

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	پیشگفتار
۳	فصل اول: چیستی و کارکردهای ارتباطات سازمانی
۳	مقدمه
۴	ماهیت ارتباطات در سازمان
۵	پیش‌زمینه نقش ارتباطات
۶	کارکردهای ارتباطات در سازمان
۶	ایجاد هماهنگی
۷	فراهم کردن دانش
۹	برانگیختن اعضای سازمان
۱۰	کنترل
۱۱	بیان عواطف و احساسات
۱۲	منابع
۱۴	فصل دوم: فراگرد ارتباطات سازمانی
۱۴	مقدمه
۱۵	بهبود فراگرد ارتباطات
۱۵	منبع یا فرستنده پیام
۱۶	پیام
۱۷	رمزگذاری
۱۸	علم معانی و بیان
۱۹	زبان علمی و فنی
۲۰	دریافت‌کنندگان: رمزگشایی و حلقه بازخور
۲۱	دریافت‌کننده پیام
۲۲	نقش احساسات در دریافت پیام
۲۳	بازخور
۲۴	نقش حلقه بازخور در ارتباطات
۲۴	زمینه
۲۵	آشفته‌گر ارتباطی
۲۵	از مفاهیم تا مهارت‌ها
۲۵	ارائه بازخور عملکرد
۲۷	ارزیابی مهارت‌ها
۲۷	مهارت‌های اجرایی
۲۸	رفتار سازمانی در کار

صفحه	عنوان
۲۸	منابع
۲۹	فصل سوم: رسانه
۲۹	مقدمه
۳۰	مسیرهای ارتباطات
۳۰	ارتباطات کلامی
۳۱	انتخاب بهترین مسیر ارتباطات
۳۲	غنای رسانه
۳۴	نظریه ارزیابی غنای رسانه‌ها
۳۵	معنای نمادین رسانه
۳۷	منابع
۳۸	فصل چهارم: روش‌های ارتباطات در سازمان
۳۹	مقدمه
۳۹	ارتباطات کلامی
۳۹	ارتباطات نوشتاری
۴۱	ارتباطات شفاهی
۴۲	ارتباطات غیر کلامی
۴۵	تفاوت‌های ارتباطات غیر کلامی و کلامی
۴۵	سرایت احساسی
۴۷	ارتباطات الکترونیکی
۴۷	نامه الکترونیکی
۵۰	پردازش اطلاعات دیجیتال و ارتباطات از راه دور
۵۱	سازمان یکپارچه مبتنی بر رایانه
۵۱	دورکاری
۵۲	ارزیابی سیستم اداری دیجیتال جدید
۵۳	ارتباطات در سلسله‌مراتب سازمانی
۵۴	طراحی جا و مکان
۵۴	مجله‌های الکترونیکی، تارنوشته‌ها و دانشنامه‌های عمومی
۵۵	پیمایش‌های کارکنان
۵۶	ارتباطات مستقیم با مدیر عالی
۵۷	تمرکز بر باید و نیایدها
۵۸	منابع
۶۰	فصل پنجم: شبکه‌های ارتباطاتی در سازمان
۶۰	مقدمه
۶۱	شبکه‌های ارتباطاتی گروه‌های کوچک
۶۱	شبکه ستاره‌ای
۶۲	شبکه زنجیره‌ای

صفحه	عنوان
۶۳	شبکه دایره‌ای
۶۳	شبکه همه‌جانبه
۶۴	شبکه‌های ارتباطاتی سازمانی
۶۷	شبکه ارتباطاتی واقعی سازمان
۶۸	شبکه‌های غیررسمی
۶۹	ارتباطات خوشه‌ای
۷۱	منابع
۷۳	فصل ششم: موانع ارتباطات اثربخش
۷۴	مقدمه
۷۴	آشفته‌گر ارتباطاتی
۷۵	ادراکات
۷۵	پالایش اطلاعات
۷۶	تحریف اطلاعات
۷۷	عدم بازخور یا بازخور نامناسب
۷۷	شایعه‌ها و ارتباطات غیررسمی
۷۸	تفاوت سبک‌های زبانی میان فرهنگی
۸۰	گرانباری اطلاعات
۸۲	راهبردهای کاهش گرانباری اطلاعات
۸۲	ارتباطات میان فرهنگی
۸۳	تفاوت‌های جنسیتی در ارتباطات
۸۴	تنوع نیروی کار
۸۵	شنود ضعیف
۸۶	سکوت
۸۸	تنیدگی
۸۸	منابع
۹۱	فصل هفتم: ارتباطات در وضعیت‌های بحرانی و ارتباطات ترغیبی
۹۱	مقدمه
۹۲	ارتباطات ترغیبی
۹۲	مدل ارتباطات ترغیبی
۹۳	ویژگی‌های فرستنده پیام
۹۶	ویژگی‌های دریافت‌کننده
۹۶	ارتباطات در وضعیت‌های بحرانی
۹۷	علل کوتاهی در برقراری ارتباطات
۹۸	رفتار سازمانی در محیط کار
۹۸	کوتاهی در ارتباطات
۹۹	منابع

