

مبانی ارتباطات در مدیریت رفتار سازمانی

تالیف:

دکتر حسن جرفی

سرشناسه : جرفی، حسن، ۱۳۵۸ -

عنوان و نام پدیدآور : اصول و میانی ارتباطات در مدیریت سازمانی/تالیف حسن جرفی.

مشخصات نشر : اهواز: کتیبه سبز، ۱۳۹۰.

مشخصات ظاهری : ۱۶۰ص.: جدول، نمودار.

شابک : 978-600-6264-09-7

موضوع : ارتباط در سازمانها

موضوع : ارتباط در مدیریت

موضوع : ارتباط

رده بندی کنگره : ۳۰/۳۰/۲۴الف ۶ ۱۳۹۰

رده بندی دیویی : ۶۵۸/۴۵

شماره کتابشناسی ملی : ۲۲۵۹۴۱۶

انتشارات کتیبه سبز

ناشر کتابهای دانشگاهی، کمک درسی و عمومی



نام کتاب : میانی ارتباطات در مدیریت رفتار سازمانی

مؤلف: دکتر حسن جرفی

چاپ اول: ۱۳۹۰

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

قیمت: ۵۵۰۰۰ ریال

ISBN: 978-600-6264-09-7

شابک: ۷-۰۹-۶۲۶۴-۶۰۰-۹۷۸

چاپخانه: قلم

صحافی: میعاد

طراح و گرافیک رایانه ای: نجم جرفی

ناشر: کتیبه سبز

اهواز . امانیه . خیابان سقراط شرقی بن بست بین عارف و لقمان

تلفن: ۵۱ - ۳۳۶۱۰۵۰ - ۰۶۱۱ همراه: ۰۹۱۶۳۱۱۴۳۵۳ - ۰۹۳۹۳۱۱۴۳۵۳

KATIBEH.SABZ.PUBLISHER@GMAIL.COM

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: پیش درآمدی بر ارتباطات

۲	 مقدمه
۲	 ماهیت انسان
۲	 ماهیت ارتباطات
۴	 ضرورت و اهمیت ارتباطات
۹	 تعریف ارتباطات

فصل دوم: کلیات ارتباطات

۱۴	 مبانی ارتباطات
۱۴	 موضوع ارتباطات
۱۴	 هدف ارتباطات
۱۵	 شبکه ارتباطات
۱۵	 نقش ارتباطات
۱۶	 بهبود ارتباطات
۱۷	 ساختار ارتباطات
۱۷	 علائم در ارتباطات
۱۷	 ارتباطات در مکاتب مختلف
۱۹	 سابقه تاریخی و نقش ارتباطات سنتی
۲۰	 بینش های گوناگون در فرآیند ارتباطات
۲۰	 عوامل روانشناسی در ارتباطات
۲۱	 نقش ادراک در ارتباطات

فصل سوم: فرایند ارتباطات

۲۴	 فراگرد ارتباطات
۲۷	 منبع یا فرستنده
۲۷	 پیام
۳۰	 گیرنده
۳۰	 بازخورد
۳۰	 موانع

فصل چهارم: مدل های ارتباطات

۳۲	 مدل شانون - ویوور
۳۴	 مدل برلو

۳۷	• مدل فرهنگی
۳۸	• مدل ارتباطی ارسطو
۳۸	• مدل لاسول
۴۰	• مدل شرام
۴۱	• مدل اسمیت
۴۳	• مدل وینداهاال
۴۴	• مدل مالتزکه
۴۵	• مدل نوئل - نثومن
۴۶	• مدل آبراهام مول
۴۸	• مدل شفه
۴۸	• مدل راجرز و شومیکر
۵۰	• مدل آندروش استن و بوستروم
۵۲	• مدل موزاییکی بکر
۵۴	• مدل وایت
۵۵	• مدل وستلی و مک لین
۵۶	• مدل مک نلی
۵۶	• مدل برن لوند
۵۷	• مدل گریبتر
۵۷	• مدل دوسلاپول
۵۹	• مدل ایندیانا

