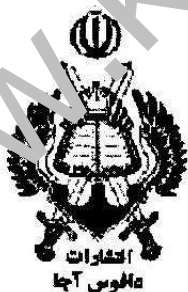


سکوت سازمانی

نویسنده:
امیر نیازمند



انتشارات دانشگاه فرماندهی و ستاد ارتش جمهوری اسلامی ایران

۱۳۹۹

سرشناسه	: نیازمند، امیر، ۱۳۵۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: سکوت سازمانی/نویسنده امیر نیازمند؛ ویراستار سامان آزاد.
مشخصات نشر	: تهران: ارتش جمهوری اسلامی ایران، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، انتشارات دافوس، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	: ۲۳۲ ص: جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۲۲-۷۵۰۴۰۱-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص ۲۱۷-۲۳۲.
موضوع	: رفتار سازمانی -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع	: Organizational behavior -- Iran -- Case studies
موضوع	: انگیزش در کار -- ایران -- نمونه پژوهی
موضوع	: Employee motivation -- Iran -- Case studies
موضوع	: کارکنان -- مدیریت -- نمونه پژوهی
موضوع	: Personnel management--Case studies
شناسه افزوده	: ایران: ارتش. دانشگاه فرماندهی و ستاد. انتشارات دافوس
شناسه افزوده	: Iran. Army. Command & Staff University. Dafoos Publisher
رده بندی کنگره	: ۶۵۰.۷
رده بندی دیویی	: ۶۵۰.۷۳۰۹۵۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۳۵۰۰۱

عنوان: سکوت سازمانی

مؤلف: امیر نیازمند

ویراستار: سامان آزاد

ناظر چاپ: حمید همت

طرح روی جلد: علیرضا قانع

صفحه آرایشی: محمد نوشادی جاجی آبادی

ناشر: انتشارات دافوس آجا

شمارگان: ۱۰۰۰

تعداد صفحه: ۲۳۲

تاریخ نشر: ۱۳۹۹

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مدیریت چاپ، انتشارات و فصلنامه دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا

قیمت: ۴۵۰,۰۰۰ ریال

نشانی: تهران، میدان پاستور، خیابان دانشگاه جنگ، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، انتشارات دافوس

www.dafoosaja.ac.ir

تلفن: ۶۶۴۱۴۱۹۱ - ۰۲۱

مسئولیت صحت مطالب بر عهده مؤلف می باشد.

کلیه حقوق برای دافوس آجا محفوظ است. (نقل مطالب با ذکر مأخذ بلامانع است).

فهرست مطالب

فصل اول: تاریخچه سکوت سازمانی.....	۱۱
۱-۱- مقدمه.....	۱۲
۱-۲- سیر تحول سکوت سازمانی.....	۱۵
۱-۳- مطالعات پیشین در مورد سکوت سازمانی.....	۲۷
۱-۳-۱- نقش پیشینه‌ها در دانش‌افزایی موضوع پژوهش.....	۲۹
۱-۳-۲- نقش پیشینه‌ها در تبیین کمبودها و مطالبات پژوهش.....	۲۹
۱-۳-۳- نقش پیشینه‌ها در شکل‌گیری روش‌های جمع‌آوری و تحلیل.....	۳۰
فصل دوم: مفاهیم و سبب‌ها سکوت سازمانی.....	۳۱
۲-۱- تعریف جو سازمانی.....	۳۲
۲-۱-۱- ویژگی‌های جو سازمانی.....	۳۳
۲-۱-۲- انواع جو در سازمان.....	۳۴
۲-۱-۳- ابعاد جو سازمانی.....	۳۶
۲-۱-۴- عوامل مؤثر بر جو سازمانی.....	۳۶
۲-۲- فرهنگ سازمانی.....	۳۸
۲-۲-۱- مفهوم فرهنگ.....	۳۸
۲-۲-۲- تعریف فرهنگ سازمانی.....	۳۹
۲-۲-۳- ضرورت پرداختن به مقوله فرهنگ سازمانی.....	۴۱
۲-۲-۴- جو سازمانی و فرهنگ سازمانی.....	۴۲
۲-۳- سکوت سازمانی.....	۴۳
۲-۳-۱- تعاریف و مفاهیم مربوط به سکوت در سازمان‌ها.....	۴۳
۲-۳-۲- مفهوم سکوت سازمانی.....	۴۷
۲-۳-۳- انواع سکوت سازمانی.....	۴۸
۲-۳-۴- ارتباط فرهنگ سازمانی و سکوت سازمانی.....	۵۴
۲-۳-۵- صدای سازمانی.....	۵۵

