



پاییز ۱۴۰۳

مهارت‌های برقراری ارتباط موثر در محیط کار

مشخصات دوره آموزشی:

- ❖ نوع دوره: اختصاصی شغلی
- ❖ نحوه برگزاری: حضوری / غیر حضوری
- ❖ روش آزمون: کتبی
- ❖ مخاطبان دوره: گروه هدف: متصدیان امور دفتری، مسئولین دفاتر، بایگانی، مسئولین دبیرخانه ها

فهرست

۱۲	مقدمه
۱۵	هدف ارتباط
۱۵	نقش ارتباط:
۱۶	مهارت‌های ارتباطی:
۱۷	تعریف ارتباط:
۱۸	اجزای فرایند ارتباط:
۱۹	الف) پارازیت‌های فیزیکی :
۱۹	ب) پارازیت‌های استنباطی :
۲۰	سطوح ارتباط
۲۱	ارتباط موثر در محیط کار چیست؟
۲۱	مزایای ارتباط موثر در محیط کار مزایای ارتباط موثر در محل کار
۲۲	۱- افزایش بهره‌وری تیم:
۲۲	۲- بهبود روحیه تیمی:
۲۲	۳- کاهش و حل تعارضات:
۲۲	۴- نوآوری و خلاقیت:
۲۲	۵- ایجاد اعتماد و اعتبار:
۲۳	۶- افزایش مشارکت و رضایت کارکنان:
۲۳	۷- کاهش ریزش کارمندان و وفاداری بیشتر:
۲۳	۸- بهبود روابط با مشتری:
۲۳	۹- بهبود برداشت عمومی:
۲۳	راه‌های توسعه ارتباط موثر در محیط کار :

۱. روی مهارت‌های ارتباطی فردی کار کنید ۲۸
۲. به نشانه‌های غیرکلامی مثل زبان بدن و لحن توجه کنید ۲۸
۳. گوش دادن فعال را تمرین کنید ۲۹
۴. همدلی داشته باشید ۲۹
۵. صادق و روراست باشید ۳۰
۶. مطمئن، متقاعدکننده و صبور باشید ۳۰
۷. مثبت اندیش باشید ۳۰
۸. مودب بمانید ۳۰
۹. با توجه به بازخوردها، خودسازی کنید ۳۱
۱۰. در مورد روابط موثر تأمل کنید و به‌روز باشید ۳۱
- اصول برقراری ارتباط موثر در محیط کار ۳۱
۱. لبخند زدن ۳۱
۲. شروع کننده ارتباط باشید ۳۱
۳. از طرف مقابل تعریف و تمجید کنید ۳۲
۴. برقراری ارتباط چشمی ۳۳
۵. گوش دادن فعال ۳۳
۶. مشتاق و پرانرژی باشید ۳۴
۷. بین بخش‌های کلامی و غیرکلامی پیام خود هماهنگی ایجاد کنید ۳۵
۸. شفافیت و خلاصه بودن ۳۵
۹. همدلی و درک ۳۵
۱۰. مکانیسم‌های بازخورد ۳۵
- موانع ارتباطات موثر در محیط کار ۳۵
۱. موانع زبانی ۳۶

۲. موانع فرهنگی ۳۶
۳. موانع فیزیکی ۳۷
۴. موانع روانی ۳۷
۵. موانع تکنولوژیکی ۳۸
۶. موانع سازمانی ۳۹
- موانع فردی در ارتباط موثر در محیط کار ۴۰
۱. موانع نگرشی ۴۰
۲. موانع حواس پرتی، بی‌علاقگی و عدم تعهد ۴۰
- ارتباطات موثر در دورکاری ۴۰
۱. شفاف‌سازی انتظارات ۴۱
۲. درگیر جریان دوطرفه باشید ۴۱
۳. جلسات رو در رو و تصویری داشته باشید ۴۱
۴. هماهنگ باشید ۴۱
۵. یک فضای غیررسمی ایجاد کنید ۴۱
۶. ابزار ارتباط کار از راه دور ۴۲
- اشکال ارتباط ۴۲
- الف) ارتباط کلامی: ۴۲
- ب) ارتباط غیرکلامی: ۴۳
- ۱) زبان بدن: ۴۳
- ۲) سر تکان دادن: ۴۳
- ۳) حرکات چانه (دست به چانه): ۴۴
- ۴) مالش چانه: ۴۴
- ۵) تکیه دادن چانه: ۴۴

- ۴۴ (۶) خمیازه کشیدن:
 ۴۴ (۷) کج کردن سر روی شانه:
 ۴۴ (۸) چشم ها:
 ۴۵ (۹) دهان:
 ۴۵ (۱۰) دست دادن:
 ۴۶ در برقراری ارتباط غیر کلامی باید به موارد ذیل توجه شود:
 ۴۶ (۱) مجاورت:
 ۴۶ (۲) جهت یابی:
 ۴۶ (۳) قلمرو یابی:
 ۴۶ (۴) سطح:
 ۴۷ (۵) جلوه ظاهری و وضعیت آراستگی:
 ۴۷ (۶) ظاهر عمومی بدن:
 ۴۷ (۷) حالت چهره:
 ۴۷ (۸) حرکات دست و حرکات سر:
 ۴۷ (۹) تماس چشمی:
 ۴۷ (۱۰) حالت بدن (ژست):
 ۴۸ (۱۱) لمس:
 ۴۸ (۱۲) طرز راه رفتن:
 ۴۸ (۱۳) صداها:
 ۴۸ (۱۴) سکوت:
 ۴۸ انواع ارتباط
 ۴۸ الف) ارتباط از جهت عکس العمل در محیط:
 ۴۸ ۲- ارتباط دو جانبه:

- ب) ارتباط از جهت حرکت پیام در سطوح سازمانی: ۴۹
- ۳- ارتباطات مورب : ۴۹
- عوامل تاثیرگذار بر ارتباط ۵۰
- ۱- سطح رشد و تکامل : ۵۰
- ۲- جنسیت : ۵۰
- ۳- تفاوت‌های فرهنگی-اجتماعی : ۵۰
- ۴- فضا و قلمرو : ۵۰
- ۵- محیط : ۵۰
- عوامل کمک کننده به برقراری ارتباط موثر در یک ارتباط ۵۰
- ۱- شنیدن فعال: ۵۰
- ۲- گوش دادن فعال یعنی: ۵۱
- ۳- پاسخهای کوتاه : ۵۱
- ۴- سکوت : ۵۱
- ۵- بازتاب احساسات : ۵۱
- ۶- استفاده از سوالات باز : ۵۱
- ۷- درخواست برای روشنی و وضوح : ۵۱
- ۸- دادن اطلاعات : ۵۱
- ۹- گوش دادن : ۵۱
- ۱۰- رعایت ادب و احترام و مهربانی : ۵۱
- ۱۱- در دسترس بودن و اجتناب نکردن از شخص ۵۲
- ۱۲- همدلی نه همدردی : ۵۲
- ۱۳- آرزو و تشویق : ۵۲
- ۱۴- شوخی : ۵۲

