

ارتباط سازمانی و شایعه

دکتر سعید جعفری نیا

عضو هیأت علمی دانشگاه شهید چمران اهواز

جواد عطاران



انتشارات مدیر فردا

سرشناسه	: جعفری نیا، سعید، ۱۳۵۸ -
عنوان و نام پدیدآور	: ارتباط سازمانی و شایعه / سعید جعفری نیا، جواد عطاران.
مشخصات نشر	: تهران: مهر جرد، مدیر فردا، ۱۳۹۲.
مشخصات ظاهری	: ۲۶۵ ص.: مصور، جدول.
شابک	: ۱۲۰۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۴۰۶-۵-۱
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: ارتباط در سازمان ها
موضوع	: ارتباط در مدیریت
موضوع	: شایعه
شناسه افزوده	: عطاران، جواد، ۱۳۴۷ -
رده بندی کنگره	: ۱۲۹۲ ۴ الف ۷ ج ۳ / ۲۰ HD
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۱۶۲۷۱۱



www.modirefarda.com

ارتباط سازمانی و شایعه

تألیف: دکتر سعید جعفری نیا و جواد عطاران

قیمت: ۱۲۰/۰۰۰ ریال

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

چاپ اول: بهار، ۱۳۹۲

چاپ و صحافی: شادرنگ

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۳۴۰۶-۵-۱

ISBN:978-600-93406-5-1

آدرس: تهران، میدان انقلاب، خیابان اردیبهشت، بن بست مبین، پلاک ۶ تلفن: ۶۶۴۱۴۸۲۰

فروش اینترنتی در سایت: www.fardabook.com

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات و مفاهیم ارتباطات	۹
مقدمه	۹
ضرورت و اهمیت ارتباطات	۱۲
تعاریف و مفاهیم ارتباطات	۱۷
ارتباطات به عنوان یک سیستم	۲۱
مشخصات ارتباطات سازنده	۲۷
دلایل و اهداف ارتباطات	۲۹
کارکردهای ارتباطات در سازمان	۳۲
رویکردهای مطالعه ارتباطات	۳۳
استعاره‌های ارتباطات سازمانی	۳۴
الگوهای فرآیند ارتباطات	۳۶
۱- الگوی کریتنر	۳۷
۲- الگوی فرهنگی	۳۷
۳- الگوی رایبنز	۴۰

۴۱	۲- الگوی ارتباطات سازمانی چهره به چهره
۴۵	۵- الگوی لاسول
۴۵	۶- الگوی سینگر
۵۲	فصل دوم: انواع ارتباطات و شبکه‌های ارتباطی
۵۲	انواع ارتباطات
۵۲	انواع ارتباطات از نظر روش
۵۲	۱- ارتباطات کلامی
۵۷	۲- ارتباطات غیرکلامی
۶۲	انواع ارتباطات از نظر عکس العمل
۶۳	انواع ارتباطات از نظر جهت
۶۳	۱- ارتباطات عمودی (بالا به پایین)
۷۰	۲- ارتباطات صعودی (پایین به بالا)
۷۴	۳- ارتباطات افقی (جانبی)
۷۷	ارتباط میان افراد
۸۰	ارتباطات سازمانی
۸۱	ویژگی‌های شبکه‌های ارتباطی
۸۳	شبکه ارتباطات
۸۴	۱- شبکه ارتباطات رسمی
۸۸	۲- شبکه ارتباطات غیررسمی
۹۰	نقش سیستم ارتباطی غیررسمی
۹۶	تجزیه و تحلیل شبکه
۹۹	سبک‌های ارتباطی در سازمان
۱۰۸	اثرات سبک‌های ارتباطی
۱۱۳	کانال‌های ارتباطی
۱۱۷	فن آوری‌های ارتباطات و ارتباطات الکترونیکی

۱۲۴	فصل سوم: مدیریت و بهبود ارتباطات
۱۲۴	فرایند مدیریت و ارتباطات
۱۲۴	الف- برنامه ریزی
۱۲۵	ب- هدایت
۱۲۸	سیستم‌های فرعی سازمان و ارتباطات
۱۳۰	مهارت‌های رفتاری در ارتباطات متقابل
۱۳۱	۱- تماس چشمی
۱۳۳	۲- حرکات و حالات بدن
۱۳۶	۳- ایما و اشاره و حرکات دست و صورت
۱۳۹	۴- لباس و ظاهر
۱۴۱	۵- صدا و تنوع صوتی
۱۴۴	۶- زبان، مکث‌ها و کلمات زائد
۱۴۶	۷- درگیر کردن و دخالت دادن شنوندگان
۱۴۹	۸- استفاده از شوخ طبعی
۱۵۱	۹- من طبیعی
۱۵۲	اصل میزان اعتبار در ارتباطات متقابل
۱۵۴	برنامه ریزی عصبی زبانی (NLP)
۱۵۸	ارزش و اهمیت گوش دادن
۱۵۸	عوامل مؤثر بر گوش دادن
۱۶۰	فرایند گوش دادن
۱۶۵	اهداف گوش دادن
۱۶۶	سبک‌های شنود (گوش دادن)
۱۶۹	سیستم‌های جلوه و ارتباطات
۱۷۳	بهبود مهارت‌های گوش دادن
۱۷۴	موانع ارتباطات
۱۷۴	۱- موانع فردی

۱۷۹.....	۲- موانع فرهنگی - اجتماعی
۱۸۲.....	۳- موانع سازمانی
۱۹۰.....	روش های بهبود ارتباطات
۱۹۱.....	۱- اقدامات سازمان
۱۹۱.....	۲- اقدامات مدیر برای بهبود ارتباط
۱۹۵.....	۳- اقدامات کارکنان
۱۹۶.....	اصول ایجاد ارتباط اثربخش
۱۹۷.....	۱- دلیل
۱۹۷.....	۲- تقسیم بندی
۱۹۷.....	۳- توضیح
۱۹۸.....	۴- تکرار
۱۹۸.....	۵- ثبت
۱۹۸.....	الگوی بهبود ارتباطات
۲۰۴.....	اصولی برای ارتباط مؤثر با مشتریان
۲۱۲.....	فصل چهارم: شایعه
۲۱۲.....	شایعه چیست؟
۲۱۴.....	مفهوم و تعاریف شایعه
۲۱۷.....	رویکردهای تبیین شایعه
۲۱۹.....	شکل گیری شایعه
۲۲۶.....	عوامل مؤثر بر شکل گیری شایعه
۲۲۹.....	اهداف و انگیزه بیان شایعه
۲۳۱.....	دلایل پذیرش شایعه
۲۳۳.....	انواع مخاطبان شایعه
۲۳۵.....	انواع شایعه
۲۳۵.....	۱- شایعه ترس

۲۳۶	۲- شایعه بدبینی
۲۳۶	۳- شایعه تفرقه افکن
۲۳۶	۴- شایعه فریب
۲۳۶	۵- شایعه اقتصادی
۲۳۷	۶- شایعه ناموسی
۲۳۸	مدیریت شایعه
۲۴۵	کنترل شایعه
۲۴۸	استراتژی‌های شایعه
۲۵۱	شایعه در سازمان
۲۵۵	راهکارهای مقابله با شایعه در سازمان
۲۶۱	اثرات مثبت شایعه در سازمان
۲۶۳	منابع و مآخذ
۲۶۳	الف- منابع و مآخذ فارسی
۲۶۵	ب- منابع و مآخذ انگلیسی