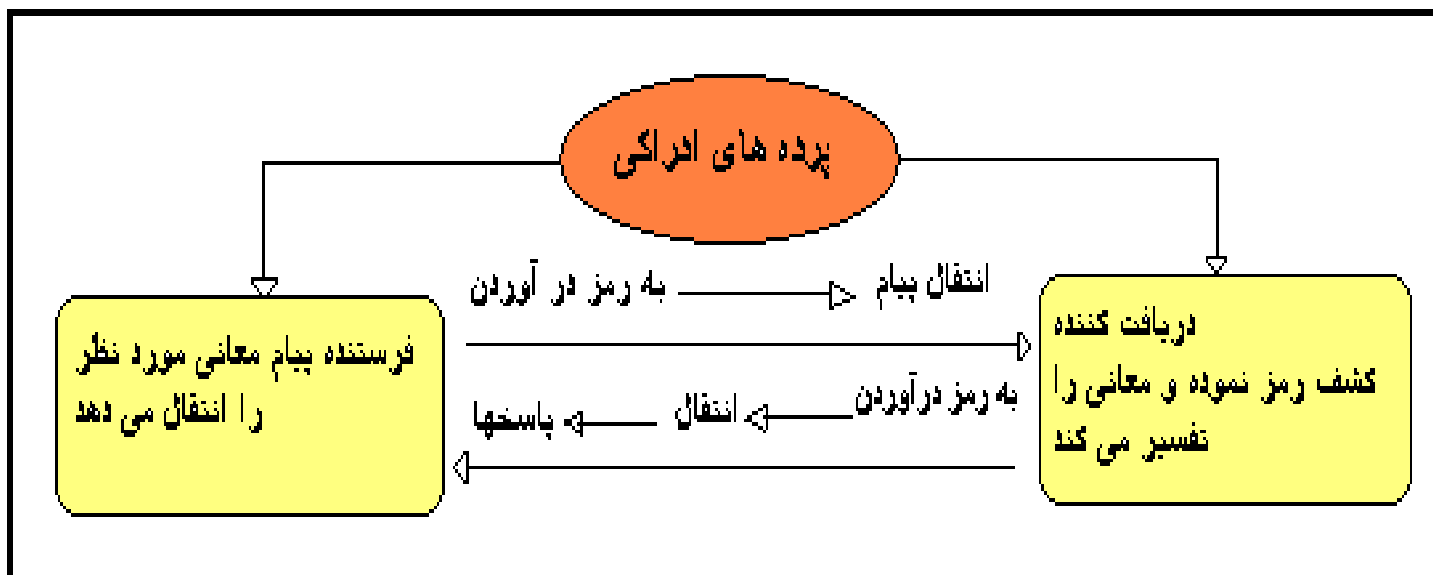


ارتباطات چیست؟

- بی‌گمان هر يك از ما به تناسب شخصیت و تجارب خود به این سؤال پاسخ می‌دهیم؛ ولی به طور خلاصه می‌توان گفت:
«ارتباطات، یعنی تداعی معنی و تبادل پیام یا تسهیم و عمومی کردن تجارب خودبا دیگران و قسمت کردن و در معرض آنان قرار دادن است».