- ۱۵-درک حساسیتهای فرهنگی و جنسیتی ۵۲
- ۱۶-گرمی و دوستی : ۵۲
- ۱۷-محیط راحت : ۵۲
- ۱۸-حفظ خلوت و تعیین حریم شخص ۵۲
- ۱۹-حفظ تن مناسب صدا ۵۲
- ۲۰-قابلیت انعطاف در گفتگو با شخص : ۵۲
- ۲۱- استفاده از جملات ساده ۵۲
- ۲۲-ارتباط متمرکز : ۵۲
- ۲۳-استفاده از بیان واضح و مناسب ۵۳
- اقدامات پیشگیرانه مقابله با چالش های ارتباطی ۵۳
- ۱- برنامه های آموزشی و توسعه ۵۳
- ۲-کارگاه های حساسیت فرهنگی ۵۳
- ۳-فعالیت های تیم سازی ۵۳
- ۴-پروژه های تیمی موفق ۵۳
- نمونه های حل منازعات ۵۳
- نقش تکنولوژی در ارتباطات ۵۳
- ۱)جلسات مجازی و ابزارهای همکاری ۵۴
- ۲)آداب ایمیل در عصر دیجیتال ۵۴
- ۳)ارتباطات شبکه های اجتماعی ۵۴
- اندازه گیری اثربخشی ارتباطات ۵۴
- نظرسنجی های بازخورد ۵۴
- معیارهای عملکرد ۵۴
- سطح رضایت کارکنان ۵۵

۵۵	بهبود مستمر مهارت های ارتباطی
۵۵	یادگیری از اشتباهات
۵۵	دریافت راهنمایی از مربی
۵۵	با روندها به روز باشید
۵۵	ارتباطات سازمانی؛ کلید گمشده سازمانها در ارتباط موثر
۵۸	اهمیت ارتباطات سازمانی
۶۰	تعریف ارتباط سازمانی
۶۲	ابعاد ارتباطات سازمانی
۶۲	۱) ساختار سازمانی
۶۲	۲) مهارت فرایندی
۶۲	۳) مهارت انسانی
۶۳	ارتباطات داخلی
۶۳	ارتباطات خارجی
۶۳	انواع الگوهای ارتباطی
۶۴	۱) از حیث ارائه بازخورد
۶۴	۲) از حیث مسیری که پیام طی می کند
۶۴	۳) از حیث رسمی و غیر رسمی
۶۴	از حیث انتقال اطلاعات (ارتباطات رسمی)
۶۴	الگوی ارتباطی متمرکز
۶۵	الگوی ارتباطی غیر متمرکز
۶۵	از حیث انتقال اطلاعات (در ارتباطات غیر رسمی)
۶۵	انواع ارتباطات از حیث ارائه بازخورد (عکس العمل)
۶۵	۱- ارتباطات یک طرفه (یک جانبه):

- ۶۵ ۲-ارتباطات دو طرفه (دو جانبه):
- ۶۶ انواع الگوهای ارتباطی از حیث مسیر انتقال پیام
- ۶۶ ۱-ارتباطات عمودی :
- ۶۶ الف) ارتباط از بالا به پایین :
- ۶۶ ب)ارتباط از پایین به بالا :
- ۶۶ ج) ارتباطات افقی:
- ۶۷ د)ارتباطات مورب :
- ۶۷ انواع الگوهای ارتباطی از حیث رسمی و غیر رسمی
- ۶۷ ۱- شبکه های رسمی :
- ۶۷ ۲- شبکه های غیر رسمی :
- ۶۸ انواع الگوهای ارتباطی از حیث انتقال اطلاعات
- ۶۸ ۱)شبکه رشته ای :
- ۶۸ ۲-شبکه انشعابی :
- ۶۸ ۳-شبکه تصادفی :
- ۶۹ ۴-شبکه خوشه ای :
- ۶۹ نقش های افراد در شبکه های ارتباطی
- ۶۹ ۱- ستاره :
- ۶۹ ۲- رابط :
- ۶۹ ۳- پل :
- ۶۹ ۴- نگهبان :
- ۶۹ ۵- منفک شده :
- ۶۹ اهمیت ارتباطات سازمانی
- ۷۰ مشارکت کارکنان

۷۰	رضایت مشتری
۷۰	تصورات عمومی
۷۱	مدیریت ارتباطات سازمانی
۷۱	انواع تکنیک‌ها در ارتباطات سازمانی
۷۲	مهارت‌های ارتباطات سازمانی
۷۲	ابزارهای ارتباطات سازمانی
۷۳	عوامل موثر در ارتباطات سازمانی
۷۴	موانع ارتباطات سازمانی
۷۴	تاریخچه روابط عمومی:
۷۴	تاریخچه تاسیس روابط عمومی در ایران و تاسیس دانشکده علوم ارتباطات
۷۴	تعاریف روابط عمومی:
۷۵	وظایف روابط عمومی:
۷۷	وجوه افتراق روابط عمومی و تبلیغات:

مقدمه

ارسطو شاید اولین اندیشمندی باشد که ۲۲۰۰ سال پیش، در زمینه ارتباط سخن گفت. ارسطو، هدف ارتباط را جستجو برای دست یافتن به کلیه وسایل و امکانات موجود برای ترغیب و امتناع دیگران می‌داند. ارسطو در تعریف ارتباط نوشت: ارتباط عبارت است از جستجو برای دست یافتن به کلیه وسایل و امکانات موجود برای ترغیب و اقناع دیگران. ارتباط فرآیندی است که طی آن افکار، عقاید و احساسات یک فرد به فرد دیگر منتقل می‌شود ارتباط فرآیندی است آگاهانه یا ناآگاهانه، خواسته یا ناخواسته که از طریق آن احساسات و نظرات به شکل پیامهای کلامی و غیر کلامی بیان، ارسال، دریافت و ادراک می‌شوند. بنا به تعریفی دیگر ارتباط فرآیند انتقال پیام از فرستنده به گیرنده به شرط این که ذهنیات مورد نظر فرستنده به گیرنده پیام انتقال یابد و بالعکس می‌باشد.