فصل پنجم: موانع ارتباطات

۶۱	• موانع کلی ارتباط
۶۱	• موانع ذاتی ارتباط
۶۱	➤ موانع ادراکی (شناختی)
۶۱	➤ موانع اجتماعی
۶۲	➤ موانع ارزش های فرهنگی
۶۲	➤ موانع معانی (زبان)
۶۲	➤ موانع اثر انگیزه
۶۲	➤ موانع ارزیابی منابع
۶۲	➤ موانع علائم غیر شفاهی و متناقض

- مقاومت در برابر تغییر ۶۲
- عدم برنامه ریزی ۶۳
- تصورات فرد ۶۳
- ضعف در بیان پیام ۶۳
- خوب گوش ندادن ۶۳
- افت و تغییر پیام بهنگام انتقال ۶۳
- عدم اعتماد و ترس ۶۳
- موانع تجربی ، علمی ۶۳
- پارازیت ۶۴
- بهبود ارتباطات سازمانی ۶۵

فصل ششم: روش های برقراری ارتباطات

- روشهای ارتباطات ۶۹
- ارتباطات کتبی یا نوشتاری ۶۹
- ارتباطات شفاهی یا کلامی ۷۰
- ارتباطات اشاره ای یا غیر کلامی ۷۰

فصل هفتم: مهارت های ارتباطات

- مهارت های کلامی ۷۲
- مهارت های غیر کلامی ۷۲
- مهارت های گوش دادن ۷۲

فصل هشتم: انواع ارتباطات

- انواع ارتباطات از نظر عکس العمل در محیط استقرار ۷۴
- ارتباطات یک طرفه (یک جانبه) ۷۴
- ارتباطات دو طرفه (دو جانبه) ۷۴
- انواع ارتباطات با توجه به عکس العمل گیرنده پیام ۷۵
- ارتباطات خطی ۷۵
- ارتباطات خطی ترغیبی و تشویق ۷۵
- ارتباطات دو جانبه ۷۵
- ارتباطات پروجهی ۷۵
- انواع ارتباطات از نظر طی کردن پیام در سطوح مختلف ۷۵

۷۵	➤ ارتباطات افقی
۷۶	➤ ارتباطات عمودی
۷۸	➤ ارتباطات مورب
۷۸	• انواع ارتباطات از نظر سازمانی
۷۸	➤ ارتباطات رسمی
۷۹	➤ ارتباطات غیررسمی (ارتباط خوشه ای)
۸۲	➤ ارتباطات جانبی
۸۲	➤ ارتباطات متقابل
۸۵	➤ ارتباطات سازمانی

فصل نهم: الگوهای ارتباطات رسمی و غیررسمی

۸۷	• الگوهای ارتباطات رسمی
۸۸	➤ الگوی دایره ای
۸۸	➤ الگوی زنجیره ای
۸۸	➤ الگوی Y
۸۸	➤ الگوی ستاره ای
۸۸	➤ الگوی متمرکز
۸۸	➤ الگوی همه جانبه
۸۹	• الگوهای ارتباطات غیررسمی
۸۹	➤ الگوی رشته ای
۸۹	➤ الگوی تابشی
۹۰	➤ الگوی تصادفی
۹۰	➤ الگوی خوشه ای

فصل دهم: تأثیر ارتباطات غیررسمی در مدیریت

۹۲	• ارتباطات غیررسمی و مدیریت
۹۲	• رخ دادن میزان بالایی از ارتباطات غیررسمی بر رضایت شغلی
۹۳	• سودمندی ارتباطات غیررسمی
۹۳	• کانال های غیررسمی چند جهتی
۹۳	• انتخاب کانال های غیررسمی
۹۴	• در دسترس بودن کانال های رسمی و غیررسمی
۹۴	• اثر شبکه های رسمی بر شبکه های غیررسمی
۹۵	• تأثیر شبکه های غیررسمی بر حل مشکلات گروه
۹۵	• توسعه ارتباطات غیررسمی توماس پی ترز و رابرت واترمن