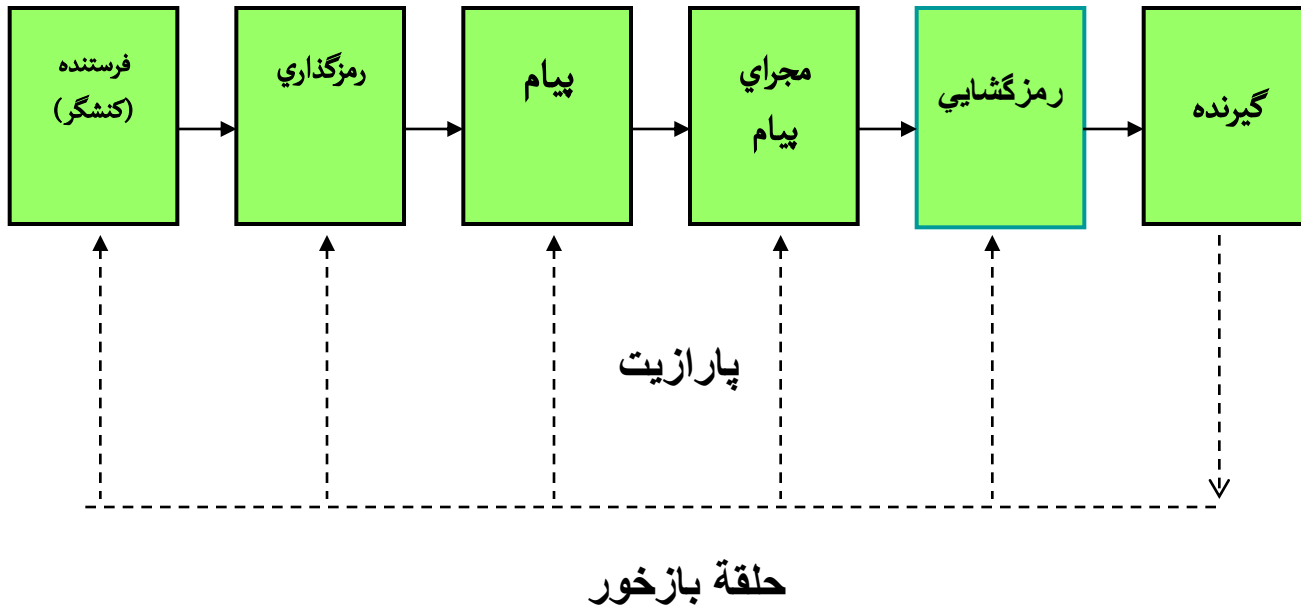
ارتباط چگونه برقرار میشود؟



ویژگیهای ارتباطات

- ویژگیهای ارتباطات را می‌توان به شرح زیر دانست :
- از خود و تصویری که از خود داریم آغاز می‌شود،
- با کد، رمز و نمادها سر و کار دارد،
- (مبتهی بر رمزگذاری و رمزگشایی است).
- يك فرایند است،
- دو طرفه است،
- می‌تواند ارادی یا غیرارادی باشد،
- انواع و اقسامی دارد،
- (کلامی - غیرکلامی و ...).
- نظام‌مند است،
- هدف دار است،

ارتباطات يك فرايند است



مدل فرايند ارتباطات

ارتباطات، هدفمند

از آنجا که ارتباطات آدمی هدفمند است
مقصود از برقراری ارتباط عبارت است از:

- تبادل اطلاعات

- اثرگذاری

- لذت بردن

- ارضاء نیازهای اجتماعی (حس تعلق، حس دوست داشتن و ...)

ارتباطات انسانها با یکدیگر مبتنی بر سه تصویر است:

- تصویر از خود؛
 - تصویر از طرف مقابل؛
 - تصویر از اینکه طرف مقابل او را چگونه می‌بیند؛
- دیگران نیز بر اساس این سه تصویر با ما ارتباط برقرار می‌کنند، بنابراین ارتباطات انسانی مبتنی بر این شش تصویر است که هر یک از اینها نیز می‌تواند مطابق با واقعیت، کوچکتر یا بزرگتر از آن باشد.
- عدم تطابق هر یک از این تصاویر با واقعیت از اثربخشی ارتباطات می‌کاهد.

ارتباط با دیگران

مفروضات ما در ارتباط با دیگران نگرش ما نسبت به آنان را شکل می‌دهد و نگرش ما نیز چگونگی رفتارهای ما را مشخص می‌سازد.