روابط انسانی، مجموعه‌ای از فعالیتها و تعاملاتی است که موجب تأمین نیازهای افراد می‌گردد و به عنوان یک نیاز انسانی، بین انسانهایی که با هم زندگی می‌کنند، پدیدار می‌شود. در نتیجه برقراری روابط انسانی، پس از تأمین نیازها، زمینه‌های پیدایش انگیزش، رشد، احساس سودمندی، رضایت، درک متقابل و اعتماد فراهم می‌شود. این نتایج، چرخه‌ای از نشانه‌های مثبت حیات را پدید می‌آورند و هر یک در پیدایش حالت مثبت بعدی، مؤثر واقع می‌شوند. با نگاهی به نیازهای انسان، به این نتیجه می‌رسیم که همه نیازهای انسان، بدون وجود شخص یا اشخاص دیگری که با آنها رابطه برقرار می‌کند، تأمین نمی‌شود. در گذشته زندگی از پیچیدگی کمتری برخوردار بود، تحرک و نظامهای سازمانی کمتر بودند و انسانها در روابط خود نقشهای ساده و مشخصی داشتند اما پیچیدگی زندگی امروزه باعث پیچیدگی بیشتر در روابط شده و نقش مهارتهای ارتباطی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. نکته اصلی در ارتباط، داشتن زبان مشترک یا مجموعه‌ای از رفتارها، وسائل، مجاری ارتباط و ... است که در نهایت می‌توان از طریق آن، با دیگری ارتباط برقرار کرد. موضوع ارتباط، در زندگی انسانها بسیار پراهمیت است و شاید، مؤثرترین بخش زندگی یک فرد همین باشد همه ما بخشی عمده از زندگی خود را در ارتباط با دیگران سپری می‌کنیم یا در فکر آن به سر می‌بریم. کسی که نگرشها و شخصیت، عواطف، جنبه‌های روانی، اجتماعی، ارزشی و فرهنگی و نوع رفتار خود را می‌شناسد، حدود انتظارات و علایق خود را مشخص می‌کند و می‌داند که از دیگران چه بخواهد و از آنها چه انتظاراتی داشته باشد. افرادی که خود را می‌شناسند، تا حدود زیادی بر خود، خواسته و رفتار خود مسلط هستند. این افراد، از توان کنترل بر خود، برخوردارند و می‌توانند با محیط و دیگران، روابط مناسب برقرار کنند. عواطف و

احساسات چه از لحاظ شکل دهی و تأثیر بر برخوردها و چه از لحاظ حفظ و پایان دادن روابط، تأثیر قابل توجهی بر روابط میان فردی دارند. تجارب بالینی نشان می دهد که یکی از عوامل مهم استرس مشکلات ارتباطی می باشد که ضرورت آموزش در این حیطة را نشان می دهد.

مهارت های ارتباطی یکی از مهارتهای کلیدی در زندگی و کسب و کار است بطوری که در فهرست مهارت های زندگی یکی از ده مهارت اصلی زندگی شمرده شده و تقویت مهارت ارتباطی به عنوان یکی از مهارت های نرم به پای ثابت برنامه های توسعه فردی تبدیل شده است.

در محیط کار هم مدام می شنویم که همه از ضعف مهارت ارتباطی دیگران گله می کنند. کارمند معتقد است که مدیرش در مهارت های ارتباطی ضعیف است. مدیر هم ناراضی است که کارمندانش به مهارت ارتباطی و دانش ارتباطات نیاز دارند و مدام دنبال دوره های آموزش مهارت ارتباطی است.

رواج یافتن اصطلاحاتی مثل سواد ارتباطی و سواد عاطفی به عنوان دو مورد از انواع سواد هم نشان می دهد که مهارت های اجتماعی و ارتباطی به یکی از دغدغه های دوران ما تبدیل شده است.

روابط عمومی اثربخش **Effective public relations** یکی از شایستگی های سازمانی و انسانی محسوب می شود که به مهارت مدیریت در کار کردن با سایرین، شناخت و انگیزه دادن به آنها مرتبط است. روابط عمومی از جمله وظایف مدیریت شناخته نمی شود بلکه نقش مهمی در موفقیت همه وظایف مدیریت دارد.

برای انجام مناسب و درست وظایف و نقش های مدیریت، به یک روابط عمومی اثربخش نیازمند است. از طرف دیگر توانایی و مهارت روابط عمومی با مدیریت درهم آمیخته شده است. در یک سازمان کوچک این نقش بر عهده مدیریت ارشد گذاشته می شود و در یک سازمان بزرگ یک واحد مخصوص از سوی مدیریت و زیر نظر آن، این نقش را بر عهده می گیرد. تبدیل مدیران متوسط به مدیران موفق و بعد از آن تبدیل به مدیران اثربخش به تقویت شایستگی های روابط عمومی وابسته است.

روابط عمومی شامل مجموعه ای است از مهارت های عملی و استراتژی هایی که در جهت بالا بردن محبوبیت و شهرت یک سازمان، کمک به تقویت روابط با مخاطبان اصلی و به دست آوردن توانایی در مواجهه قدرتمند با بحران ها طراحی شده است. چه روابط عمومی محوریت اصلی کار شما باشد و چه یک فعالیت فرعی به شمار آید،

با توجه به این پیش زمینه لازم نیست درباره اهمیت مهارت ارتباطی زیاد حرف بزنیم و شما را به پیگیری درس های آموزش مهارت ارتباطی ترغیب کنیم. اما بد نیست به دو نکته کوچک پردازیم.

اول این که منظور ما از «مهارت های ارتباطی» در متمم چیست (چون می دانیم که هر کس ممکن است برداشت و تعریف خود را داشته باشد). دومین نکته هم توضیح کوتاهی درباره اثربخشی ارتباط و اهمیت ارتباط موثر است.

روابط انسانی در عین پیچیده بودن، قابل یادگیری هستند. همیشه ارتباطات موثر، در صدر فهرست مهارت های مورد تقاضای کارفرمایان قرار می گیرد؛ بنابراین برقراری ارتباط موثر در محیط کار به عنوان یک مهارت نرم، امتیاز محسوب می شود.

مهارت ارتباط مؤثر یعنی ارتباطی که در آن گیرنده (طرف مقابل) با حداکثر دقت و توجه پیام شما را درک کرده باشد و این پیام در او اثر گذاشته و بازخوردی از او به همراه داشته باشد. درنهایت باعث می شود که طرفین به یک درک مشترک، تغییر رفتار و کسب اطلاعات رسیده باشند.

ارتباطات موثر در محیط کار، به عنوان سنگ بنای ساخت تیم های موفق عمل می کند و با افزایش مشارکت افراد در حیطه کاری، نیروی کار مولدتر و با استعدادتر را نیز پرورش می دهد. ارتباط موثر در محیط کار مثل گریسی است که چرخ های آن کسب و کار را روغن کاری می کند تا نرم تر و سریع تر پیش برود. و دقیقاً همین طور است!

