

(۴۸۰۶۲۱)

۹۵, ۱۲, ۴

به نام خدا

ارتباط و شیوه‌های ارتباطی

دکتر مجتبی امیری

www.ketab.ir



مرکز مطالعات فرهنگی بین‌المللی
سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی
International Cultural Studies Center
Department of Research & Education
Islamic Culture & Relations Organization
Tel: +98 21 88153395
Email: C.C.I.S @ icro.ir

سرشناسه: امیری، مجتبی
عنوان و نام پدیدآور: ارتباط و شیوه‌های ارتباطی
مشخصات نشر: تهران: موسسه فرهنگی هنری و انتشارات بین‌المللی الهدی، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری: ۱۰۴ ص؛ ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
فروست: مجموعه‌ی دانستنی‌های یک رایزن فرهنگی؛ ۹
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۳۹-۶۹۶۰۰
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
یادداشت: چاپ اول
موضوع: روابط عمومی
رده بندی کنگره: ۱۳۹۴ ۲۴ ۲ الف / ۳۹۶
رده‌بندی دیوینی: ۳۰۶/۲
شماره کتابشناسی: ۳۹۰۳۵۱۹

عنوان ارتباط و شیوه‌های ارتباطی
مجموعه دانستنی‌های یک رایزن فرهنگی (۹)
نویسنده: دکتر مجتبی امیری
تهران: تابان، اول ۱۳۹۵
شماره: ۱۰۰۰ نسخه
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۳۹-۶۹۶۰۰
قیمت: ۷۰۰۰ ت.ا.
ناشر: گروه انتشارات الهدی
نشانی: تهران، خیابان شهید لواسانی (فرمانه) سما ۱۶۴
صندوق پستی: ۴۳۶۳ - شهر ۱۲
تلفن: ۲۲۲۱۱۲۱۱ - ۲۲۲۰۶۷۱۴، ۲۲۲۰۷۱۳، ۲۲۲۰۷۱۴

گروه انتشاراتی الهدی
Alhoda Publishing Group
مجموعه الهدی للنشر و التوزيع
Tehran - P.O.Box 14155_4363
www.alhodapublication.ir
info@alhodapublication.ir
Tel: +98 21 22211211 - 22206714

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۵
مقدمه مؤلف.....	۹
فصل اول: ارتباط چیست؟.....	۱۳
مقدمه.....	۱۵
ارتباطات چیست؟.....	۱۶
رویکردهای مطالعه ارتباطات.....	۱۸
۱. رویکرد سیستمی.....	۱۸
۲. رویکرد تفسیری.....	۱۹
۳. رویکرد انتقادی.....	۱۹
شبکه ارتباطات.....	۲۰
۱. شبکه ارتباطات رسمی.....	۲۱
۲. شبکه ارتباطات غیررسمی.....	۲۳
فناوری‌های ارتباطات.....	۲۵
انواع ارتباطات.....	۲۶
۱. ارتباطات عمودی (بالا به پایین).....	۲۷
(۱) انواع پیام‌های مدیران به کارکنان.....	۲۷
(۲) پیش‌نیازهای ارتباطات عمودی.....	۲۹
(۳) اصول ارتباطات عمودی.....	۲۹
۲. ارتباطات صعودی (پایین به بالا).....	۳۰
۳. ارتباطات افقی.....	۳۳
۴. ارتباطات غیررسمی.....	۳۵
موانع ارتباطات.....	۳۶
۱. موانع فردی.....	۳۶
(۱) شخصیت فرد.....	۳۶
(۲) جنسیت.....	۳۶
(۳) احساسات و عواطف.....	۳۷
(۴) زبان.....	۳۷

