



عنوان مقاله:

۱۰ نکته درباره مدیریت شایعات

چکیده مقاله:

شایعه از رایج‌ترین قواعد خبرپراکنی در سطح جامعه است. عده‌ای بر این باورند که شایعه از حالت روانی انسان‌ها بر خواسته است، لذا انسان‌ها زمانی که در حالت خطر قرار می‌گیرند، اقدام به ایجاد شایعه می‌کنند. عده‌ای دیگر معتقدند از حالت منافع شخصی افراد برخاسته است و زمانی که انسان‌ها در پی کسب و جذب منافی در سطح جامعه هستند، اقدام به رواج خبر نادرست یا همان شایعه می‌کنند.

از مجموع مقالات آکادمی نیک درس

[لینک دسترسی به این مقاله در وب سایت آکادمی نیک درس](#)

نکته نخست:

شایعه عبارت است از هرگونه کلام یا فعل کلامی که برای به انحراف کشاندن مسیر حقیقت و یا ایجاد حقیقت کاذب در درون سازمان، اجتماع، بازار و فعالیت‌های سیاسی صورت می‌گیرد و افراد تزریق کننده این حقایق کاذب، سعی در جذب منافع و موقعیت به سود خود دارند.

نکته دوم:

از مهم‌ترین ابزار در ساختار شایعه وجود بحران‌های اجتماعی - اقتصادی و سیاسی است. هر نوع کشاکش سیاسی، بحران اقتصادی، خلل در محیط اجتماعی، افزایش طلاق، نبود امنیت شغلی، فشارهای شغلی روزافزون، ترس از آینده، نبود ارتباطات صحیح سازمانی بین نیروی انسانی، سوء مدیریت مدیران، فقدان امنیت روانی و مالی می‌تواند در افزایش شایعه مؤثر باشد.



نکته سوم:

در ایجاد بستر شایعه مهم‌ترین ساختار کلام است. کلام جز لاینفک ایجاد شایعه است. کلام برای خود می‌تواند اسباب پذیرش شایعه در جامعه و سازمان باشد. اقسام کلام شایعه‌ساز به این شرح است:

1. کلام ادراکی
2. کلام فریبنده
3. کلام با ثنا
4. کلام بر محور برد - برد.

نکته چهارم:

کلام ادراکی:

این کلام بر اساس عقل و خواسته بیان می‌شود. فرد بر اساس عقل و ادراک خود آنچه را که می‌تواند منفعی برای او جذب کند در سطح اجتماع و کالبد سیستم رواج می‌دهد. مخاطب در این حالت تسلیم اندیشه‌های فرد بازگوکننده شایعه است. کلام ادراکی به قدرت تشخیص افراد نیز مرتبط است و افراد بر اساس موقعیت زمان و مکان شایعه مناسب آن امر را رواج می‌دهند.



نکته پنجم:

کلام فریبنده:

شایعه تنها نوع رواج کلامی است که به برادر دوقلو واقعیت شباهت دارد. کلام در شایعه بسیار فریبنده است. جذاب، مخاطب پسند، زیبا، گویا و فراگیر. در این حالت مخاطب به شدت جذب کلام شایعه‌ای می‌شود. علت آن فرار از بحران است.

نکته ششم:

کلام با ثنا:

در مذاکرات با ثنا مخاطب باور کننده خوبی است و تمام شایعات جز وجود و باورهای مخاطب درمی‌آید و چه بسا آن قدر این اصل برای او واقعی می‌نماید که پذیرش غیرواقعی بودن آن غیرممکن است. در رواج شایعه در جامعه نیز این شیوه مذاکره به شدت به چشم می‌خورد و افراد با رواج مذاکره با ثنا سعی در پذیرش حداقل باورهای مخاطب دارند.

نکته هفتم:

کلام بر محور برد - برد:

در این حالت افراد شایعه‌ساز سعی دارند با محوریت مذاکره خود دو نوع منافع را تأمین نمایند، نخست منافع خود را که بتواند آن وضعیت بحران را تا حد امکان به همان حالت خود نگه‌دارند و دوم منافع طرف مقابل را که بتوانند او را همسو با خواسته‌های خود نموده و تا حدی به او امید جهت بقاء و ادامه مسیر شایعه بدهند لذا در حالت کلام برد - برد بیشتر بر روی منافع دو طرف در پذیرش اصل شایعه تأکید شده است.