داشتن مهارت برقراری ارتباط موثر در محیط کار، علاوه بر اینکه باعث بهتر پیش رفتن کارها می شود، می تواند ساعات دلپذیرتر و بدون چالش تری را برایمان رقم بزند. کسی این حرف را به خوبی درک می کند که در ارتباطات محیط کاری، تجربه خوبی نداشته باشد. با این حال، ارتباطات موثر به همین سادگی و خودجوش ایجاد نمی شوند و توسعه مهارت های ارتباطی، کلید اصلی این فرآیند است.

یادگیری، توسعه و بکارگیری مهارت ارتباط موثر می تواند به شما در موفقیت در حرفه خود کمک کند، شما را به یک نامزد شغلی رقابتی تبدیل کند و باعث شود تا شبکه خود را بسازید. بکارگیری مهارت ارتباط موثر نیاز به زمان و تمرین دارد و می تواند مهارت های ارتباطی و بین فردی را هم افزایش دهد و هم اصلاح کند.

برقراری ارتباط مؤثر، یکی از ویژگی های بزرگ انسان های هوشمند، خرد ورز و عاقبت اندیش است. هرکس بتواند با دیگران، اشیاء اطراف و حتی لحظه های زندگی خود ارتباط بهتر و مؤثر تری برقرار کند، احساس موفقیت بیشتری خواهد داشت. از این رو انسان هایی که باورهای مناسبی دارند باید به روشها و مهارت های ارتباطی مجهز گردند تا بتوانند ارتباط موثری با سایر افراد برقرار نمایند.

همه ما در اجتماع از فرصت های یکسانی برخورداریم. اما افراد موفق کسانی هستند که به مهارت های ارتباطی مجهز باشند. چنین افرادی، قدرت بیان خوبی دارند؛ خود را به درستی مطرح می کنند؛ در

شرایط مختلف و یا افراد مافوق، همتراز و زیردستی ارتباطی مناسب و مؤثر برقرار می کنند. بعضی چنان قدرتی در برقراری ارتباط دارند که حتی میتوانند سرنوشت جوامع بشری را تحت الشعاع قرار دهند. رهبرانی چون گاندی، نلسون ماندلا و... از این دست افراد هستند.

هدف ارتباط

هدف اصلی هر ارتباط انتقال صحیح و کامل معنی است. معنی یک مفهوم درونی است که در ذهن افراد جای دارد. عوامل متعدد فردی مانند فرهنگ، سطح تحصیلات، تجربیات، حالات عاطفی، توقعات و پیش فرض ها و غیره بر معنی که از اطلاعات دریافتی در ذهن فرد شکل می گیرد اثر می گذارد. بنابراین مجموعه واحدی از اطلاعات می تواند در ذهن افراد مختلف معانی متفاوتی ایجاد کند. این مسئله اهمیت مسئولیت فرستنده و گیرنده را افزایش می دهد چرا که آنها علاوه بر انتقال اطلاعات، مسئول انتقال صحیح و کامل معنی از ذهنی به ذهن دیگر هستند و باید در این ارسال و دریافت هردو تلاش کنند. ارتباطی مناسب است که در ذهن فرستنده و گیرنده معنی مشابهی از اطلاعات منتقل شده ایجاد کند. هرچه این تشابه بیشتر باشد، ارتباط کامل تر و نتیجه آن به هدف نزدیکتر است.

نقش ارتباط:

ارتباط در سازمان چهار نقش ایفا مینماید:

۱- کنترل: ارتباط به چندین روش، رفتار اعضا را کنترل می کند. سازمانها، سلسله مراتب اختیارات و دستورالعملهای رسمی دارند که کارکنان و اعضا باید آن را رعایت کنند. ارتباطات غیر رسمی هم رفتار اعضا را کنترل می کند.

۲- ایجاد انگیزه: تعیین هدف های خاص، بازخور نمودن نتایج عملیات و دادن گزارش درباره میزان پیشرفت و تقویت رفتار مطلوب مورد نظر، همه اینها، موجب ایجاد انگیزه و ارتباطات می شود.

۳- ابراز احساسات: ابراز احساسات برای بسیاری از کارکنان و اعضای سازمان، مهمترین منبع ارتباطات اجتماعی و روابط متقابل یا تعامل است. ارتباطاتی که درون گروه صورت می گیرد نمایانگر ابراز نفرت، درجه استیصال یا رضایت فرد و نوع احساسات اوست. بنابراین، ارتباطات موجب تخلیه انسان از فشارهای روانی می شود و در راه تأمین نیازهای اجتماعی به وی کمک می کند.

۴- اطلاعات: ارتباطات می تواند اطلاعاتی را ارائه کند که افراد و گروهها برای تصمیم گیری به آنها نیاز دارند.

مهارت‌های ارتباطی:

-یک سلام همراه با لبخند ارائه کنید. سلام همراه با لبخند علاوه بر اینکه پذیرش فرد مقابل ما را بر خواهد انگیخت موجب برانگیختگی اعتماد به نفس ما خواهد شد.

-به ارتباط غیر کلامی بها بدهید.

-ابراز مشخص افکار و احساسات. مغز ما مقدار مشخصی اطلاعات را می تواند در یک زمان دریافت کند. در هر ثانیه ما با بمبارانی از پیامها روبهرو هستیم و به همین دلیل پیامی که به دیگران می رسانید باید مشخص و واضح باشد و به روشنی مشخص کننده افکار و احساساتمان باشد.

-بپرسید .

پرسش و طرح سوال بخشی مهم و جدایی ناپذیر در برقراری ارتباط است و ذهن شما را نسبت به موضوع روشن می کند.

-درک اصول ارتباطی.

روند برقراری ارتباط عبارت است از: هدف، رمزگذاری پیام، انتقال پیام، دریافت پیام، رمزگشایی یا درک پیام دریافتی، ارائه بازخورد یا واکنش نشان دادن به فرستنده پیام. مذاکره کنید.

-یادداشت برداری کنید.

-در جمع صحبت کنید.

صحبت کردن در جمع به شما کمک می کند تا مهارت بیشتری در برقراری ارتباط با دیگران پیدا کنید. این اقدام سبب افزایش اعتماد به نفس شما میگردد.

-از کنار بازخورد به آسانی نگذیرید.

بازخورد کلید برقراری ارتباط است. بازخورد به شما کمک می کند تا ارتباط شما با گیرنده یا فرستنده پیام سازنده باشد.

-بر کشمکش ها پیروز شوید.

کشمکش و برخورد بخش جدایی ناپذیر ارتباط متقابل و روابط کاری است. تلاش کنید در این کشمکش ها مودب و در عین حال محکم باشید.

