



داستان سیرابی سازمانی

ارزش‌نمایی و بیان یاد سازمان‌های عصر دانش

تألیف:

دکتر مهدی شامی زنجانی

عضو هیات علمی دانشگاه تهران

فرگس قوزانه‌کنندری



انتمنارات نگاه دانش

سرشناسه	شامی رنجانی، مهدی
عنوان و نام پدیدآور	داستان سرایی سازمانی: ارزش آفرینی داستان‌ها در سازمان‌های عصر دانش / خالیف مهدی شامی رنجانی، ترگس فرزانه‌کندری
مشخصات نشر	تهران، نگاه دانش، ۱۳۹۳
مشخصات ظاهری	۱۳۶ ص
شابک	۹۷۸-۹۶۴-۵۷-۲۵۱-۵
وضعیت فهرست‌نویسی: فبا	
موضوع	سازمان
موضوع	تحول سازمانی
موضوع	کارآمدی سازمانی
شماره افزوده	فرزانه‌کندری، ترگس
رصد	۳۹۲: ۲۷۲/۷ HD
ردیف دیوید	۶۵۸۰
شماره کتابخانه ملی	۳۴۱۶۰۲۲

هدفصلد بخواهید
 دايج شنهاد ساتيد نگاه دانش براي کارشناسی ارشد و دکتری
 و
 فرزندیکي کتابهای نگاه دانش
 در
www.negahedn.com

انتشارات نگاه دانش

داستان سرایی سازمانی:	♦ نام کتاب:
ارزش آفرینی داستان‌ها در سازمان‌های عصر دانش	♦ مولفین:
دکتر مهدی شامی رنجانی - ترگس فرزانه‌کندری	♦ ناشر:
نگاه دانش	♦ مترجم:
نگاه دانش	♦ حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی:
کبری صابری	♦ لوبت چاپ:
اول، ۱۳۹۳	♦ تیراژ:
۱۰۰۰ نسخه	♦ قیمت:
۸،۰۰۰ تومان	♦ لیتوگرافی / چاپ و صحافی:
بaxter / شاهین / کیمیا	♦ شابک:
۹۷۸-۹۶۴-۱۵۷-۲۵۱-۵	

حق چاپ محفوظ و مخصوص ناشر است.

انتشارات نگاه دانش، انقلاب - خ ۱۲ فروردین - ساختمان ناشران پلاک ۲۷۱ - طبقه ۲ - واحد ۲

تلفن: ۶۶۹۵۴۸۹۳

تلفکس: ۶۶۴۸۶۱۵۴

چیش گفتار

با این که اهمیت و جایگاه داستان، در زندگی فردی و اجتماعی بشر از دیرباز مورد توجه بوده است؛ اما تنها حدود دو دهه از باز شدن پای داستان به زندگی سازمانی می گذرد اهمیت داستان سرائی سازمانی به سبب تأثیر قابل توجهی است که می تواند به طور همزمان بر ادراک و احساس افراد در سازمان داشته باشد.

نویسندگان کتاب مطرح و پرفروش "در جستجوی کمال"، که در آن به بررسی ویژگی های بهترین شرکت های آمریکایی پرداخته اند، چنین اظهار می دارند که اکثر شرکت های موفق مورد مطالعه آن ها، از سازوکار داستان سرائی برای ایجاد معانی و درک مشترک در کارکنان شان بهره گرفته اند. داونپورت و پروساک، محققان برجسته مدیریت نیز معتقدند کاراترین راه انتقال دانش در سازمان ها، نقل یک داستان متقاعدکننده است. موضوع داستان سرائی سازمانی، تنها مورد توجه محققان دانشگاهی نیست؛ بلکه مدیران برجسته کسب و کارها در دنیا نیز برای این سازوکار ارزش زیادی قائلند. جک ویلس، مدیر عامل مشهور شرکت جنرال الکتریک در پاسخ به سؤالی در مورد مهم ترین ویژگی مدیران وی اظهار می دارد که "من می دانم چگونه باید داستان بگویم".

کتاب حاضر در پنج فصل تنظیم شده است. دو فصل نخست کتاب، به ابعاد مختلف داستان و داستان سرائی سازمانی می پردازد. اصول سه و چهار کتاب، کاربردها و حوزه های داستان سرائی سازمانی را معرفی می نماید. درین در فصل ۱۲ کاربرد و ۱۵ حوزه برای داستان سرائی سازمانی پیشنهاد شده است. فصل آخر کتاب نیز به گونه ای عملی برای داستان سرائی سازمانی می پردازد. هم چنین به منظور ایجاد درک و بینش عمیق تر از کاربردهای مدیریتی و سازمانی داستان سرائی، ۶۸ داستان کوتاه در این کتاب نقل شده است.

با وجود آن که در نگارش این کتاب از ۶۵ منبع علمی، ششمتل بر کتب و مقالات معتبر استفاده شده است؛ زبان کتاب، ساده و ترویجی می باشد. همچنین تلاش شده که متن کتاب موجز و بدون حواشی زائد نگاشته شود. بنا به اطلاعات در دسترس نویسندگان، کتاب حاضر، نخستین کتابی است که با موضوع داستان سرائی سازمانی به زبان فارسی تالیف شده است.