نکته هشتم:

زمانی که رهبران سازمانی و مدیران اجرایی به شایعه بها دهند و در قبال آن اصل سکوت و پذیرش تلویحی را بپذیرند مسلماً واکنش مخاطب بسیار فعال و پویا خواهد بود و شایعه را عین واقعیت تلقی می‌نماید. این نوع رفتار به مفهوم تشویق شایعه از سوی مدیران و رهبران سازمانی و اجتماعی نمی‌باشد. بلکه تحریک‌پذیری اجتماعی و مقبولیت شایعه از ارکان اصلی این فضا می‌باشد.

نکته نهم:

راهکارهای مقابله با شایعات:

1. آموزش مستمر مدیران و رهبران سازمانی و آشنایی آنان با گفتگوهای موجود اجتماعی می‌تواند آنان را در مقابل پذیرش شایعات واکسینه نماید و تا حدی انواع آن را مورد بررسی قرار داده و حتی در مواقعی با آن به مقابله برخیزند.

2. مشاوره متخصصان که دارای تفکر راهبردی می‌باشند، می‌توانند تا حد بسیار زیادی با ارائه رهنمودهای کارشناسی امر رواج شایعه در سازمان و جامعه را کنترل نمایند.

3. رهبران سازمانی باید بر این نکته تأکید نمایند که برنامه‌ریزی برای مقابله با سطح شایعه می‌تواند تا حد زیادی از رواج آن جلوگیری نماید، مسلماً این شاخص که مدیران در فعالیتهای اجتماعی و سازمانی خود دارای برنامه‌ریزی باشند و بتوانند سطح خطر در اجتماع را کنترل نمایند از اصولی‌ترین قواعد برخورد با شایعات است.



نکته دهم:

از ساختارهای اصلی در رواج شایعه زمینه پذیرش آن است. اگر روند توسعه شایعه به نحو روزافزونی در جامعه و سازمان گسترش یابد، مسلماً تعداد افراد بی‌شماری آن را می‌پذیرند. این روند سبب می‌شود تا ادامه حرکت واقعیت و اسلوب‌های آن تا حد امکان کاهش یابد و شایعه نمادی از واقعیت در جامعه باشد.



عنوان مقاله:

۱۰ نکته درباره مدیریت شایعات

نتیجه گیری:

برخی به علت فقدان سطح امنیت در سطح جامعه، شایعه پراکنی را امری عادی و اصولی می پندارند. با این وصف شایعه می تواند در بطن خود خطرات بسیاری را برای جامعه و افراد آن در برداشته باشد و درعین حال هزینه زمانی بسیاری برای رفع آن باید صورت گیرد. در این نوشتار سعی شده است تا مهم ترین نکات در این زمینه ارائه شود.

از مجموع مقالات آکادمی نیک درس

[لینک دسترسی به این مقاله در وب سایت آکادمی نیک درس](#)

آکادمی نیک درس، در انتهای تابستان 1400 فعالیت خود را باهدف انتقال تجربه مدرسین در حوزه‌های مختلف از جمله دروس مدرسه و دانشگاه (تمامی رشته‌ها و تمامی مقاطع)، دروس حوزه علمیه، مهارت‌های بازار کار، هنر، صنعت، آشپزی، نرم‌افزارهای کاربردی و ... باکیفیت مطلوب جهت سربلندی کشور اسلامی عزیزمان ایران، آغاز نموده است.

تلاش شبانه‌روزی همکاران ما در آکادمی نیک درس جهت ارائه خدمات آموزش باکیفیت و مطلوب، باقیمتی پایین جهت پیش برد اهداف از قبل تعیین شده از جمله تحقق عدالت آموزشی، دسترسی آسان و باکیفیت به آموزش‌های متنوع در زمینه‌های گوناگون برای اقشار مختلف جامعه در استان‌ها، شهرها و روستاها و حتی در مناطق کمتر برخوردار می‌باشد.

امید است که با معرفی آکادمی نیک درس به دوستان و آشنایان خود، ما را جهت پیشبرد این اهداف یاری نمایید.

در صورت تمایل به تدریس و یا تمایل به نویسندگی مقالات در آکادمی نیک درس، مهارت‌های خود را در [فرم همکاری با ما](#) در آکادمی نیک درس، ثبت نمایید.



www.NikDars.com