-صداقت و همرنگی.

باید رابطه ای را ایجاد کنیم که صداقت و همرنگی جزء ارکان اصلی آن باشد. باید جوی به وجود آوریم که اعتماد و اطمینان در آن حاکم باشد. این اطمینان را به مخاطب بدهیم که این حرفها به گونه راز هیچ گاه بر ملاء نمی شود و اگر جایی هم بازگو شود با اجازه خود شماست .

-همدلی، همدردی.

سعی کنیم با او همدردی کنیم، خودمان را جای او بگذاریم و احساسش را درک کنیم با توجه به این که احساس انتقال دانی نیست ولی با اندکی سعی می توانیم در جایگاه فرد قرار بگیریم.

-دوری از پیش داوری در مورد وضعیت ظاهری، شخصیت، موقعیت و... فرد مقابل خود قضاوت نکرده و پیش داوری نکنیم.

-ایجاد شرایط مناسب برای مخاطب. این شرایط شامل شرایط زمانی و مکانی مناسب برای برقراری ارتباط می باشد.

تعریف ارتباط:

ارتباط عبارت است از فرایند انتقال پیام از فرستنده به گیرنده مشروط بر آنکه محتوای مورد انتقال از فرستنده به گیرنده منتقل شود و یا بالعکس . فرایندی که در آن افکار و اندیشه ها، احساسات و نظرات از فردی به فرد دیگر منتقل می شود.

عمل انتقال اطلاعات از یک مکان، شخص یا گروه به دیگری، ارتباط نامیده می شود. هر ارتباطی دارای سه جزء است: فرستنده، پیام و گیرنده. فرستنده، پیام را با ترکیبی از کلمات و نشانه های غیرکلامی، برای انجام ارتباط می فرستد که می تواند به اشکال مختلفی مانند گفتار یا نوشتار باشد و گیرنده، پیام را براساس تمام علائم رمزگشایی می کند.

در این فرآیند ممکن است چندین گیرنده وجود داشته باشد و حتی دو نفر کلمات یا زبان بدن یکسان را به روش های کاملاً متفاوت تفسیر کنند؛ همچنین ممکن است که گیرندگان پیام، فرستنده را آن طور که باید درک نکنند و برایشان چالش برانگیز باشد. به همین دلیل است که باید برای ارتباطات دقیق، مؤثر و بدون ابهام ارزش زیادی قائل شد. طیف وسیعی از عوامل می توانند بر انتقال پیام از فرستنده به گیرنده تأثیر بگذارند. این عوامل شامل احساسات، بافت فرهنگی، رسانه ارتباطی و حتی موقعیت جغرافیایی ما می شود.

ارتباط ، فرایند تبادل اطلاعات و یا فرایند ایجاد و ارسال مفاهیم است . برداشت هایی که از این تعریف می توان داشت این است که اولاً ارتباط نوعی فرآیند است، دیگر اینکه برای برقراری ارتباط

حداقل حضور سه عنصر فرستنده، گیرنده و پیام الزامی است. در مدل‌های جدید ارتباطات دیگر به جای استفاده از کلمات فرستنده و گیرنده از کلمه برقرارکنندگان ارتباط استفاده می‌شود. زیرا به طور همزمان هر دو طرف هم فرستنده و هم گیرنده هستند و اثرات گفتار یکدیگر را با واکنش به یکدیگر نشان می‌دهند. پس مفهوم "منبع - گیرنده" نقش شرکت کنندگان را دقیق تر توضیح می‌دهد.

ارتباط، فرآیندی است آگاهانه یا ناآگاهانه، خواسته یا ناخواسته که از طریق آن، احساسات و نظرات به شکل پیامهایی کلامی و غیرکلامی، بیان، ارسال، دریافت و ادراک می‌شوند.

اجزای فرایند ارتباط:

در منابع مختلف اجزای متفاوتی را ذکر نموده اند که در جدیدترین منابع از این اجزاء تشکیل شده است:

برقرارکنندگان ارتباط، پیام، رسانه، کانال، سر و صدا، فیدبک و بافت.

۱- برقرار کنندگان ارتباط:

ارتباط برقرارکنندگان به طور هم زمان هم فرستنده پیام هستند و هم گیرنده آن، زیرا شخص(الف) در حین صحبت کردن اثرات گفتارش را نیز بازبینی می‌کند و در همان حال از شخص(ب) اطلاعاتی می‌گیرد. شخص(ب) نیز در حین گوش دادن به شخص(الف) واکنش نشان می‌دهد، حتی اگر این واکنش بی‌اعتنایی باشد.

۲- پیام:

محصول واقعی ارتباط بوده که ممکن است یک صحبت، مصاحبه، مکالمه تلفنی، چارت، گفتگو، ژست‌ها و رفتارها و ... باشد. پ پیام همیشه نمی‌تواند حاصل معنایی باشد که گیرنده خواهان آن است و یا آنچه فرستنده قصد دارد ارسال نماید. پیام ممکن است تحت تأثیر اطلاعات قبلی شخص و تجارب گذشته و احساسات و یا سطوح اجتماعی و فرهنگی باشد.

۳- رسانه:

منظور ما از رسانه شیوه خاص انتقال پیام است. رسانه نظامی از نمادها یا رموزها است که می‌تواند مثلاً به شکل مرس، تلگراف ساحلی و یا زبان انگلیسی باشد. جمع این کلمه یعنی "رسانه‌ها" معنای نسبتاً خاص دارد و تلویزیون، رادیو و مطبوعات و ... را به ذهن متبادر میکند.

۴- کانال :

همان چیزی است که ارتباط برقرار کنندگان را به هم پیوند داده و رسانه را در خود جای می دهد. یک واسطه برای انتقال پیام بوده که ممکن است هر کدام از حواس برقرارکنندگان ارتباط را تحت تاثیر قرار دهد.

۵- سرو صدا :

منظور هر نوع مزاحمت صوتی است که در عمل ارتباط خلل ایجاد می کند و پیام را طوری تحریف میکند که دیگر معنای خودش را نرساند . منشأ آن می تواند منبع، کانال، گیرنده و یا بافت تعامل باشد. گاهی از اینگونه سر و صداهای مزاحم به عنوان پارازیت یاد می شود که به دو نوع تقسیم میگردد.

الف) پارازیت های فیزیکی :

همانگونه که از نامشان پیداست مانع از انتقال فیزیکی پیام می شوند، نظیر سروصدا، گرما و سرمای بیش از حد، نور بسیار و یا نور بسیار کم.