۵۷	 ۲-۳-۶- انواع صدای سازمانی
۶۱	 ۲-۳-۷- تبارشناسی سکوت سازمانی
۶۲	 ۲-۳-۸- اهمیت سکوت و صدای کارکنان در سازمان
۶۴	 ۲-۳-۹- انگیزه‌های سکوت و صدای سازمانی
۶۵	 ۲-۳-۱۰- واکنش‌های فردی به معضل سکوت در سازمان
۶۶	 ۲-۳-۱۱- عوامل مؤثر بر رفتار سکوت کارکنان
۶۸	 ۲-۳-۱۲- عوامل مؤثر بر صدای (آوا) سازمانی
۶۸	 ۲-۳-۱۲-۱- عوامل فردی
۶۹	 ۲-۳-۱۲-۲- عوامل سازمانی
۶۹	 ۲-۳-۱۲-۳- عوامل اجتماعی
۷۰	 ۲-۳-۱۳- تاکتیک‌های ایجاد صدا
۷۰	 ۲-۳-۱۴- سکوت سازمانی به عنوان یک متغیر
۷۰	 ۲-۳-۱۴-۱- سکوت سازمانی به عنوان تغییر مستقل
۷۴	 ۲-۳-۱۴-۲- سکوت سازمانی به عنوان متغیر وابسته
۸۱	 ۲-۳-۱۴-۳- رابطه رفتار سکوت کارکنان با نگرش‌های شغلی
۸۲	 ۲-۳-۱۵- پیامدهای صدا و سکوت سازمانی
۸۲	 ۲-۳-۱۵-۱- پیامدهای توجه به صدای کارمندان در سازمان
۸۳	 ۲-۳-۱۵-۲- پیامدهای عدم توجه به صدای کارمند در سازمان
۸۳	 ۲-۳-۱۵-۳- پیامدهای سکوت سازمانی بر تصمیم‌گیری و تغییر سازمانی
۸۴	 ۲-۳-۱۵-۴- پیامدهای سکوت سازمانی بر احساسات و واکنش‌های رفتاری کارکنان
۸۹	 فصل سوم: دیدگاه‌ها و نظریه‌های سکوت سازمانی
۹۰	 ۳-۱- دیدگاه صاحب‌نظران در مورد سکوت سازمانی
۱۲۰	 ۳-۲- دیدگاه صاحب‌نظران آجا در زمینه سکوت سازمانی
۱۲۱	 ۳-۲-۱- سؤال‌های مصاحبه با صاحب‌نظران
۱۲۱	 ۳-۲-۲- خلاصه نظرات صاحب‌نظران
۱۲۷	 ۳-۲-۳- جمع‌بندی نتایج مصاحبه با صاحب‌نظران

۱۲۸	۳-۳- مدل مفهومی پژوهش
۱۲۹	فصل چهارم: روش اجرای پژوهش
۱۳۰	۴-۱- مقدمه
۱۳۰	۴-۲- روش پژوهش
۱۳۱	۴-۳- متغیرهای پژوهش
۱۳۱	۴-۳-۱- متغیر مستقل
۱۳۱	۴-۳-۲- متغیر وابسته
۱۳۱	۴-۴- قلمرو پژوهش
۱۳۱	۴-۴-۱- علمرو موضوعی پژوهش
۱۳۱	۴-۴-۲- قلمرو زمانی پژوهش
۱۳۱	۴-۴-۳- قلمرو مکانی پژوهش
۱۳۲	۴-۵- جامعه مورد مطالعه
۱۳۲	۴-۶- جامعه آماری پژوهش
۱۳۲	۴-۷- حجم نمونه و روش نمونه‌گیری
۱۳۴	۴-۸- روش و ابزار گردآوری داده‌ها
۱۳۵	۴-۸-۱- مطالعات کتابخانه‌ای
۱۳۵	۴-۸-۲- مصاحبه
۱۳۵	۴-۸-۳- پرسش‌نامه
۱۳۶	۴-۸-۳-۱- مقیاس اندازه‌گیری پرسشنامه
۱۳۷	۴-۸-۳-۲- توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه
۱۳۷	۴-۹- اعتبار (روایی) و اعتماد (پایایی) ابزارهای جمع‌آوری داده‌ها
۱۴۰	۴-۱۰- روش تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۴۰	۴-۱۰-۱- آزمون کولموگروف-اسمیرنوف
۱۴۱	۴-۱۰-۲- آزمون T استیودنت (T-TEST)
۱۴۲	۴-۱۰-۳- روش آنالیز توسعه چانگ
۱۴۴	۴-۱۰-۴- سازگاری در قضاوت‌ها