

جامعه‌پذیری سازمانی
Organizational Socialization



جواد فقیهی پور
سارا حسینی ارانی

سرشناسه: ققیهی پور، جواد، ۱۳۶۱.
عنوان و نام پدیدآور: جامعه‌پذیری سازمانی = Organizational socialization / جواد ققیهی پور،
سارا حسینی ارانی.

مشخصات نشر: تهران: دارالفنون، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری: ۲۰۰ ص: مصور، جدول، نمودار؛ ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
شابک: ۷-۲۸-۸۱۷۱-۶۰۰-۹۷۸.
وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا
یادداشت: کتابنامه.

موضوع: کارکنان -- مدیریت
موضوع: Personnel Management

موضوع: فرهنگ سازمانی
موضوع: Corporate Culture

موضوع: جامعه‌پذیری
موضوع: Socialization

موضوع: آموزش پرسنل
موضوع: Training of Employees

شناسه افزوده: حسینی ارانی، سارا، ۱۳۶۱.
رده‌بندی کنگره: ۳۲ ج ۷، ۱۳۹۵، F ۵۰۲۹۷
رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۳
شماره کتابشناسی ملی: ۴۲۴۰۹۹۹

نام کتاب: جامعه‌پذیری سازمانی
مولفین: جواد ققیهی پور - سارا حسینی ارانی
ناشر: دارالفنون

مدیر هنری: فرزانه دلبری

چاپ و صحافی: مجتمع چاپ اول
شابک: ۷-۲۸-۸۱۷۱-۶۰۰-۹۷۸

نوبت چاپ: اول - خرداد ۱۳۹۵

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

قیمت: ۱۲۰۰۰۰ ریال



© حق چاپ این اثر، برای مولفین محفوظ است *

دفتر مرکزی: تهران، خیابان ۱۲ فروردین، کوچه بهشت آیین، پلاک ۳۴، انتشارات دارالفنون

www.DFNashr.ir



نجوید سر توهمی سروری را
سزا خود همین است مری بری را
به زیر آوری چرخ نیلوفری را

اگر تواز آموختن سربتابی
بسوزند چو درختان بی بر
درخت تو که در انش بگیرد

سخن ناشر

جوامع امروزی متشکل از سازمان‌های گوناگون و بزرگی هستند که هر یک به نوعی، بخشی از نیازهای افراد جامعه را مرتفع می‌سازند. حال اگر این سازمانها، از مدیریتی کارآمد و اثربخش در بخشها و رده‌های مختلف خود برخوردار نباشد، نه تنها قادر به رفع این نیازها نخواهند بود؛ بلکه مشکلات بسیار دیگری را نیز موجب خواهد شد. ضعف مدیریت، گاهی سبب بروز خسارات جبران‌ناپذیری بر پیکره‌ی یک جامعه می‌گردد، تلاش‌های بادی بی‌نتیجه خواهد ماند، حق افراد بی‌شماری تضییع شده و سرمایه عظیمی نیز به هدر خواهد رفت. نگاهی بر اتلاف بی‌رویه‌ی منابع انسانی و مالی نشان می‌دهد که اهمیت مدیریت در گسترش و توسعه نیافته و در حال توسعه، بسیار محسوس‌تر از هر مکان دیگر است.

اگر چه مدیریت، مقوله‌ای نوظهور نبوده و قدمتی به درازای تاریخ بشریت دارد، ولی با توجه به پیشرفت‌های روزافزون جوامع بشری در دهه‌های اخیر و همراه شدن آن با تغییرات چشمگیر اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و فردی، هر روز بر اهمیت آن، چه از نظر تئوری و چه از منظر عملی افزوده می‌شود و ضروری است که بیش از گذشته به آن پرداخته شود.

با توجه به آنچه ذکر گردید و از آنجا که امروزه رشته مدیریت یکی از مهمترین رشته‌های دانشگاهی محسوب شده و گرایش‌های آن نیز در کشور ما رو به افزایش است، انتشارات

دارالفنون به عنوان یک ناشر فعال در عرصه کتب دانشگاهی و بالخصوص رشته مدیریت، رسالت خود می‌داند که با نشر و چاپ کتب معتبر در این رشته، به نشر دانش روز مدیریت پرداخته و بدین وسیله گامی مثبت در جهت رشد و اعتلای کشور عزیزمان بردارد. بدیهی است که یاری اساتید، صاحب‌نظران و خبرگان این حوزه، پشوانه‌ای قوی برای ما در نیل به این هدف خواهد بود.