ما در ارتباط با دیگران باید بدانیم که کنشها یا رفتارهایمان :

- هدفدار است (خواسته یا ناخواسته) ؛

- با انتخاب وسیله همراه است ؛

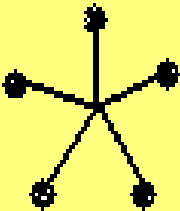
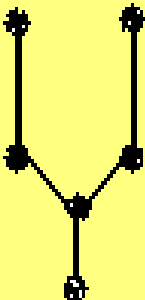

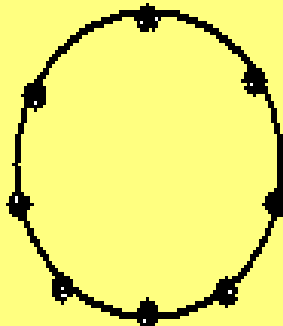
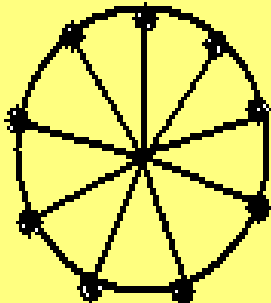
- مثبتی بر مفروضات است ؛

- همراه با عواطف و احساسات است ؛

- مثبتی بر ارزشها و آرمانهاست ؛

- در موقعیتهای مختلف صورت می‌گیرد ؛

- مثبتی بر شیوه‌های خاصی از کسب آگاهی از طرف مقابل است؛

	جرخه ای	۲	زنجیره ای	دایره ای	شبه کاناله
ویژگیهای تبادل اطلاعات					
سرعت	نند، سریع	کند	کند	کند	نند - کند
دقت	خوب	نسبتاً خوب، مناسب	نسبتاً خوب	ضعیف	خوب
اشباع	کم	کم	متوسط	زیاد	زیاد
باسخهای اجزاء	کم	کم	کم	زیاد	زیاد
ظهور رهبری	بلی	بلی	بلی	خیر	خیر
تمرکز	بلی	بلی	متوسط	خیر	خیر

عوامل مؤثر در ارتباطات با دیگران

- فضای ارتباط (جو حمایتگرانه و مثبت‌نگری)
- گوش دادن مؤثر
- حالت‌های شخصیت
- خودگشایی و توجه به بازخور

ارزش بازخور

- ارزش اطلاعاتی دارد؛
- موجب توسعه شخصیت می‌شود؛
- به تقویت برخی رفتارها و تضعیف برخی دیگر می‌انجامد؛
- عامل نفوذ و اثرگذاری بر دیگران است؛

ویژگی های بازخور مؤثر

- باید بموقع باشد؛
- با عبارات مثبت و همراه با ایجاد احساس امنیت باشد؛
- باید از سوی طرف مقابل درک شود؛
- در موارد بازخور منفي، فرد به طور مستقیم مورد خطاب قرار نگیرد؛

حالتهاي شخصيت

شخصيت هر فرد مجموعه‌اي از الگوهاي رفتاري است که در طی زمان شکل گرفته و به صورت عادت درآمد است. این شخصيت در سازمان تجلی دارد و الگوی ارتباطی را شکل می‌دهد.

ارتباط، سازمان و عصر دانش

در حال حاضر، در عصر دانش بسر می‌بریم و اقتصاد جدید عبارت است از ارتباط برای داد و ستد دانش.

دانش، مواد کلیدی ایجاد سرمایه را فراهم کرده و پایه قدرت فردی و سازمانی است.

اطلاعات موجود در سازمان هر سه یا چهار سال دو برابر میشود.

قدرت فکری (Brain power) به عنوان باارزش‌ترین دارایی سازمانها تلقی می‌شود.

وضعیت رقابتی

- سازمان‌ها بطور فزاینده به دانش، نوآوری، فرایند کار، مهارت‌های مدیریت، تکنولوژی‌ها و اطلاعاتی درباره مشتریان و عرضه‌کنندگان وابسته می‌شوند.
- این دانش، تعیین‌کننده وضعیت رقابتی در بازار است

مهمترین منبع سازمانها

- در حال حاضر، بزرگترین چالش مدیران، علاوه بر ایجاد سرمایه هوشی، توزیع مجدد آن است. دانش، به عنوان مهمترین منبع سازمانها، توجه مدیران را به خود جلب کرده است. دانش، برای ارتقاء قابلیت کارکنان، بهبود کالاها و خدمات و ایجاد عملکرد بالاتر، لازم است. هر منبعی، با استفاده شدن، مستهلك و منسوخ می‌شود، اما دانش، هر چه بیشتر به کار رود، افزایش می‌یابد و غنی‌تر می‌شود.

