

ارتباطات در سازه های نوین

مولفان:

دکتر سید علیرضا بهشتی

مدیر عمومی در آبادی



۱۳۹۷

سرشناسه: بهشتی، سید علیرضا، ۱۳۵۷-

عنوان و نام پدیدآور: ارتباطات در سازمان‌های نوین / مولفان: سید علیرضا بهشتی و مهدی مومنی نورآبادی.-

مشخصات نشر: تهران، اندیشه دانش، ۱۳۹۷

مشخصات ظاهری: ۱۵۹ ص: جدول، نمودار

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۱۳۰-۰۵-۹ قیمت: ۱۵,۰۰۰ تومان

وضعیت فهرست‌نویسی: فیبا

کتابنامه: ص ۱۵۳-۱۵۹

موضوع: ارتباط در سازمان‌ها

وضعیت رفتار سازمانی

سرشناسه: مومنی نورآبادی، مهدی، ۱۳۵۵

رده بندی سگره: ۴۰۹ / الف ب / ۳ / HD۳۰

رده بندی سگره: ۴۵ / ۳ / ۳

شماره کتابشناسی ملی: ۰۲۷۰۱۷۷



عنوان: ارتباطات در سازمان‌های نوین

مولفان: دکتر سید علیرضا بهشتی و مهدی مومنی نورآبادی

ناشر: اندیشه دانش

صفحه آرا: انتشارات اندیشه دانش

طراح جلد: ندا جوراب چی

چاپخانه: نارنجستان

سال نشر: ۱۳۹۷

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۱۳۰-۰۵-۹

قیمت: ۱۵,۰۰۰ تومان www.Andishedanesh.ir

حق چاپ و نشر برای انتشارات اندیشه دانش محفوظ می‌باشد، هر گونه تکثیر و کپی غیر مجاز، پیگرد قانونی دارد.

تهران: میدان انقلاب- خیابان ۱۲ فروردین- بعد از تقاطع وحید نظری- ساختمان فروردین- پلاک ۲۸۶، طبقه دوم - واحد ۷ تلفن مرکز پخش: ۰۹۳۰۶۷۶۲۹۵۳-۵۵۳۱۲۳۰۰

پیشگفتار

در دوران کنونی که رشد شتاب زای تکنولوژی اطلاعات، ارتباطات و فراگیری سازمان‌های نوین با ساختارهایی متفاوت نسبت به گذشته، به طور روز افزون جهان را در بر می‌گیرد، پرداختن به موضوع ارتباطات سازمانی با رویکردی کاربردی و متناسب با تغییرات بنیادین در عرصه ارتباطات، ضرورت دارد. بر این اساس کتاب حاضر با نگرش دوسویه تئوریک و کاربردی به واکاوی مفاهیم و مسائل اساسی و تاثیر گذار در ارتباطات سازمانی پرداخته است.

این کتاب در ۱۱ فصل به نگارش درآمده است. در فصل اول به مبانی ارتباطات سازمانی، فصل دوم به بررسی تمام بخش‌های سازمان، فصل سوم به جایگاه و نقش مدیران سازمانی در ارتباطات سازمانی، فصل چهارم به تبیین مدیریت دانش و جایگاه سواد اطلاعاتی در ارتباطات سازمانی، فصل پنجم به تحلیل ساختار سازمان رسانه‌ای و جایگاه آن در ارتباطات سازمانی، فصل ششم به بررسی رابطه فرهنگ و سازمان، فصل هفتم به تبیین سازمان‌های مجازی در دوران کنونی و تئوریک و تحلیل ویژگی‌های این سازمان‌ها، فصل هشتم به بررسی نقش و اهمیت گسترش سازمانی در سازمان‌ها و فصل نهم به تحلیل موانع تشکیل گفتمان واحد در سازمان‌ها و پرداختن به تلاش‌های بی‌دریغ استاد ارجمند آقای دکتر علیرضا محمودی و همه اساتادان فرهیختگانی که در نگارش این کتاب همیار و همراه ما بودند، سپاسگزاری می‌کنیم.