فصل یازدهم: ارتباطات به عنوان یک سیستم

- سیستم کلی در ارتباط ۹۷
- انواع سیستم ها در زمینه ارتباطات ۹۷
- سیستم های اطلاعاتی غیررسمی به عنوان عامل مهم سازمانی ۹۸

فصل دوازدهم: الگوهای ارتباطات انسانی

- الگوی خطی ارتباطات ۱۰۰
- الگوی تعاملی ارتباطات ۱۰۰
- الگوی تبادل ارتباطات ۱۰۱

فصل سیزدهم: رابطه ارتباطات غیررسمی و رضایت شغلی

- رابطه ارتباطات غیررسمی و رضایت شغلی ۱۰۴
- رابطه ارتباطات غیررسمی و رضایت شغلی با توجه به رهبری ۱۰۴
- فرآیند رهبری و اثرگذاری ارتباطات غیررسمی سازمانی ۱۰۵
- رابطه ارتباطات غیررسمی و رضایت شغلی با نظریه های انگیزشی ۱۰۶
- نظریه سلسله مراتب نیازها و رابطه آن با ارتباطات غیررسمی و رضایت شغلی ۱۰۶
- نظریه پورتر و لاولر و رابطه آن با ارتباطات غیررسمی و رضایت شغلی ۱۰۷
- نظریه انتظار و رابطه آن با ارتباطات غیررسمی و رضایت شغلی ۱۰۷
- رابطه ارتباطات غیررسمی و رضایت شغلی با توجه به تحقیقات ۱۰۸
- موفقیت مؤسسه آیتون در به کارگیری ارتباطات غیررسمی ۱۰۸
- موفقیت شعبه زیراکس کالیفرنیا در به کارگیری ارتباطات غیررسمی ۱۰۸
- فقدان ارتباطات در شرکت بولواواچ (ساعت سازی بولوا) ۱۰۸
- رابطه ارتباطات غیررسمی و رضایت شغلی از دیدگاه اسلام ۱۰۹
- رابطه نظریه اطلاعات و رابطه آن با ارتباطات ۱۱۰

فصل چهاردهم: ارتباطات بین فردی و سازمانی

- ارتباطات بین فردی و ارتباطات سازمانی ۱۱۲
- ارتباطات میان اشخاص ۱۱۲
- ارتباطات بین فرهنگ ها ۱۱۴

فصل پانزدهم: روشهای بهبود ارتباطات

- بازخور ۱۱۸
- خودگشودگی ۱۱۹
- ادراک مدیر از خودش و سبک ۱۲۰

- نقش پیام در ارتباطات رهبر ۱۲۱
- پیرو ۱۲۲
- شنود موثر در زمینه ارتباطات سازمانی ۱۲۳
- تعریف شنود موثر ۱۲۴
- مدل دریافت شنونده ۱۲۵
- سبکهای شنود ۱۲۷
- کسب توان شنود موثر ۱۲۸
- مشارکت احساسی و فکری با دیگران ۱۳۱
- مهارتهای شنود اثربخش ۱۳۲
- ارتباطات راغبانه ۱۳۴
- فراگرد ارتباطات راغبانه ۱۳۴
- چگونگی آزمون سطح ارتباطات از روی تمایل ۱۳۵
- سیستم های جلوه مرجع ۱۳۵
- سیستمهای جلوه و ارتباطات ۱۳۵
- برنامه ریزی ارتباطات با خود و دیگران ۱۳۷
- پنجره جو - هاری ۱۳۸
- تجزیه و تحلیل تعاملی یا مراوده ای ۱۳۹

