

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدیریت شایعه

درسنامه

دکتر جعفر بیک زاد

(عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی)

راجله علمی کنک لو

(کارشناس ارشد مدیریت دولتی)

سرشناسه	:	بیگزاد، جعفر، ۱۳۵۰ -
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت شایعه در سازمان / جعفر بیگزاد، راحله علمی کنکلو.
مشخصات نشر	:	تبریز: انتشارات پژوهش های دانشگاه، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	:	۱۳۵ ص: جدول، نمودار.
شابک	:	۹۷۸-۶۰۰-۸۰۳۸-۹۶-۲
وضعیت فهرست نویسی	:	فیبیا
یادداشت	:	کتابنامه: ص. ۱۳۰.
موضوع	:	شایعه
موضوع	:	Rumor
شناسه افزوده	:	علمی کنکلو، راحله، ۱۳۶۴ -
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۵ ۱۳۴۴/۹۴۴ HM1۲۴۱
رده بندی دیسک	:	۳۰۲/۲۴
شماره کشتاب ملی	:	۴۳۰۰۲۸۶

عنوان : مدیریت شایعه در سازمان	مؤلف : دکتر جعفر بیگزاد، راحله علمی کنکلو	شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۳۸-۹۶-۲
صفحه آرایشی : نیمه مناف زاده	طراح روی جلد : فرزین جهانگیری	نویسندگان : ۱۳۹۵
چاپ و صحافی : عدیران	قطع : وزیری	شمارگان : ۱۰۰۰ جلد
قیمت : ۱۶۰۰۰۰ ریال		

انتشارات پژوهش های دانشگاه



انتشارات پژوهش های دانشگاه
وزیر اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

مرکز تخصصی چاپ نشر کتب دانشگاه ویژه استادیو اعضای هیات علم دانشگاه ها

آدرس دفتر مرکزی : آذربایجان شرقی، تبریز، آبرسان، مجتمع تجاری بلور، روبروی کلاتری، داخل حیاط (ضلع شرقی)، پلاک ۲۹
 آدرس دفتر ارومیه : آذربایجان غربی، ارومیه، خیابان دیانت، نبش خیابان دیانت و حکمت، پلاک ۱۰۳ / ۹۱۴۹۴۶۱۱۴۰
 آدرس دفتر اهر : آذربایجان شرقی، اهر، میدان معلم، روبروی اداره دارایی / ۹۳۰۸۱۴۸۴۸۶
 آدرس دفتر بناب : آذربایجان شرقی، بناب، خیابان امام، روبروی حلال احمر، جنب فروشگاه بسیجیان / ۹۳۵۸۸۳۷۵۹۹
 آدرس دفتر پخش : تهران، خیابان انقلاب، روبروی دانشگاه تهران، پاساژ فروزنده، پلاک ۲۱۷

تلفن های تماس بخش مدیریت : دکتر قربانی « ۰۹۱۴۶۱۴۳۳۴۶ / ۰۴۱۳۳۲۶۲۱۱۶ »
 بخش امور فنی : مهندس جهانگیری « ۰۹۱۴۵۰۱۹۸۵۰ / ۰۴۱۳۳۲۵۰۲۴۸ »
www.Unpb.org / Info@unpb.org www.Pajohesh-daneshgah.ir / Info@pajohesh-daneshgah.ir

طبق قانون حمایت از حقوق ناشران و مولفان هر شخص حقیقی و حقوقی که تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر و مولف، نشر یا عرضه یا تکثیر یا تجدید چاپ نماید مورد

پیگیری جدی قانونی خواهد گرفت و مطابق با جرایم قوانین اسلامی برخورد خواهد شد.

فهرست مطالب

۷	پیشگفتار
فصل اول : کلیات	
۹	مقدمه
۱۱	ارتباطات سازمانی
۱۲	شایعه نوعی از ارتباطات کلامی
۱۲	شایعات و نارسایی کانال های رسمی
۱۹	شایعه و رسانه های جمعی
۲۰	تئوری شایعه و بحران های اجتماعی
فصل دوم : شایعه	
۲۵	مقدمه
۲۵	مفهوم و تعریف شایعه
۲۹	مشخصه های شایعه
۳۰	قانون شایعه
۳۱	مطالعات شایعه

۲۵	نگاه تاریخی به شایعات
۴۲	شدت شایعه
۴۴	انگیزه‌های روانی پخش شایعه
۴۵	محرك‌های شایعه
۴۶	محرك یافتن حقایق
۴۸	محرك ساخت روابط
۴۹	محرك خودافزایی
۵۰	پیشینه و محرك‌ها، انتشار شایعه
۵۲	عوامل اجتماعی و شخصی در گسترش شایعات
۵۴	ویژگی‌های افراد شایعه‌پذیر، شایعه‌گر و شایعه‌جو
۵۵	سرعت پخش شایعات
۵۶	انواع شایعات
۶۰	شایعات تجاری
۶۳	شایعات سیاسی

فصل سوم : شایعه از دید؟ قرآن کریم و احادیث

۶۹	مقدمه
۷۰	نمونه‌هایی از شایعات در قرآن کریم
۷۳	شایعات عصر پیامبر
۷۶	نمونه‌هایی از اشارات به شایعه در روایات