چالش‌های تغییر محیط کار

- در عصر معاصر، چهار نیرو در تغییر محیط کار مؤثر بوده است:
- تکنولوژی اطلاعات و سازمان اطلاعاتی.
- اندازه و ساختار سازمانی.
- جنبش مدیریت کیفیت جامع.
- تنوع و جابجایی نیروی کار

تکنولوژی اطلاعات

- **تافلر می گوید :** جهان پیشرفته نمی تواند برای 30 ثانیه، بدون تکنولوژی اطلاعاتی اداره شود. در عصر حاضر، پیشرفت تکنولوژیکی بسیار سریع شده است . کاربرد تکنولوژی اطلاعات در کسب و کار، شیوه های کار را تغییر داده است. کاربرد هوش مصنوعی، زیاد شده و پویایی مشاغل را زیاد کرده است. در این دوره، یادگیری، قلب فعالیت و بهره وری است و در واقع، «یادگیری» شکل جدید «کار کردن» است.

شبکه

- قلب عصر اطلاعات، شبکه است که اطلاعات را سریع و در زمان وقوع، آماده می‌کند. مشکل بزرگ در این زمینه، سرعت انتقال است. کاربران دهه آینده، تصاویر سه بعدی، کیفی و رنگی ارسال خواهند کرد. از این رو، سرعت انتقال کنونی برای تصاویر مذکور، کافی نیست و باید شبکه شود.

شبکه اینترنت

- شبکه اینترنت و اطلاعات مربوط به آن، به همراه فن‌آوریهای مخابراتی، نسبت به سایر فن‌آوریها، با شتاب زیادی رشد می‌کند. شبکه کامپیوتری، در آینده به صورت یک سیستم عصبی جهانی تکمیل می‌شود.
- مرزبندی‌های اختصاصی سیاسی، در حال دستیابی به یک اتفاق نظر الکترونیکی می‌باشند که این موضوع برای قدرتهای سنتی، ناشناخته است. اینترنت نسبت به فن‌آوریهای دیگر، متعهد شده است که برای کلیه افراد (فقیر و ثروتمند)، دستیابی یکسانی را فراهم نماید و استفاده از آن را هر چه بیشتر آسان نماید.

روند كلي تغييرات در قرن حاضر

- گذر از جامعه صنعتي به جامعه اطلاعاتي
- گذر از فن آوري پيشرفته به تکنولوژي فوق مدرن
- گذر از دموکراسي نمايندگي به دموکراسي مشارکتي
- گذر از ساختارهاي سلسله مراتبي به ساختارهاي شبکه‌اي
- تغيير روند «اين يا آن» به «انتخابهاي چندگانه»
- گذر از اقتصاد ملي وکشوري به اقتصاد جهاني

ادامه

- گذر از کوتاه مدت نگري به بلندمدت نگري
- گذر از تمرکزگرایی به تمرکززدایی
- گذر از حمایت‌های نهادی به خوداتکایی
- گذر از سرمایه فیزیکی به سرمایه دانشی
- تغییر دسته‌بندی کشورها از ،
غرب/ شرق ، به شمال/ جنوب

چالش‌های مدیران برای قرن

- جهان اقتصاد، همچنان رقابت‌آمیز است و در معرض دگرگونی خواهد بود، زیرا دانش مربوط به آن، به لحاظ طبیعت و محتوا، پیوسته تغییر می‌کند و اطلاعات مورد نیاز کسب و کار، به سرعت متحول می‌شود.
- سازمان، همواره نیازمند کسب اطلاعات درباره رویدادها و شرایط محیط است. کسب اطلاعات در مورد کسانی بجز مشتریان، تکنولوژی‌هایی جز آنچه در حال حاضر در سازمان به کار می‌روند، رقبای کنونی و بازارهایی که در حال حاضر در اختیار نیستند، این اطلاعات، در موارد مشابه هم باید کسب شود

چالشها، ادامه

- در کشورهای پیشرفته، شمار روزافزونی از نیروی کار ارزشی و آن بخشی که بیشترین دستمزد را می‌گیرد، شامل کسانی خواهد بود که نمیتوان به معنای سنتی کلمه، آنها را اداره کرد. در بسیاری از موارد، نمیتوان آنان را کارکنان سازمانهایی دانست که برای آن کار می‌کنند، بلکه باید آنها را پیمانکاران، کارشناسان، مشاوران و شرکای سازمان قلمداد کرد. شمار روزافزونی از این افراد، خودشان را به واسطه دانشی که دارند، متمایز می‌کنند، نه به واسطه سازمانی که از آن پول می‌گیرند.