انتشارات دارالفنون

www.ketab.ir

فهرست مطالب

پیشگفتار..... ۱۱

فصل اول: مفاهیم جامعه‌پذیری

۱-۱	مقدمه.....	۱۳
۲-۱	هم‌نوایی درود.....	۱۳
۳-۱	تعارض نقش - شعاعیت.....	۱۴
۴-۱	جامعه‌پذیری.....	۱۵
۵-۱	یکسان‌سازی.....	۱۹
۶-۱	جامعه‌پذیری جزئی از مدیریت دانش.....	۱۹
۷-۱	گونه‌شناسی جامعه‌پذیری سنتی.....	۲۱
۸-۱	ویژگی‌های جامعه‌پذیری.....	۲۲
۹-۱	نکات مهم در طراحی برنامه جامعه‌پذیری.....	۲۲
۱۰-۱	برنامه نخستین روز کاری.....	۲۳
۱۱-۱	خلاصه فصل.....	۲۳

فصل دوم: جامعه‌پذیری در سازمان

۱-۲	مقدمه.....	۲۵
۲-۲	جامعه‌پذیری سازمانی.....	۲۵
۳-۲	اهمیت جامعه‌پذیری سازمانی.....	۲۸
۴-۲	ابعاد جامعه‌پذیری سازمانی.....	۳۱
۵-۲	محتوای جامعه‌پذیری سازمانی.....	۳۳
۶-۲	مراحل جامعه‌پذیری سازمانی.....	۳۴
۶-۲-۱	مرحله اول: پیش از ورود یا پیش‌بینی جامعه‌پذیری.....	۳۵

۳۶	۲-۶-۲- مرحله دوم؛ رویارویی.....
۳۸	۳-۶-۲- مرحله سوم: تغییر و فراگیری یا دگرگونی.....
۳۹	۷-۲- برنامه جامعه‌پذیری انتظاری.....
۴۰	۸-۲- تاکتیک‌های جامعه‌پذیری سازمانی.....
۴۳	۹-۲- فعالیت‌های افراد در درون سازمان.....
۴۴	۱۰-۲- مولفه‌های موفقیت جامعه‌پذیری سازمانی.....
۴۶	۱۱-۲- سطوح موفقیت در جامعه‌پذیری سازمانی.....
۵۰	۱۱-۲- حوزه‌های معنایی جامعه‌پذیری سازمان.....
۵۲	۱۲-۲- دیدگاه فلدمن در جامعه‌پذیری سازمانی.....
۵۴	۱۴-۲- رهبرانه‌ها، مدیریت فراپند جامعه‌پذیری سازمانی.....
۵۵	۱۵-۲- پدیده‌های جامعه‌پذیری کارکنان.....
۵۸	۱۶-۲- خلاصه فصل.....

فصل سوم: تازه‌ها

۶۱	۱-۳- مقدمه.....
۶۱	۲-۳- تفاوت‌های فردی.....
۶۳	۳-۳- جستجوی اطلاعات.....
۶۵	۴-۳- عملکرد.....
۶۷	۵-۳- گروه‌های کاری.....
۶۷	۶-۳- ارزش‌ها.....
۶۸	۷-۳- متغیرهای جمعیت‌شناختی و اجتماعی.....
۶۸	۸-۳- یادگیری؛ محور جامعه‌پذیری سازمانی.....
۶۹	۱-۸-۳- مدل چند سطحی با تمرکز بر یادگیری.....
۷۳	۲-۸-۳- روابط دامنه‌های یادگیری و منابع یادگیری.....
۷۵	۱-۲-۸-۳- عملکرد نقش.....
۷۶	۲-۲-۸-۳- عملکرد فرآینشی.....
۷۷	۳-۲-۸-۳- همبستگی اجتماعی.....
۷۸	۴-۲-۸-۳- ثبات سازمان.....
۸۰	۵-۲-۸-۳- بازنمایی خارجی.....