فهرست نمودارها و نگاره‌ها

صفحه	عنوان
۶	نمودار ۱-۱ مدل ارتباطات مدیریتی
۱۱	نمودار ۱-۲ کارکردهای ارتباطات
۲۲	نمودار ۲-۱ مدل فراگرد ارتباطات
۳۲	نمودار ۳-۱ غنای اطلاعاتی مسیرهای ارتباطاتی
۳۴	نمودار ۳-۲ سلسله‌مراتب غنای رسانه‌ها
۴۰	نمودار ۴-۱ روش‌های ارتباطات در سازمان
۵۰	نگاره ۴-۱ نشان دادن عواطف در نامه الکترونیکی
۶۲	نمودار ۵-۱ شبکه‌های ارتباطاتی گروه‌های کوچک
۶۵	نمودار ۵-۲ سازمان‌نمای سازمان ساده
۶۶	نمودار ۵-۳ شبکه ارتباطاتی واقعی سازمان
۷۹	نمودار ۶-۱ موانع ارتباطات اثربخش
۸۱	نمودار ۶-۲ پویایی‌های گرانباری اطلاعات
۹۳	نمودار ۷-۱ فراگرد ارتباطات ترغیبی

پیشگفتار

ارتباطات یکی از مهم ترین رفتارهای سازمانی است که سازمان‌ها باید آن را مدیریت کنند، زیرا تأثیر عمده‌ای بر عملکرد افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها دارد. سازمان‌های دارای عملکرد عالی سعی دارند بر فراگرد ارتباطات چیره شده و از آن جهت عملکرد بهتری داشته باشند. آنان در تلاش هستند تا اطمینان حاصل کنند که کارکنان، اطلاعات مورد نیازشان را برای کسب اهداف سازمان در اختیار داشته باشند. در مقابل، عملکرد ضعیف بسیاری از سازمان‌ها، اغلب نتیجه معضلات ارتباطاتی است که موجب بحران اطلاعات می‌شود و در نهایت به سازمان، اعضای آن، افراد و گروه‌های بیرونی - مانند مشتریان - آسیب می‌رساند.

افراد تقریباً هفتاد درصد از ساعات بیداری خود را برای ارتباطاتی نظیر نوشتن، خواندن، صحبت کردن و گوش دادن صرف می‌کنند، یعنی فرصت‌های بسیاری دارند که از طریق آن‌ها ارتباطات ضعیف برقرار کنند. ارتباطات برای افراد و سازمان‌ها به طور یکسان اهمیت فراوانی دارند و پایه و اساس بسیاری از تعاملات درون گروهی و محیط‌های کاری به‌شمار می‌روند. ارتباطات طیف گسترده‌ای از کارکردها از ایجاد انگیزه برای ارائه اطلاعات گرفته تا کنترل رفتارها و بیان احساسات را دربر می‌گیرند. مهارت‌های خوب ارتباطاتی برای موفقیت در مسیر پیشرفت شغلی بسیار حائز اهمیت هستند. پژوهش‌های اخیر نشان می‌دهند که مهارت‌های ارتباطاتی از مهم ترین ویژگی‌هایی هستند که برای داوطلبان شغل ایدئال، در نظر گرفته می‌شوند. هیچ گروهی نمی‌تواند بدون ارتباطات - که انتقال و درک پیام میان دو یا چند نفر است -

به حیات خود تداوم بخشد. در واقع ارتباطات چیزی است که بیشتر افراد آن را مفروض می‌پندارند. افراد برای مدت مدیدی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، اما در واقع توجه اندکی به فراگرد واقعی آن ندارند. افراد اغلب در محیط کار، به‌طور عمده بر انجام کارهایشان تمرکز می‌کنند و کمتر به چگونگی برقراری ارتباط با دیگران درباره همان کارها می‌اندیشند. به هر حال از آنجا که روش‌های ارتباطات چنین نقش غالبی را در اثرگذاری بر رفتار سازمانی ایفا می‌کنند و بیانگر یکی دیگر از زیربناهای حیاتی فراگردهای میان‌فردی هستند، لذا به چنین فراگردهایی که به‌طور اثربخش میان آنچه ما انجام می‌دهیم و کار دیگران در سازمان، پیوند می‌زنند، باید توجه بیشتری داشته باشیم.

شایان ذکر است که تغییرات مرتبط با ارتباطات در محیط کار با سرعتی چشمگیر در حال وقوع است. در سازمان‌های امروزی، رسانه غالب در برقراری ارتباط، رسانه‌های الکترونیکی هستند که استفاده از آن‌ها اجتناب‌ناپذیر بوده و در حدود ۷۱ درصد موارد به کار گرفته می‌شوند. ارتباطات الکترونیکی - شامل نامه الکترونیکی، پیام صوتی، پیام آنی، پیام متنی، درگاه‌های شبکه‌سازی اجتماعی، مجله‌های الکترونیکی، تارنوشته‌ها و دانشنامه‌های عمومی - این امکان را در اختیار فرد قرار می‌دهند تا بدون حضور در محیط کاری، به انجام مسئولیت‌ها و پیگیری امور محوله بپردازند.