۳۷	خطاهای ادراکی
۳۹	تجربیات گذشته
۳۹	عدم تناسب گفتار و رفتار
۴۰	۲. موانع فرهنگی - اجتماعی
۴۰	۱. متن فرهنگی
۴۱	۲. نژادگرایی
۴۱	۳. مفاهیم ارزشی زبان
۴۳	۴. زبان محاوره‌ای
۴۲	۳. موانع سازمانی
۴۲	۱. ساختار سازمان
۴۲	۲. جایگاه و مقام سازمانی
۴۳	۳. بار اضافی اطلاعات
۴۴	۴. ان تخصصی و فنی
۴۷	فصل دوم چرا ارتباطات نیازمندیم؟
۴۹	مقدمه
۵۰	فرایند ارتباطات
۵۱	الگوهای ارتباطی
۵۱	۱. الگوی لاسول
۵۲	۲. الگوی سینگر
۵۲	فرستنده یا متبع
۵۳	پیام یا نیاز
۵۴	رمزگذاری
۵۴	رسانه یا مجرای ارتباطی
۵۵	انتقال پیام
۵۵	گیرنده یا پاسخ دهنده
۵۶	رمزگشایی
۵۷	درک پیام
۵۸	واکنش گیرنده پیام
۵۸	ارزیابی تأثیر ارتباط یا بازخورد
۵۹	روش‌های برقراری ارتباط
۵۹	۱. ارتباطات کلامی
۶۰	۲. ارتباطات غیرکلامی
۶۰	۳. ارتباطات مکتوب
۶۱	۴. زبان بدن
۶۵	روش‌های بهبود ارتباطات
۶۶	۱. اقدامات سازمان

۶۶	۲. اقدامات مدیر برای بهبود ارتباط
۶۶	(۱) ارائه بازخورد
۶۶	(۲) زبان ساده
۶۷	(۳) گوش دادن
۶۸	(۴) کنترل احساسات
۶۸	(۵) توجه به نشانه‌های غیرکلامی
۶۹	(۶) استفاده از شایعات
۷۰	۳. اقدامات کارکنان
۷۰	(۱) شغل مدیران را درک کنید
۷۰	(۲) مدیران را مطلع نگه دارید
۷۱	(۳) سبک ارتباطی مدیران را بهبود دهید
۷۱	(۴) انتظارات مدیران را درک کنید
۷۱	(۵) قابل اعتماد و اتکاء باشید
۷۱	(۶) مسؤولیت پذیر باشید
۷۱	(۷) نسبت به خودتان انتقادپذیر باشید
۷۱	اصول ایجاد ارتباط
۷۲	۱. دلیل
۷۲	۲. تقسیم بندی
۷۳	۳. توضیح
۷۳	۴. تکرار
۷۳	۵. ثبت
۷۴	۶. الگوی بهبود ارتباطات
۷۷	کاربرد علم ارتباطات در سازمان فرهنگ ارتباطات اسلامی
۸۰	خودآزمایی
۱۰۴	منابع
	فهرست نمودارها
۲۲	نمودار شماره ۱ - شبکه‌های ارتباطات رسمی (متمرکز)
۲۳	نمودار شماره ۲ - شبکه‌های ارتباطات رسمی (غیرمتمرکز)
۲۵	نمودار شماره ۳ - شبکه‌های ارتباط غیررسمی
۳۵	نمودار شماره ۴ - ارتباطات صعودی، عمودی، افقی و اهداف آنها
۴۱	نمودار شماره ۵ - طیف متن فرهنگی
۴۴	نمودار شماره ۶ - فشار بار اضافی برگیرنده پیام و راه‌حل‌های مناسب
۵۰	نمودار شماره ۷ - تقسیم اوقات مدیران
۵۳	نمودار شماره ۸ - الگوی ارتباطی سینگر
۷۲	نمودار شماره ۹ - اصول ایجاد ارتباط
۷۵	نمودار شماره ۱۰ - نواحی چهارگانه پنجره جوهری