تکنولوژی اطلاعات

طی جنگ جهانی دوم و بعد از آن پیشرفتهای
تکنولوژیک عمده در صنعت رخ داد. کامپیوتر قابل
برنامه ریزی و ترانزیستور، منشاء میکروالکترونیک
و هسته حقیقی انقلاب تکنولوژیکی اطلاعات در قرن
بیستم بود. اما در دهه 1970 بود که تکنولوژیهای
جدید اطلاعاتی در سطحی گسترده، انتشار یافتند و
در پارادایمی جدید گرد هم آمدند. در واقع، سه
عرصه مهم اطلاعات، کامپیوتر و مخابرات، این
تحولات را شکل دادند.

پارادایم جدید

- در هر پارادایم جدید، يك درونداد خاص، یا مجموعه‌اي از دروندادها را مي‌توان به عنوان عامل کلیدی در آن پارادایم توصیف کرد که مشخصه آن، کاهش هزینه‌هاي نسبي و دسترسي همگاني است. تغییر پارادایم در عصر حاضر را مي‌توان به عنوان «گذار از تکنولوژی عمدتاً مبتني بر دروندادهاي ارزان انرژی» به «تکنولوژی به طور عمده متكي به دروندادهاي ارزان اطلاعاتي» که از پیشرفت حاصل از تکنولوژی میکروالکترونیک و مخابرات به دست آمده است در نظر گرفت .

اطلاعات ، ماده خام تکنولوژی

- در گذشته، اطلاعات روی تکنولوژی عمل می‌کرد اما اینک تکنولوژیها روی اطلاعات عمل می‌کنند و تأثیر تکنولوژیهای جدید، فراگیر است.
- از آنجا که اطلاعات، جزء لاینفک تمامی فعالیتهای بشری است، همه فرایندهای حیات فردی و جمعی به طور مستقیم توسط تکنولوژی جدید شکل داده می‌شود.

انعطاف اطلاعاتی

- شبکه ، با استفاده از تکنولوژیهای اطلاعاتی در انواع سازمانها و فرایندها، تحقق عینی پیدا کرده است .
تکنولوژی اطلاعات به انعطاف پذیری متکی است .
نه تنها فرایندها برگشت پذیر هستند، بلکه سازمانها و نهادها را نیز می توان با آرایش مجدد اجرایی آنها، اصلاح کرد و حتی به طور اساسی تغییر داد .

مرزهاي قدرت اطلاعاتي

سیستم های ارتباطی جدید، زمان و مکان را که جنبه های بنیادین زندگی بشر هستند، دگرگون می کنند مناطق از معنای فرهنگی، تاریخی و جغرافیایی خود تهی می شوند و در شبکه های کارکردی یا کولازهای تصویری جای می گیرند و "فضای جریانها" را که جایگزین فضای مکانها می شوند، ایجاد می کنند و این قدرت اطلاعات است که مرزها را در می نوردد.

فرهنگ مجازي

- در سيستم ارتباطي نوين، گذشته، حال و آينده را مي‌توان به گونه‌اي برنامه‌ريزي كرد كه در يك پيام با يكديگر مرتبط شوند.
- ديگر زمان معنايي ندارد.
- «فضاي جريانها» و «زمان بي‌زمان» بنيانهاي فرهنگ جديد هستند كه علاوه بر اينكه تنوع سيستمهاي بازررا در برمي‌گيرد، از آن فراتر مي‌رود و فرهنگ مجازي، صورتي عيني به خود مي‌گيرد.

شبکه‌ها، ریخت اجتماعی جدید!