ب) پارازیت های استنباطی :

زمانی رخ می دهند که سوء تدبیر در مورد پیام پیش بیاید ولو اینکه پیام همانگونه که فرستاده شده دریافت شده باشد، نظیر زمانی که فرستنده پیام از کلماتی که درک آنها برای گیرنده پیام مشکل است برای انتقال پیام استفاده کرده باشد و یا کلمات به کار گرفته شده برای فرستنده و گیرنده پیام معانی متفاوتی داشته باشند. پارازیت های استنباطی را میتوان با تعریف لغات و اصطلاحات ناآشنا و کاربرد لغات و اصطلاحات آشنا و مطابق با علایق و تواناییهای گیرندگان پیام، کاهش داد. پارازیت های استنباطی ممکن است به خاطر مشکل و یا پیچیده بودن محتوای پیام رخ دهند.

متخصصان ارتباطات، کاهش تاثیر پارازیت های فیزیکی را با استفاده از وسایل جلب توجه و تکرار مجدد مطالب و کاربرد مجدد مهارتها توصیه می کنند.

۶- باز خورد (فیدبک):

پیامی است که از طرف گیرنده به فرستنده اصلی برگردانده می شود. فیدبک یا بازخورد، مشخص می کند که تا چه حد معنی پیام فرستنده از طرف گیرنده درک شده است.

۷- بافت :

تمام ارتباطات در درون نوعی بافت روی می دهند و تأثیر شدیدی نیز از آن بافت می پذیرند. به عبارتی دیگر تعامل (ارتباط دو جانبه) در درون چارچوبهای به هم مرتبط روی می دهد. یکی از این بافتها می توان به موقعیت جغرافیایی و محیط اطراف اشاره کرد. مثالاً درون آسانسور به خاطر محدودیت محیط فیزیکی رفتارهایمان محدود می شود یا میتوان به بافت زمانی اشاره نمود: مثلاً در پایان یک شیفت کاری صبح و عصر نسبت به یک شیفت کاری صبح، ممکن است میزان توجه و دقت کمتر شود. پس بافت بر ارتباط تأثیر می گذارد اما در عین حال تعامل کنندگان نیز با ارتباط خود تا حدودی بر بافت تأثیر می گذارند.

سطوح ارتباط

ارتباط دارای سه سطح مختلف با کاربردهای مهم است. این سه سطح شامل ارتباط درونی، ارتباط بین فردی و ارتباط عمومی می باشد.

۱- ارتباط درونی :

با اسامی نظیر "سخن با خود"، "کلام درونی"، "راهنمای درونی"، "تفکر درونی" و گفتگوی درونی نامیده می شود. مردم از طریق تفکرات درونی با خودشان حرف می زنند و این تفکرات بر ادراک و احساسات و رفتار و مفاهیم درونی تأثیر مهمی می گذارد.

۲- ارتباط بین فردی :

ارتباطی که بین دو نفر یا در یک گروه کوچک واقع می شود که به رفتارهای کلامی و غیر کلامی درون یک اجتماع مربوط بوده و شامل تمام نشانه های مورد استفاده برای دریافت و ارسال معنی است.

۳- ارتباط عمومی :

ارتباط یک فرد با گروه های بزرگ است. ارتباط عمومی به تطبیقات ویژه ای چون تطبیق نوع نگاه و اشاره های سر و دست و تغییر تن صدا و استفاده از ابزارهای رسانه ای برای انتقال موثر پیامها نیازمند است. نتایج مطلوب ارتباط عمومی عبارتند از افزایش آگاهی عمومی نسبت به موضوعات بهداشتی و درمانی و سایر موارد می باشد.

ارتباط موثر در محیط کار چیست؟

ارتباط در محیط کار، تبادل نظر و افکار و هر نوع ارتباطی است که در محیط کاری و در مورد کار انجام می‌شود؛ اما ارتباط موثر در محیط کار چیزی فراتر از آن و زمانی است که تبادل اطلاعات و ایده‌ها، به نحوی کارآمد و موثر انجام شوند و گیرنده هدف آن را درک کند؛ بنابراین، هم فرستنده و هم گیرنده پیام در این فرآیند راضی و ذی‌نفع هستند.

به‌طور واضح‌تر ارتباط موثر در محیط کار فقط انتقال اطلاعات به اعضای تیم نیست؛ بلکه توضیح آن به روشی است که آنها می‌فهمند؛ همچنین گیرنده پیام بر مفهوم معنای مکالمه تمرکز می‌کند و همین باعث می‌شود طرف مقابل (فرستنده)، احساس کند شنیده و درک می‌شود و توانسته اطلاعات را به‌درستی منتقل کند و ابهامی وجود ندارد.

وقتی که تبادل ایده‌ها و اطلاعات به‌طور کارآمد و موثر شکل بگیرد، باعث افزایش همکاری در انجام وظایف محول‌شده می‌شود و تیم‌ها بهتر می‌توانند گام‌های لازم را برای رسیدن به اهداف خود بردارند.

چندین روش مختلف برای انتقال و دریافت اطلاعات در محیط کار وجود دارد که رایج‌ترین اشکال آن عبارت‌اند از:

- ۱- ارتباطات کتبی مانند یادداشت‌ها، ایمیل‌ها و گزارش‌ها
- ۲- ارتباطات کلامی مانند مکالمه، مصاحبه، تماس
- ۳- ارتباطات غیرکلامی مانند لحن صدا، حالات چهره، زبان بدن
- ۴- ارتباطات بین فردی مانند جلسات بازخورد فردی، همکاری در وظایف متقابل
- ۵- ارتباطات گروهی مانند جلسات تیمی، تعیین وضعیت یا پیشرفت یک پروژه، و ...
- ۶- ارتباطات عمومی مانند ارائه، سخنرانی‌های عمومی در جلسات

مزایای ارتباط موثر در محیط کار

ارتباطات موثر مزایای متعددی را برای سازمان‌ها و کارمندان به‌طور یکسان ارائه می‌دهد. از جمله مزایای مطرح می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

۱- افزایش بهره‌وری تیم:

ارتباطات واضح سو تفاهم ها را از بین می برد و اطمینان حاصل می کند که وظایف به طور موثر تکمیل می شوند. وقتی کارکنان نقش ها و مسئولیت های خود را درک می کنند، می توانند به طور موثرتر به سمت اهداف مشترک حرکت کنند.

ارتباطات بهتر، به کارکنان کمک می کند تا نقش‌های خود را بهتر درک کرده و وظایف محوله را بهتر انجام دهند. همین امر منجر به صرفه‌جویی در منابع و زمان، کاهش استرس و در نهایت افزایش بهره‌وری می‌شود.

۲- بهبود روحیه تیمی:

ارتباطات باز و شفاف، باعث ایجاد یک محیط کاری مثبت می‌شود. کارمندان احساس ارزشمندی می‌کنند و به رضایت شغلی و روحیه بالاتر کمک می‌کند.