فهرست جداول

- جدول شماره ۱ - ویژگی های شبکه های ارتباطی رسمی ۲۴
- جدول شماره ۲ - مهارت در بازخورد نتیجه ۶۸
- جدول شماره ۳ - مهارت در گوش دادن ۶۹

www.ketab.ir

پیشگفتار

ضرورت تحول، ارتقاء و افزایش کارایی نظام اداری و مناسبات انسانی مرتبط با آن، پیوسته مورد توجه صاحب نظران و مدیران مسئول و وظیفه شناس است. مهم ترین گام در تحقق این امور و بالا رفتن سطح بهره‌وری و کارایی، پدید آوردن تحول در نیروی انسانی و یکی از اساسی‌ترین راه‌ها برای دستیابی به این تحول، و دگرگونی، تربیت و آموزش نیروی انسانی است. علاوه بر این، آموزش مستمر و افزایش مهارت کارکنان نیز یکی از موارد مهم در ارتباطات بین فرهنگی است که سازمان‌های مسئول همواره به آن توجه جدی دارند.

امروزه برنامه‌ریزان حوزه فرهنگ به ویژه روابط فرهنگ با المللی بنا به ضرورت و بر مبنای همین آموزه‌ها، می‌کوشند ضمن تأکید بر پیوند تعهد و تخصص، با بهره‌گیری از دانش جدید ارتباطات و علوم مرتبط با آن، دوره‌های کوتاه مدت، میان مدت، بلندمدت و آموزش ضمن خدمات را در جهت ارتقای سطح آگاهی، دانش و مهارت کارکنان و مدیران فرهنگی برگزار کنند. بر این اساس، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی به منظور بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و فرصت‌های پیش رو، در صدد

برآمده تا ضمن اهتمام به توسعه نیروی انسانی، آموزش‌های ویژه به لحاظ محتوایی و مهارتی برای مدیران و مجریان سیاست‌های ناظر بر روابط فرهنگی بین‌المللی به اجرا در آورد. این آموزش‌ها به شیوه خودیادگیری در زمینه‌های مختلف فرهنگی با هدف توانمندسازی نمایندگان فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و حضور آگاهانه و ماهرانه در مأموریت‌های خارج کشور، از رهگذر تبیین ابزارها، سازوکارها و مهارت‌های نوین در عرصه بین‌المللی، صورت می‌پذیرد.

با توجه به ضرورت و اهمیت ارتقای دانش، تجربه و توانمندی راینزان فرهنگی در بهبود، گسترش و تعمیق روابط فرهنگی جمهوری اسلامی ایران با سایر کشورها، ملت‌ها و فرهنگ‌ها؛ در گام نخست آموزش راینزان فرهنگی، مجموعه‌ای نوشتاری از دانش‌ها، آگاهی‌ها و مهارت‌های مورد نیاز برای فعالیت در محیط میان فرهنگی، با عنوان «دانش‌های یک راین فرهنگی» تهیه و انتشار یافته است. امید است این مجموعه خودآموز که در قالب وب گسترش برنامه‌های آموزشی غیر حضوری مجال نشر می‌یابد، اقدامی ماندگار و تأثیرگذار در جهت توسعه و بالندگی فعالیت‌های فرهنگی بین‌المللی کشورمان باشد.

کتاب حاضر که با عنوان مجموعه دانش‌های یک راین فرهنگی «نشر یافته، کوششی جمعی در جهت دانش افزایی و تقویت توانمندی‌های راینزان فرهنگی برای ایفای رسالت مأموریت دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در جهان است. این ابتکار که با هدف تقویت توان فنی و بهره‌گیری از تجربیات درون و برون سازمانی مدیران و راینزان با سابقه فرهنگی صورت پذیرفته، با رویکرد جامع‌نگر و براساس نیازسنجی علمی - کاربردی سفیران فرهنگی جمهوری اسلامی ایران تهیه شده تا امکان دانش افزایی، مهارت آموزی و توان بخشی به قابلیت‌ها و مهارت‌های اجرایی مدیران و مأموران فرهنگی را بیش از پیش فراهم آورد.