فصل چهارم : شایعه در سازمان

۸۱	مقدمه
۸۲	اهمیت و ضرورت توجه مدیریت سازمان به شایعه
۸۴	شایعات و فرهنگ سازمانی
۸۶	انواع شایعات سازمانی
۸۹	روش‌های انتقال شایعات

۹۱-----الگوهای انتشار شایعه

۹۱-----عکس العمل در برابر شایعه

فصل پنجم : عوامل موثر بر بروز شایعه در سازمان

۹۵-----مقدمه

۱۰۰-----تأثیرات سطح کوچک در انتقال شایعات

۱۰۳-----محرك های سطح بزرگ محتوی شایعه و انتقال آن

فصل ششم : آثار و پیامدهای شایعه در سازمان

۱۰۷-----مقدمه

۱۰۸-----آثار شایعات

۱۱۰-----مراحل زندگی شایعه

فصل هفتم : مدیریت شایعه

۱۱۷-----مقدمه

۱۱۸-----مدیریت شایعه

۱۲۰-----مقابله با شایعه

۱۲۲-----راهکارهای عمومی جلوگیری از بروز شایعات

۱۲۲-----راهکارهای کنترل شایعات در زمان تغییرات سازمانی

۱۲۳-----راهکارهای مقابله یا شایعات موجود در سازمان

۱۲۷-----نمونه ای از راهکارهای استفاده شده توسط برخی کشورها جهت کنترل شایعه

۱۳۱-----منابع و مأخذ

شایعه عبارت است از خبری تأیید نشده و اساساً مرتبط در خال انفعال که از موقعیت های مبهم، پرخطر یا تهدید بالقوه شکل گرفته و کارکرد آن، کمک به مردم در درک منطقی و مدیریت شرایط مخاطره آمیز می باشد. شایعات، طرز تفکرات و نگرش ها درباره اشارات سطحی هستند که بدون داشتن تأییدیه رسمی انتشار می یابند. شایعات، حتی با وجود صدور بیانیه نادرست بودن مطلب، ادامه یافته و اطلاعات اجتماعی ظهور یافته و در حال گردش هستند که هنوز هیچ منبع موثقی، صحت یا نادرستی آنها را تأیید نکرده است. از شایعه به عنوان قدیمی ترین رسانه گروهی یاد شده است و دانشی است که در اختیار ناقل آن قرار دارد. اثباتی که شایعات می توانند در سازمان ایجاد کنند، غیر قابل انکار است.

کتاب مدیریت شایعه در سازمان به تشریح مجموعه ای از سؤالات اختصاص دارد که به موضوع شایعه می پردازد. این پرسش ها: «وما دارای پس زمینه روان شناسی و اجتماعی و سازمانی است که لازم است جهت پاسخ به این پرسش ها، در حد توان متون مرتبط داخلی و خارجی مطالعه گردد. کتاب حاضر در هفت فصل تنظیم گردیده است. فصل اول کتاب، به موضوع کلیات پرداخته است. این فصل درصدد این موضوع است که با بیان مفاهیم، تعاریف، شایعه به بررسی شرایط وقوع شایعه و با نوعی از ارتباطات کلامی دانستن شایعه، به تبیین شیوع شایعه در زمان نارسایی های کانال های ارتباطی رسمی بپردازد.

فصل دوم به بیان تعاریفی از شایعه به زبان روانشناسان سهیل جی. چون دیفونزو، بوردیا، فاین، روسو، شیبوتانی، آلپورت و پستمن، میکسون مولی و گیسست پرداخته و در ادامه به مطالعات تاریخی روی شایعه، ماهیت شایعه، انگیزه های روانی بخش شایع، عوامل اجتماعی و شخصی مرتبط در بخش شایعه، ویژگی افراد شایعه پرداز، سرعت انتشار شایعه و انواع شایعات اشاره می نماید. در فصل سوم به شایعه در قرآن کریم و احادیث پرداخته شده است. در این فصل همچنین به اختصار به شایعات زمان پیغمبر اکرم (ص) اشاره گردیده است.

فصل چهارم کتاب، به شایعه در سازمان تخصیص یافته است. در این فصل اهمیت توجه مدیران به شایعات سازمانی، ارتباط شایعات با فرهنگ سازمانی، انواع شایعات سازمانی، انتقال شایعه، الگوهای انتشار شایعه و عکس العمل در برابر شایعه تشریح گردیده است. فصل پنجم به بررسی عوامل موثر بر بروز شایعه پرداخته است. در این راستا عوامل تأثیرگذار بر پذیرش شایعه، علت پذیرش شایعات در مردم و

بیان تأثیرات شایعات در سطح کوچک و بزرگ بیان گردیده است. و فصل ششم به آثار و پیامدهای شایعه در سازمان و انواع کارکردهای آن و در نهایت به مراحل زندگی شایعه اشاره شده است.

در فصل آخر و هفتم کتاب راه حل هایی در جهت مدیریت شایعات در سازمان و نمونه ای از راهکارهای استفاده شده توسط برخی کشورها جهت کنترل شایعه آورده شده است.

در پایان بر خود لازم می دانیم از کلیه کسانی که در تألیف و چاپ این کتاب ما را یاری نموده اند، تشکر و قدردانی نمائیم.

دکتر جعفر بیک زاد

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی

راجله علمی کتک لو

کارشناس ارشد مدیریت دولتی

www.ketab.ir