- بررسی ساختارهای نوظهور، تحت تأثیر تکنولوژی اطلاعات، ما را به نتیجه‌ای فراگیر رهنمون می‌سازد:
- به عنوان روندی تاریخی، کارکردها و فرایندهای مسلط در عصر اطلاعات هر روز بیش از پیش پیرامون شبکه‌ها سازمان می‌یابند. شبکه‌ها ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند و گسترش منطق شبکه‌ای، تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند.

سازمان مجازي

با تحولات سريع در کاربرد تکنولوژی اطلاعات، شکل‌های جدید سازمان ظاهر شدند. این شکل‌های سازمانی از نوعی تلفیق تازه خبر می‌دهند. تلفیقی میان گروه‌ها و واحدهای پراکنده که به مدد تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات به نوعی پیوند خورده اند و سازمان جدیدی را بوجود آورده‌اند.

سازمان‌های مجازي نمونه‌ای از سازمان‌های جدید هستند که در آنها پیچیدگی، وسعت و حجم عملیات به گونه‌ای است که دیگر نمی‌توان آنها را به صورت سازمان‌های متمرکز و واحد اداره کرد.

اتحاد و اتفاق در سازمان های مجازی

- در مجموعه سازمانهایی که با هم سازمان مجازی را تشکیل می‌دهند، هر سازمان، اثربخشی خود را در ارتباط با سازمانهای دیگر بدست می‌آورد و آنچه به آنها معنی می‌بخشد، همین «اتحاد و اتفاق» است.
- در این ساختار، سعی می‌شود تا ضمن کوچک نگه داشتن واحدهای سازمانی از مزایای سازمانهای بزرگ و گسترده نیز در تأمین هدفهای سازمانی استفاده شود.

تعريف سازمان مجازي

- - سازمان مجازي يك شبکه موقتي از واحدهاي مستقل است که براي اشتراك در مهارتها، هزینه‌ها و بازارهاي يکديگر، از طريق تکنولوژي اطلاعات به يکديگر متصل شده‌اند. يك سازمان مجازي تنها يك نام تجاري است، که ممکن است حتي دفتر دائمي نیز نداشته باشد.
- اين سازمانها و اگذارکننده عمليات به خارج از سازمان هستند و «هماهنگي بين طرفهاي تجاري» به عنوان تنها وظيفة سازمان مجازي تلقي مي‌شود .
- (Scott M., 1999)

شبکه‌ای از واحدهای مستقل

- يك سازمان مجازي شبکه‌ای از واحدهای مستقل است که با استفاده از تکنولوژی ارتباطات و اطلاعات، امکان همکاری پیدا کرده‌اند. این شبکه برای پاسخ به پویایی بازار بوجود آمده و انعطاف‌پذیری بالایی دارد. شبکه‌ای اجتماعی است که در آن مرزهای افقی و عمودی برداشته شده‌اند و شامل افراد و سازمانهای پراکنده از لحاظ جغرافیایی است.

استقلال زماني و مكاني

- تكنولوژي اطلاعات يكي از مهمترين عوامل براي ايجاد استقلال از زمان و مكان است .
- بنابر اين سازمان مجازي، شكلي نهادينه شده از تواناييها براي توسعه محصولات و خدمات با استقلال زماني و مكاني بيشتر نسبت به رقبا است .

نمونه‌ها: کامپیوتر اپل و تویوتا

- این سازمانها صرفاً بر توانایی‌های اصلی خود تأکید دارند، یعنی همان چیزی که به آنها «مزیت رقابتی» می‌دهد.
- مثلاً اپل بر طراحی، بازاریابی و توزیع تأکید می‌کند، تویوتا بر طراحی، مونتاژ و بازاریابی تمرکز می‌کند و بقیه کارها را به سازمانهای دیگر واگذار می‌کند.

پیام آخر

- در دنیای امروز، ارتباطات و اطلاعات حرف نخست را می زنند و اطلاعات از سرمایه های اصلی سازمان ها و جوامع محسوب می شود،
- پس، تلاش کنیم که در جریان فرامرزی تولید و تبادل اطلاعات فقط حاشیه نشین و مصرف کننده نباشیم!