۹-۳- خلاصه فصل ۸۱

فصل چهارم: جامعه‌پذیری مبتنی بر آرزوهای شغلی

۱-۴- مقدمه ۸۳

۲-۴- زندگی حرفه‌ای ۸۵

۳-۴- آرزوهای شغلی ۸۶

۴-۴- آرزوهای شغلی مبتنی بر زندگی حرفه‌ای ۸۷

۱-۴- جامعه‌پذیری سازمانی و آرزوهای شغلی کارکنان ۸۹

۶-۴- پیمایش‌های جامعه‌پذیری مبتنی بر آرزوی شغلی ۹۱

۷-۴- خلاصه فصل ۹۶

فصل پنجم: جاه‌پذیری با رویکردی بر هوش عاطفی

۱-۵- مقدمه ۹۷

۲-۵- هوش عاطفی و جاه‌پذیری سازمانی ۹۷

۳-۵- پیمایش‌های جامعه‌پذیری و هوش عاطفی ۹۸

۴-۵- خلاصه فصل ۱۰۵

فصل ششم: جامعه‌پذیری از طریق ورزش

۱-۶- مقدمه ۱۰۷

۲-۶- نقش ورزش در کارکردهای اجتماعی ۱۰۸

۳-۶- جامعه‌پذیری در ورزش یا جامعه‌پذیری از طریق ورزش ۱۱۰

۴-۶- پیمایش‌های جامعه‌پذیری از طریق ورزش ۱۱۲

۵-۶- خلاصه فصل ۱۱۵

فصل هفتم: مسئولیت اجتماعی کارکنان

۱-۷- مقدمه ۱۱۷

۲-۷- مسئولیت اجتماعی ۱۲۰

۳-۷- پیمایش‌های جامعه‌پذیری و مسئولیت اجتماعی ۱۲۱

۴-۷- خلاصه فصل ۱۲۴

فصل هشتم: ماهیت برنامه توجیه کارکنان

۱-۸- مقدمه ۱۲۷

۲-۸- برنامه توجیه کارکنان ۱۳۰

۱۳۱	۸-۳- برنامه توجیه کارکنان برای کارکنان جدید
۱۳۳	۸-۴- فرایند برنامه توجیه کارکنان
۱۳۴	۸-۵- استقبال از کارکنان تازه وارد
۱۳۸	۸-۶- مزایای برنامه توجیه کارکنان
۱۴۱	۸-۷- خلاصه فصل

فصل نهم: اجزای برنامه توجیه کارکنان

۱۴۳	۹-۱- مقدمه
۱۴۵	۹-۱-۱- رای برنامه توجیه کارکنان
۱۴۶	۹-۱-۲- اهداف
۱۴۷	۹-۲-۱- مأموریتها
۱۴۹	۹-۲-۲- فرهنگ سازمان
۱۵۲	۹-۲-۳- زمان بندی حرکت نام به گام و رشته فعالیتها
۱۵۲	۹-۲-۴-۱- پیش از ورود به سازمان
۱۵۳	۹-۲-۴-۲- پس از استخدام، قبل از ورود
۱۵۶	۹-۲-۴-۳- پس از شروع فعالیت
۱۵۹	۹-۲-۵- مسئولیتها و روشها
۱۶۴	۹-۲-۶- ارزیابی و بازخورد
۱۶۶	۹-۳- انواع برنامههای توجیه کارکنان
۱۶۷	۹-۴- چه کسانی درگیر فرایند توجیه کارکنان هستند؟
۱۶۹	۹-۵- خطاهای برنامه توجیه کارکنان
۱۷۰	۹-۶- خلاصه فصل
۱۷۳	منابع و مآخذ

از زمانیکه بشر به زندگی اجتماعی روی آورد، برای بقا و تحقق نیازهای خود همواره نیاز به ماهنگی و رهبری در امور خود داشته است. روی آوردن به زندگی قبیله‌ای بیانگر نیاز انسان‌ها به سرادات و همچنین انجام کارهای گروهی است. امروزه نیز با توجه به پیشرفت‌های علمی و گستردگی بوم مخالت و شاخه شاخه شدن علومی چون مدیریت، نیاز به برنامه‌ریزی و سازماندهی و رهبری بیش از پیش نمایان شده است.

این موضوع در میس برنتر یعنی در ابعاد سازمانی برای دستیابی به اهدافی که بازتاب اجتماعی، فرهنگی و حتی فردی را در بر می‌گیرد، دارای اهمیت است. در یک سازمان ورود افراد تازه می‌تواند استراتژی‌ها و روشکارهای سازمانی را به چالش بگیرد و یا حتی نیاز به بازنگری رویه‌ها و دستورالعمل‌ها را ایجاد شود. با حال حاضر و برنامه‌ریزی برای یک برنامه توجیه کارکنان در راستای جامعه‌پذیر کردن تازه‌واران، آشنایی آنها با نحوه کار سازمانی و تطبیق انتظارانشان با آنچه بیشتر در ذهن داشته‌اند، می‌تواند کمک شایانی به یکپارچه شدن هر چه سریعتر افراد تازه وارد باشد.

در این کتاب سعی شده است تا به معرفی بخشی از یکی از اصول پایه‌ای مدیریت سازمانی که می‌تواند بازتابی فردی و اجتماعی در محیط سازمان داشته باشد با عنوان جامعه‌پذیری پرداخته شود که بنظر می‌رسد تاکنون مورد بی‌توجهی قرار گرفته است. امید است با جرقه‌ای هر چند کوچک برای ایجاد دیدگاه‌های جدید در این باب، در راه بهبود و اثر بخشی در سازمان سیستم مدیریتی کشور گام برداریم.