

## عنوان مقاله:

جامعه پذیری سازمانی، عاملی اثرگذار در شکل گیری مسئولیت پذیری اجتماعی

## محل انتشار:

هشتمین همایش ملی تازه های روانشناسی مثبت (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

## نویسنده:

الهام خسروی پور - دانش آموخته کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، گرایش مدیریت منابع انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر، خوزستان، ایران

## خلاصه مقاله:

جامعه پذیری سازمانی باعث فراگیری رفتار مطلوب سازمان و آشنایی با فرهنگها، اهداف، ارزشها و هنجارهای اصلی سازمانی در میان افراد تازه وارد، یکپارچه سازی آنان و همسویی کارکنان باسابقه با تغییرات سازمان می شود. از طریق فرآیند جامعه پذیری یا اجتماعی شدن، فرد دانش و مهارت اجتماعی لازم برای مشارکت موثر و فعال در زندگی گروهی و اجتماعی را کسب می کند. کسب این دانش و مهارت در طی این فرآیند می تواند به شکل گیری مسئولیت پذیری اجتماعی، همبستگی و انسجام اجتماعی افراد کمک کند. مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی به رفتار مسئولانه ای که فرد در قالب نقش خود نسبت به ارزش های جمعی در ابعاد گوناگون اقتصادی، سیاسی، زیست محیطی و فرهنگی و اجتماعی دارد اشاره می کند. مقاله حاضر که به شیوه مروری و با کمک منابع کتابخانه ای و اینترنتی تهیه شده تلاش دارد ضمن پرداختن به مفهوم جامعه پذیری، اهمیت و مراحل آن، به بررسی تاثیر این مفهوم بر شکل گیری و افزایش مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی در میان افراد و کارکنان بپردازد.

## کلمات کلیدی:

جامعه پذیری سازمانی، مسئولیت پذیری، مسئولیت پذیری اجتماعی، مسئولیت پذیری اجتماعی سازمانی، سازمان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1432614>

