانند زیراکس، بانک جهانی و آی‌بی‌ام مشاهده و از نزدیک تجربه کردند.

کتاب *روایتگری در سازمان‌ها* برای نخستین بار این مسئله را مطرح می‌کند که چرا داستان‌پردازی می‌بایست بخشی از جریان اصلی اندیشه‌ورزی سازمانی و مدیریتی باشد. این موضوع تا پیش از این در کتاب‌های مرتبط پوشش داده نشده بود.

همچنین لحن این کتاب بسیار بی‌همتا است، چون حکایت‌ها برگرفته از گنجینه کمیابی از سخنرانی‌های ویژه در همایش‌های اخیر موسسه/سمینارهای پیرامون روایتگری سازمانی هستند.

مطالعه این کتاب درست مانند نشستن و گوش سپردن در یکی از تالارهایی است که آقای پروساک و همکارانش دارند مطالب سودمندی را برای کارآفرینان و صاحبان صنایع ارائه می‌کنند.

متن کتاب سرشار از نکته‌های کاربردی، موشکافانه، پرمغز و اغلب سرگرم‌کننده است که نقل‌قول‌ها را به شکلی عامه‌پسند و دوستانه با رویکردی نیمه‌دانشگاهی می‌گنجاند.

مجموعه مصاحبه‌هایی که نویسندگان در طول یک دهه ابتدایی قرن بیست و یکم انجام داده‌اند نیز بعد تازماری به مطالب موجود در کتاب حاضر می‌افزاید و امکانی برایشان فراهم می‌آورد تا درباره اندیشه‌ها و گرایش‌های خود عمیق‌تر بیان‌بیشند و توصیه‌های مفیدی برای تمام کسب‌وکارهای سازمانی به ارمغان بیاورند.