سید علیرضا بهشتی

مهدی مؤمنی نورآبادی

فهرست مطالب

۳	پیشگفتار
۱۱	مقدمه
۱۳	فصل اول: مبانی ارتباطات سازمانی
۱۴	ارتباطات
۱۷	سازمان و مدیریت
۲۱	ارتباطات سازمانی
۲۲	ارتباطات انسانی
۲۵	ارتباطات میان فردی
۲۵	ویژگی‌های ارتباطات مدیر فری
۲۶	۱- گشودگی
۲۶	۲- همدلی
۲۶	۳- حمایتگری
۲۷	۴- مثبت گرایی
۲۷	۵- تساوی
۲۸	اصول ارتباطات میان فردی در سازمان
۲۸	۱- استمرار در برقراری ارتباط
۲۸	۲- آگاهی یا درک متقابل از یکدیگر
۲۹	۳- توازن و تعادل
۲۹	ارتباطات عمودی و افقی در سازمان
۳۰	ارتباطات عمودی
۳۱	مدیران و سبک‌های ارتباطی در سازمان
۳۱	۱- سبک کنترلی

۳۱	۲- سبک ساختاری.....
۳۲	۳- سبک پویا.....
۳۲	۴- سبک تفویضی.....
۳۳	۵- سبک برابری.....
۳۳	۶- سبک اجتناب.....
۳۵	فصل دوم: نظام پیشنهادات.....
۳۶	نظام پیشنهادات.....
۳۸	ساختار نظام پیشنهادات.....
۳۸	اجرای نظام پیشنهادات.....
۳۹	مدیریت مشارکتی.....
۴۱	ضرورت‌های مدیریت مشارکت.....
۴۱	۱- توجه به نظرات و عقاید کارکنان.....
۴۲	۲- نگرش مثبت داشتن به خود و دیگران.....
۴۲	۳- گوش دادن.....
۴۳	۴- گروه گرایی.....
۴۳	۵- درک استعدادها و نیازها.....
۴۵	رابطه تعاملی و انسجام در گروه‌های سازمانی.....
۴۵	فصل سوم: مدیران سازمانی.....
۴۶	مهارت‌های مدیران.....
۴۷	هرم آبراهام مازلو.....
۵۱	سیستم‌های فرعی سازمانی و نیازهای اطلاعاتی و ارتباطی آنها.....
۵۱	۱- سیستم فرعی تولید.....
۵۱	۲- سیستم فرعی حفظ بقا.....

۵۲.....	۳- سیستم فرعی مرز.....
۵۳.....	۴- سیستم فرعی انطباقی.....
۵۳.....	۵- سیستم فرعی مدیریتی.....
۵۴.....	نقش‌های مدیران سازمانی.....
۵۸.....	رابطه‌های اطلاعاتی و ارتباطات سازمانی.....
۵۹.....	ارتباطات سازمانی و پنجره جوهری.....
۶۲.....	مدیران و ارتباطات سازمانی محدود.....
۶۳.....	توانایی مدیران در پردازش اطلاعات.....
۶۳.....	الف- شناخته‌ها و شناختن‌های اطلاعاتی.....
۶۴.....	ب- پیوستار پردازش اطلاعات.....
۶۵.....	ج- حلقه‌های ارتباطی با محیط.....
۶۶.....	د- روابط بین سازمانی.....
۶۷.....	فصل چهارم: مدیریت دانش و سواد اطلاعاتی.....
۶۸.....	مدیریت دانش در سازمان.....
۷۱.....	دانش صریح.....
۷۲.....	دانش ضمنی.....
۷۳.....	ارکان مدیریت دانش.....
۷۷.....	سواد اطلاعاتی.....
۸۱.....	فصل پنجم: سازمان رسانه‌ای در ساختار سازمانی.....
۸۲.....	ضرورت‌های سازمان رسانه‌ای در ساختار جهانی.....
۸۲.....	الف- رویکرد رسمی.....
۸۳.....	ب- رویکرد غیر رسمی.....
۸۴.....	روابط عمومی در سازمان‌ها.....

۸۶	مدیریت همیاری منطبق در روابط عمومی
۸۷	انواع روابط عمومی
۸۸	الف- روابط عمومی توجیه گر
۸۸	ب- روابط عمومی تبیین گر
۸۹	ج- روابط عمومی تحلیلگر
۹۰	اقناع جمعی : ارتباطات سازمانی
۹۱	استراتژی در ارتباطات سازمانی
۹۳	موضوعات استراتژیک
۹۵	مدیریت استراتژیک
۹۷	استراتژی های رسانه ای
۹۸	الف- واقع نمایی
۹۸	ب- بزرگنمایی
۹۸	ج- کوچک نمایی
۹۸	سواد رسانه ای
۱۰۰	سواد رسانه ای و نظریه های رسانه های جمعی
۱۰۱	۱- نظریه مارپیچ سکوت
۱۰۱	۲- نظریه استفاده و خشنودی
۱۰۱	۳- نظریه یادگیری اجتماعی
۱۰۱	فصل ششم: فرهنگ سازمانی
۱۰۴	فرهنگ سازمانی
۱۰۹	رفتار سازمانی
۱۱۱	فصل هفتم: سازمان های مجازی
۱۱۲	سازمان های مجازی (الکترونیکی)

