

## عنوان مقاله:

بازنمایی های شناختی قلدری در محیط کار در سازمان های فرهنگی و رسانه ای با تاکید بر تجارب کارکنان و مدیران

## محل انتشار:

دومین همایش بین المللی و چهارمین همایش ملی پژوهش های مدیریت و علوم انسانی در ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

## نویسندگان:

علی همتی - دانشجوی دکتری مدیریت رسانه دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران، تهران، ایران

رضا ابراهیم زاده - عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان خوراسگان، اصفهان، ایران

## خلاصه مقاله:

بازنمایی های شناختی قلدری، نحوه ی رفتار محیط کار را تعیین میکنند هدف نویسندگان این مقاله، شناسایی بازنمایی های شناختی از قلدری در محیط کار بر اساس تجارب کارکنان سازمان های فرهنگی در شهر اصفهان بر مبنای رویکرد پدیدارشناسی بود. با یک نمونه هدف متشکل از 68 مرد و زن که قلدری را به شکلی تجربه کرده بودند مصاحبه انجام شد. با استفاده از روش پدیدارشناختی کولاییزی (1978)، دقت تحقیق از طریق بررسی قابلیت اعتماد و اعتبار تحصیل شد. از 68 اظهار معنیدار، 4 مضمون پدیدار شدند. بازنمایی های شناختی شامل ویژگی های فرد قلدر، عملکرد اداری و سازمانی فرد قلدر و ویژگی پیروان قلدر و پیامدهای قلدری رد سازمان بودند

## کلمات کلیدی:

قلدری، ویژگی های قلدر، پیروان قلدر، پیامدهای قلدری

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/713757>