حمد و سپاس خداوندی را که به ما فکرت آموخت و راه درست اندیشیدن را ارزانی داشت و سلام بر محمد بن عبدالله (صلی الله علیه و آله و سلم) که رسول و پیام آور این پیام از جانب خدا به خلقش بود: (اقرا باسم ربک خلق * خلق الانسان من علق * اقرا و ربک الاکرم الذی علم بالقلم * علم الانسان ما لم یعلم)، پیامی که در بین پیامبران، اولین معلم اخلاق (و انک لعلی خلق عظیم) و آخرین سفیر آفاق است، (ما کان محمد ابا احد من رجالکم و لکن رسول الله و خاتم النبیین) و درودی بی پایان بر عترت پاکش که روشنی بخش راهند و مشعل هدایت.

مبحث ارتباطات یکی از مباحث مهم مدیریت رفتار سازمانی است که تا به حال سازمانها به آن توجه کافی نشده است. بسیاری از نظریه پردازان، قرن بیستم را قرن انفجار اطلاعات نامیده اند و مدیریت اطلاعات را نیز به مثابه ی یکی از شاخص های مهم توسعه مطرح کرده اند.

گستره ی علم مدیریت و بلاخص ارتباطات وسیع تر از آن است که در مخیله بگنجد یا در نظر آید. در واقع، ارتباط، بستر تبادل اطلاعات است. بدون برقراری ارتباط اثربخش، مبادله ی اطلاعات ممکن نیست و در نتیجه سازمان برای بهره گیری از اطلاعات و تحقق اهداف خود توانمندی لازم را نخواهد داشت.

اگر به افزایش حجم اطلاعات توجه کنیم، اهمیت توجه به نظام ارتباطی سازمان ها را بهتر و بیشتر درک می کنیم، چرا که فقط یک نظام ارتباطی کارآمد می تواند حجم وسیع و رو به افزایش اطلاعات را درون خود جاری کند و اطلاعات کامل، دقیق، صحیح و بهنگام را که یکی از مهمترین ابزارهای تصمیم گیری مدیران در سطوح مختلف می باشد فراهم آورده و در اختیار آنان قرار دهد.

از آنجایی که در عصر حاضر همه چیز به سوی شناخت و همگرایی میل می کند و تشکیل هر سازمان، از ساده ترین تا پیچیده ترین نوع آن، به ناگزیر تنظیم الگوی رفتار حاکم بر اداره ی ارتباطات آن را در بر دارد. مبحث ارتباطات در رفتار سازمانی نمی تواند از این همگرایی و تلاش در جهت رسیدن به اثربخشی بهینه به دور باشد، در نتیجه بررسی ارتباطات در سازمان ها از اهمیت ویژه ای برخوردار گردیده است، بطوری که بدون در نظر داشتن آن، تشکیل و تدویم هر گونه سازمانی میسر نخواهد بود.

به همین دلیل تمامی تلاش و کانون توجه این کتاب، پرداختن به تحقیق و بررسی ارتباطات در سازمان ها و آرایه ی کلیه ی ابعاد ارتباطات بطور جامع می باشد. از سوی دیگر ویژگی اصلی این کتاب این است که مجموعه ها و مباحث ارتباطی را بطور خلاصه شده و مفیدی در اختیار پژوهشگران محترم قرار می دهد، که البته امید است بتواند مورد استفاده ی تمامی دانش پژوهان، اندیشمندان، مدرسان، دانشجویان (بویژه دانشجویان مقاطع مختلف رشته های مدیریت و ارتباطات) و داوطلبان شرکت در آزمون های کارشناسی ارشد و آزمونهای تحصیلات تکمیلی، قرار گرفته و مقبول افتد.

ضمناً باید یادآور شویم که مجموعه ی حاضر، خالی از اشکال نیست، لذا، امیدواریم همکاران و دانش پژوهان عزیز، با اعلام اشکالات، انتقادات و تذکرات به جای خویش، ما را در رفع نواقص آن یاری رسانند.