مخاطبان کتاب حاضر را می توان دو گروه عمده دانست. گروه نخست رهبران، مدیران و دانشوران سازمان ها هستند. مطالعه و بهره برداری از این کتاب می تواند ارزش های گوناگونی برای سازمان ها همچون "انگیزه بخشی و تشویق افراد به کار"، "پروورش رهبران و مدیران آینده"، "بهبود برند سازمان" و "بهبود تعاملات و همکاری های اثربخش" ایجاد نماید. گروه دوم مخاطبان کتاب را می توان اساتید و دانشجویان کشور در رشته های مدیریت دانست. این کتاب می تواند در درس هایی همچون "مدیریت دانش"، "سازمان های یادگیرنده"، "مهارت های عمومی مدیریت"، "رهبری سازمانی" و "مدیریت منابع انسانی"، به عنوان منبع تکمیلی درس، مورد استفاده قرار گیرد.

در پایان از جناب آقای عماد قاضی به سبب مطالعه این کتاب و ارائه نقطه نظرات ارزنده قدردانی می گردد.

فهرست مطالب

تعریف داستان سرا.....	۳۰	فصل ۱: داستان سازمانی.....	۷
پیشینه داستان سرائی سازمانی.....	۳۱	مقدمه.....	۷
تعریف سازمان داستان سرا.....	۳۲	تعریف داستان.....	۸
روش های داستان سرائی سازمانی.....	۳۲	انواع داستان.....	۱۰
داستان سرائی سازمانی افقی.....	۳۳	شخصیت ها.....	۱۰
داستان سرائی سازمانی عمودی.....	۳۳	کشمک.....	۱۱
مزایای اقتصادی داستان سرائی سازمانی.....	۳۳	رویدادها.....	۱۱
جمع بندی.....	۳۵	طریقه.....	۱۱
فصل ۳: کاربردهای داستان سرائی سازمانی.....	۳۷	مزایای داستان.....	۱۲
مقدمه.....	۳۷	تأثیر غیر مستقیم.....	۱۳
انگیزه بخشی و تشویق افراد به کار.....	۳۷	ماندگاری طولانی.....	۱۳
ایجاد تصویری از آینده.....	۴۰	معرفی الگوها و قهرمانان.....	۱۳
پرورش رهبران و مدیران آینده.....	۴۱	مفید بودن برای همه افراد جامعه.....	۱۴
بهبود برند سازمان.....	۴۳	نحوه تأثیرگذاری داستان.....	۱۴
بهبود همکاری.....	۴۵	ویژگی های عمومی داستان.....	۱۵
تسهیل ارتباطات.....	۴۶	انواع داستان.....	۱۵
تسهیل حفظ فرهنگ سازمان.....	۴۷	داستان کوتاه.....	۱۷
مسئله ها و راه حل ها.....	۵۱	داستان بلند.....	۱۷
معرفی.....	۵۴	رمان.....	۱۸
مقابله با شایعات.....	۵۷	داستان های گذشته.....	۱۸
مدیریت پروژه.....	۵۸	داستان های آینده یا سناریو.....	۱۸
مدیریت تغییر.....	۶۰	داستان های تفریحی.....	۱۹
مدیریت دانش.....	۶۳	داستان های تحلیلی.....	۱۹
مدیریت فروش.....	۶۴	تعریف داستان سازمانی.....	۱۹
کارآفرینی.....	۶۷	جمع بندی.....	۲۳
نوآوری.....	۶۹	فصل ۲: داستان سرائی سازمانی.....	۲۵
یادگیری.....	۷۲	مقدمه.....	۲۵
جمع بندی.....	۷۳	تعریف داستان سرائی.....	۲۵
		پیشینه داستان سرائی.....	۲۶

جستجوی زمینه‌ها -	۱۱۹
جستجوی پیامدها -	۱۱۹
جستجوی درس‌ها -	۱۱۹
جستجوی اشتباهات گذشته -	۱۲۰
ساختن سناریویی برای آینده -	۱۲۰
داستان‌سرایی سازمانی نوین -	۱۲۰
نقل یک داستان سازمانی تأثیرگذار -	۱۲۱
هدف -	۱۲۱
افراد -	۱۲۲
زمینه -	۱۲۲
رویدادها -	۱۲۳
جریان -	۱۲۳
واژگان -	۱۲۳
لحن -	۱۲۳
زبان بدن -	۱۲۴
احساسات -	۱۲۴
حاشیه‌های داستان -	۱۲۴
تم‌های عمومی برای داستان‌سرایی -	۱۲۴
نمیه‌هایی برای داستان‌سرایی سازمانی -	۱۲۶
جمع‌بندی -	۱۲۸
واژه‌نامه -	۱۲۹
منابع -	۱۳۳

فصل ۴: حوزه‌های داستان‌سرایی سازمانی ۷۵

مقدمه -	۷۵
داستان‌سرایی در سازمان‌های تولیدی -	۷۵
حوزه تولید انرژی -	۷۶
حوزه تولید خودرو -	۷۷
حوزه تولید رایانه (نرم‌افزار و سخت‌افزار) -	۸۱
حوزه تولید مواد غذایی -	۸۳
حوزه تولید لوازم خانگی -	۸۴
داستان‌سرایی در سازمان‌های خدماتی -	۸۶
حوزه آتش‌نشانی -	۸۷
حوزه آموزش و پرورش -	۸۸
حوزه پزشکی -	۹۰
روانشناسی -	۹۷
حوزه سیاسی -	۹۹
حوزه فناوری اطلاعات -	۱۰۱
حوزه گردشگری -	۱۰۳
حوزه مذهبی -	۱۰۵
حوزه نظامی -	۱۰۷
حوزه ورزش -	۱۱۱
جمع‌بندی -	۱۱۲

فصل ۵: راهنمای داستان‌سرایی سازمانی ۱۱۷

مقدمه -	۱۱۷
منابع داستان سازمانی -	۱۱۸