مرکز مطالعات فرهنگی بین‌المللی

مقدمه مؤلف

سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی که سازمانی ارتباطی است و عمده فعالیت ها و اهداف آن در راستای ارتباطات انسانی چهره می بندد، نمی تواند از دانش موجود در زمینه سیاست و شیوه های ارتباطی برکنار بماند. از این رو، همواره می کوشد در برنامه های آموزشی و در فرایندهای گوناگون عملکرد خود از دانش ارتباطی برای بهبود عملکرد و ارتقا دانش و بینش کارکنان خود بهره مند شود.

بر بنیاد این سخن، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی با توجه به ضرورت پرداختن به مهارت های مورد نیاز سرمایه های انسانی خود در داخل و خارج از کشور و توانمندسازی بیش از پیش آنان، تصمیم به تهیه و انتشار مجموعه دانستی های رایزن فرهنگی کرده است که انتظار می رود بتواند پاسخگویی به رسالت و مأموریت های سازمان و ایفای کارآمد و اثربخش نقش های محوله افراد آن را برآورده ساخته و به مشروعیت بیشتر سازمان در محیط فعالیت خود بيفزاید.

با توجه به هدف اصلی این مجموعه، تلاش گردیده تا مطالب و موضوعات مربوط به ارتباطات، که عنصر مهم کارکرد و هدف این

سازمان است، به صورت کوتاه و تا حد امکان محسوس، ملموس و کاربردی ارائه شود. به همین دلیل، مطالب این کتاب تنها برای خواندن و شنیدن نوشته نشده بلکه برای عمل و استفاده در ارتباطات انسانی روزمره نگاشته شده است. برای آنکه مطالب و موضوعات کتاب هم در مسیر عمل بکار گرفته شود، نگارنده بر آن بوده است که موضوعات را به زبان ساده و بدون حاشیه پردازی و مباحث غیر ضروری سامان دهد. از این رو، از ذکر مثال و ارجاع به منابع مختلف فارسی و زبان های بیگانه و ارائه مباحث پیچیده علمی و نظرات متضاد دانشمندان علم ارتباطات اجتناب کرد. ولی منابع سودمندی را که در تدوین برخی از مطالب مجموع را آسان بهر بهره گرفته در بخش کتابشناسی معرفی کرده که خوانندگان - الاقانند - مانند به آنها مراجعه کنند.

کتاب حاضر سه بخش سامان گرفته است: فصل اول با عنوان ارتباطات چیست؟ به موضوعی می‌بپردازد: تعریف ارتباطات، رویکردهای مطالعه ارتباطات، شبکه های ارتباطات، انواع ارتباطات و موانع ارتباطات می‌پردازد. در فصل دوم، با عنوان «چرا به ارتباطات نیازمندیم؟»، این موضوعات مورد بحث بررسی قرار گرفته است:

اهمیت و ضرورت ارتباطات سازمانی، ویژگی های ارتباطات سازمانی، اهداف ارتباطات در سازمان و دلایل برقراری ارتباط. موضوعات فصل سوم با عنوان: چگونه ارتباطات را بکار بگیریم؟ بدین قرار است:

فرایند ارتباطات، الگوهای ارتباطی، روش های برقراری ارتباط، روش های بهبود ارتباطات، اصول ایجاد ارتباط اثربخش و الگوی بهبود ارتباطات.

پایان بخش کتاب، بخش خودآزمایی، فهرست منابع و مأخذ، فهرست نمودارها و جداول است.

اگر رایشان فرهنگی به آموزه های علمی این کتاب، که حاصل تحقیق و آزمایش و تجربه مدیران موفق بوده است، عمل کنند، بی شک از ارتباطات ثمربخشی برخوردار خواهند شد.

برای ژرفکاوی و خودآزمایی خوانندگان از دریافت خود از مباحث مطرح شده در کتاب، در بخش پایانی، بخشی تحت عنوان «خودآزمایی» آورده شده که می تواند به خواننده کمک کند تا دریافت عمیق تری از مباحث کتاب به دست آورد.

مید است نوشته های این کتاب بتواند به منزله گامی مؤثر در جهت نوازش و سازش سرمایه های انسانی سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی به شمار آید.

مجتبی امیری