ارتباطات باز همکاری و نوآوری را در تیم ها تقویت می کند. وقتی اعضای تیم احساس راحتی می کنند که ایده ها را به اشتراک بگذارند و بازخورد ارایه دهند؛ در این زمان خلاقیت شکوفا شده و منجر به یافتن راه حل ها و نتایج بهتر می شود.

۳- کاهش و حل تعارضات:

ارتباطات موثر در محیط کار، کلید حل تعارضات است. در این نوع ارتباط، کارمندان می‌توانند با درایت و همدلی، مشکلات را به‌جای رها کردن، حل و فصل کنند.

ارتباط موثر برای حل تعارضات و رسیدگی به مسائل در محل کار ضروری است. با تشویق گفتگوی باز و گوش دادن فعال، تیم ها می توانند علل ریشه ای درگیری را شناسایی کنند و به سمت راه حل های سودمند متقابل حرکت کنند.

۴- نوآوری و خلاقیت:

در محیطی که ارتباط موثر در آن جریان دارد، از ایده‌ها استقبال می‌شود و اعضای تیم احساس راحتی بیشتری برای به اشتراک گذاشتن افکار خود و مشارکت در نوآوری و فرآیند خلاق دارند.

۵- ایجاد اعتماد و اعتبار:

اعتماد بستر هر تیم موفق است. در ارتباطات موثر همه با هم رفتاری صادقانه و شفاف دارند و همین امر ایجاد اعتماد و اعتبار کرده و پایه‌ای برای موفقیت بلندمدت می‌شود.

۶- افزایش مشارکت و رضایت کارکنان:

یکی از قدرتمندترین مزایای ارتباط موثر در محیط کار، داشتن کارکنان متعهدتر است که بیشتر درگیر کار خود هستند تا حواشی کار. زمانی که فرهنگ ارتباط خوب در یک تیم یا محیط کار ایجاد شود، افراد بهتر می‌توانند با اهداف شغلی و اهداف شرکت هماهنگ شوند و رضایت بیشتری هم دارند.

۷- کاهش ریزش کارمندان و وفاداری بیشتر:

هیچ سازمانی نمی‌خواهد هزینه‌های هنگفت استخدام و آموزش کارکنان خوب را با ترک سریع آنها هدر دهد. ارتباط موثر در محیط کار به‌عنوان یک عامل کلیدی در رضایت و مشارکت کارکنان، جایجایی کارکنان ماهر و کارکشته را کاهش داده و ارزش سازمان را افزایش می‌دهد.

۸- بهبود روابط با مشتری:

ارتباط موثر در محیط کار مستقیماً بر روابط با مشتری نیز تاثیر می‌گذارد. سازمان‌هایی که به‌خوبی با مشتریان خود ارتباط برقرار می‌کنند، علاوه بر ایجاد روابط محکم، آنها را حفظ می‌کنند.

ارتباط مثبت روابط را تقویت می‌کند و محیط کاری حمایتی را بهتری ایجاد می‌کند. وقتی کارکنان احساس ارزش و احترام می‌کنند به احتمال زیاد به‌طور موثر همکاری می‌کنند و به موفقیت سازمان کمک می‌کنند.

۹- بهبود برداشت عمومی:

شرکت‌هایی که از نظر ارتباط داخلی و مشتریان از شهرت خوبی برخوردار هستند، اغلب از نظر عمومی هم وجهه‌ای قوی و مثبت دارند. این امر به جذب استعدادها به شرکت کمک می‌کند و حتی می‌تواند علاقه سرمایه‌گذاران و بانک‌ها را برای سرمایه‌گذاری افزایش دهد.

راه‌های توسعه ارتباط موثر در محیط کار:

ارتباط موثر در محیط کار از فرد شروع می‌شود؛ اما همین‌جا متوقف نمی‌شود. فرهنگ کاری، فناوری و پروتکل‌ها همگی می‌توانند در تاثیرگذاری ارتباطات در محیط کار شما نقش داشته باشند.

چند راه برای توسعه برقراری ارتباطات موثر در محیط کار:

۱- قبل از هر ارتباطی، این ۴ سوال اساسی را از خود پرسید

اگر می‌خواهید مهارت‌های ارتباطی خود را بهبود ببخشید، با عادت کردن به این ۴ سوال برای هر ارتباطی که ایجاد می‌کنید، شروع کنید:

۱) چرا ارتباط برقرار می‌کنید؟ (هدف شما چیست؟)

۲) گیرنده یا مخاطب کیست؟ (چه کسی باید این را بشنود؟)

۳) شما می‌خواهید که گیرنده در نتیجه ارتباط، چه کاری انجام دهد؟

۴) چه فرمت یا نوعی از ارتباط به بهترین شکل، هدف شما را محقق می‌کند؟ (ارتباط از طریق ایمیل، پیام‌رسان، نرم‌افزار مدیریت پروژه، حضوری و ...)

ارتباط موثر در محیط کار به همان اندازه که با چه کسی صحبت می‌کنید، به آنچه می‌گویید نیز بستگی دارد. ارتباط ضعیف اغلب زمانی اتفاق می‌افتد که با افراد اشتباه صحبت می‌کنید یا اطلاعات را در محیطی اشتباه، به اشتراک می‌گذارید. مهم است که تشخیص دهید با توجه به هدف‌تان، برای ارتباط باید به سراغ چه شخصی و چه پلتفرمی بروید.

وقتی چیزی برای برقراری ارتباط دارید، اهمیت، فوریت و پیچیدگی آن را در نظر بگیرید و کانال مناسب را براساس آن انتخاب کنید.

مثلا اگر یک یادآوری ساده برای تیم دارید، یک پیام در گروه چت یا ایمیل گروهی می‌تواند موضوع شما را به آنها برساند یا اگر می‌خواهید با مدیرتان مسئله‌ای را مطرح کنید، باید ببینید که با توجه به شناختی که از او دارید، چه نوع ارتباطی مناسب‌تر است: ایمیل، رو در رو یا جلسات بازخورد.

در کل با این سوالات می‌توانید اشتباهات ارتباطی خود را به حداقل برسانید و ارتباطات‌تان را موثرتر ایجاد کنید.

۲- برای جلسات منظم یک به یک و تیمی، برنامه‌ریزی کنید

تیم‌های موفق از اعضای تیمی تشکیل شده‌اند که در تعاملات خود هدفمند هستند. تعاملات و جلسات یک به یک فضایی را ایجاد می‌کند که طرفین جلسه راحت و رو در رو بتوانند نیازها، بازخوردها، انتظارات و حتی نگرانی‌های خود را مطرح کنند. این جلسات که توسط سرپرستان و مدیران انجام می‌شوند، بسیار در ارتباطات موثر در محیط کار اثرگذارند.