الف- سازمان‌های الکترونیکی و رفتارهای فردی.....	۱۱۵
ب- سازمان‌های الکترونیکی و رفتارهای گروهی.....	۱۱۵
جامعه اطلاعاتی و فن آوری اطلاعات.....	۱۱۷
تکنولوژی‌های مؤثر بر تغییرات ارتباطی.....	۱۱۹
۱- تکنولوژی‌های مخابرات.....	۱۱۹
۲- تکنولوژی‌های مینیاتوری.....	۱۱۹
۳- تکنولوژی‌های انباشت و بازیافت.....	۱۱۹
۴- تکنولوژی‌های نمایش.....	۱۱۹
۵- تکنولوژی‌های کنترل.....	۱۱۹
ویژگی‌های وسایل ارتباطی.....	۱۲۰
۱- تعاملی بودن.....	۱۲۰
۲- جمع زدایی.....	۱۲۰
۳- ناهمزمانی.....	۱۲۰
۴- تمرکز زدایی.....	۱۲۱
۵- ظرفیت بیشتر.....	۱۲۱
۶- انعطاف پذیری.....	۱۲۱
فصل هشتم: گفتمان سازمانی.....	۱۲۳
گفتمان در سازمان.....	۱۲۴
نماد.....	۱۲۵
۱- نماد و سمبولیسم.....	۱۲۶
۲- نماد و واقع گرایی.....	۱۲۷
۳- درونی سازی نمادها.....	۱۲۹
۴- مدل ارتباطی هربرت مید.....	۱۲۹

۱۲۹	الف- درونی کردن.....
۱۲۹	ب- نمادهای مشخص.....
۱۲۹	ج- پذیرش نگرش دیگران.....
۱۳۲	ارتباطات کلامی در گفتمان.....
۱۳۴	فرهنگ و گفتمان.....
۱۳۹	نظام اجتماعی و گفتمان.....
۱۴۰	بازخورد پس فرست در سازمان.....
۱۴۵	فصل نهم: موانع شکل گیری گفتمان سازمانی.....
۱۴۶	الف- موانع فردی و محیط.....
۱۴۸	ب- رفتار مدیران.....
۱۵۱	ج- موانع ساختاری.....
۱۵۲	منابع و مآخذ.....

مقدمه

امروزه با شتاب روز افزون تکنولوژی اطلاعات و در کنار آن رشد مصادیق مدرنیته در برابر سنت به ویژه در جوامع در حال توسعه ساختارها و نقش ها نیز در جامعه دچار دگرگونی های بسیاری شده است. به عبارت دیگر فرآیند مدرنیزاسیون علاوه بر تاثیر گذاری بر بسترهای فرهنگی، سیاسی و اقتصادی بر مبنای روند عقلانیت بوروکراسی و تشکیلات دیوانسالارانه را دگرگون کرده است. این تغییرات در سازمان ها با تغییر در روند و روش ارتباطات انسانی، رفتارها و کنش های مختلف افراد با یکدیگر در محیط سازمان به راحتی قابل مشاهده است. در چنین عرصه ای توجه به متغیرهای تشکیل دهنده و تثبیت کننده ارتباطات سازمانی و در نظر گرفتن هنجارها و ارزش های رایج در هر جامعه می تواند مدیران و کارکنان یک سازمان را در رسیدن به اهداف از پیش تعیین شده یاری دهد.

ارتباطات سازمانی از متغیرهای متعددی تاثیر می پذیرد که خواستگاه آن جامعه است. به عبارت دیگر نگرش ها، جهت گیری های اساسی، فرهنگ سیاسی، نوع راهبری و فرماندهی مدیران، جایگاه سازمان در جامعه، وابستگی سازمان به فناوری و مواردی از این قبیل می توانند به طور مستقیم یا غیر مستقیم ارتباطات سازمانی به تنوع آن ساختار و نقش ها را در یک سازمان تحت تاثیر قرار دهد.

هدف از نگارش این کتاب نگاه و رویکردی تخصصی به متغیرهای تاثیر گذار در روابط بین کارکنان در یک سازمان و روابط بین کارکنان یک سازمان با سازمان دیگر یا نظام اجتماعی است. از سوی دیگر این کتاب با نگاهی علمی و کارکردی ارتباطات سازمانی را بررسی کرده است. به گونه ای که بتواند مورد استفاده مدیران و سایر کارکنان سازمان ها قرار گیرد.