از طرفی جلسات تیمی هم به نوبه خود همان کار را در سطح گسترده‌تری انجام می‌دهند و باعث می‌شوند اعضای تیم از دغدغه‌های هم آگاه شوند و فضای دوستانه‌تری را ایجاد کنند.

شاید ارسال یک ایمیل برای انتقال پیام راه آسان‌تری باشد، اما انجام این کار تضمین نمی‌کند که گیرنده به‌طور کامل آنچه را که در حال انتقال است می‌فهمد یا نه؛ بنابراین جلسات حضوری فرصتی برای شفاف‌سازی و تشویق کارمندان به برقراری ارتباط موثرتر با یکدیگر فراهم می‌کنند.

۳- بازخورد دوطرفه داشته باشید

بازخورد دادن و همین‌طور بازخورد گرفتن یکی از اصول برقراری ارتباط موثر در محیط کار است. در محل کار، بازخورد برای پیشرفت به سمت اهداف شرکت و کسب نتایج بهتر، مهم است. اشتباه رایجی که اغلب رهبران یا مدیران هنگام ارائه بازخورد مرتکب می‌شوند این است که آنها به کارمندان فرصتی برای ارائه نظرات و نگرانی‌های خود نمی‌دهند. همیشه از اعضای تیم خود در مورد رفتار و در کل سبک ارتباطی‌تان بازخورد بخواهید و نظرات آنها را به چشم تجربه و یادگیری نگاه کنید. حواستان باشد برای بازخورد دادن به دیگران، این کار را با تفکر انجام دهید و از بازخوردهایی در ملأعام یا به‌صورت هیجانی و نسنجیده خودداری کنید. بهتر است در ابتدا از کار آنها قدردانی کرده و سپس به نحوه بهبود رفتار یا عملی در آن فرد اشاره کنید تا بازخوردتان سازنده باشد. به آنها نیز اجازه دهید نظرات خود را در مورد شما به اشتراک بگذارند.

در کل تشویق به بازخورد دو طرفه، به تیم شما فرصتی برای ارزیابی خود می‌دهد و لازم است که برای افزایش ارتباطات تیمی و مربی‌گری اعضای تیم، بازخورد دقیق بدهید؛ همچنین می‌توانید از طریق سیستم مدیریت وظایف، یک رکورد کتبی از بازخوردها داشته باشید که می‌تواند به افزایش ارتباطات و بهره‌وری کلی تیم کمک کند.

۴- در صورت امکان رو در رو صحبت کنید

شاید امتحان‌شده‌ترین و واقعی‌ترین راه برای جلوگیری از ارتباط نادرست، صحبت رو در رو باشد. اگر تیم شما مجازی است، صحبت از طریق کنفرانس ویدیویی یا از طریق تماس تلفنی نیز خوب است. اگر می‌دانید که یک مکالمه سخت خواهد بود، ارتباط چهره‌به‌چهره بسیار مهم است. گاهی برقراری ارتباط در موضوعاتی خاص از طریق نوشتن، ممکن است دشوار و مبهم باشد؛ بنابراین صحبت رو در رو از آن جهت که حالات چهره و زبان بدن هم به‌خوبی در آن نمایان است، می‌تواند ایده‌آل‌تر باشد.

۵- به‌جای داستان‌ها، به حقایق پایبند باشید

(حقایق) چیزهایی هستند که واقعاً اتفاق افتاده‌اند و افراد به‌راحتی در مورد آنها توافق دارند. از سوی دیگر، «داستان» تفسیر شما از موقعیت است. همه ما داستان‌هایی را از واقعیت‌ها می‌سازیم و گاهی دوری از آنها اجتناب‌ناپذیر است؛ اما سعی کنید داستان‌ها را از واقعیت‌ها تشخیص دهید و تا زمانی که نتوانید آنها را تأیید کنید، از اقدام براساس داستان‌ها خودداری کنید.

مثلاً مدیرتان در یک جلسه تیمی کوچک، به شما بازخورد مستقیم می‌دهد. این یک واقعیت است؛ اما چون شما انتظار بازخورد را نداشته‌اید و فکر می‌کنید که فقط در جلسات یک به یک باید این

اتفاق صورت گیرد، احساس می‌کنید که مدیرتان بسیار از شما ناراضی است و می‌خواسته آن را در حضور بقیه علنی کند. این همان داستانی است که شما در ذهن‌تان شکل می‌دهید. شما هیچ راهی برای دانستن اینکه آیا این حقیقت دارد یا خیر، ندارید. فقط می‌توانید در جلسه یک به یک بعدی، این قضیه را با مدیرتان مطرح کنید و قصدش را بفهمید. پس تا آن زمان، رفتار عجولانه نداشته باشید.

۶- به تیم‌سازی و فعالیت‌های تیمی اهمیت دهید

تیم‌سازی واقعاً می‌تواند کارکنان شما را به گروه‌های منسجمی تبدیل کند که بهتر با هم ارتباط برقرار کنند و از کار با هم لذت ببرند.

با اینکه تیم‌سازی داخلی شرکت اهمیت بسیاری دارد؛ ولی علاوه بر آن هر از چند گاهی، برنامه‌ریزی برای بیرون رفتن از شرکت، چه برای جلسات کارکنان یا تمرینات تیم‌سازی، واقعاً می‌تواند تفاوت ایجاد کند و ارتباطات صمیمانه‌تری بین افراد شکل دهد. تغییر محیط می‌تواند ایده‌های جدیدی را ایجاد کند که ممکن است در حین خیره‌شدن به همان چهار دیوار شرکت به آنها نرسیده باشید.

فرصت‌هایی ساختاریافته ایجاد کنید تا از طریق فعالیت‌هایی مانند ناهار تیمی، بازی‌های گروهی یا هر فعالیت در فضای باز، با یکدیگر همکاری کنید؛ بنابراین به‌جای اینکه همیشه با تیم خود در یک اتاق جمع شوید، با برنامه‌ریزی هفتگی یا ماهانه، از چهارچوب‌های ذهنی و محیطی خارج شوید و ارتباطات‌تان را با هم گسترش دهید.

نکته ۱:

برای ایجاد تغییرات در فرهنگ کاری، لازم نیست در موقعیت رهبری باشید. خودتان با جستجوی این فرصت‌ها شروع کنید. پیشنهاد کنید ناهار را با همکاران خود صرف کنید یا به یک باشگاه کاری، ورزشی بپیوندید.

نکته ۲:

کارمندان دورکار را نیز درگیر کنید. اگرچه کار از راه دور به‌طور فزاینده‌ای رایج شده است، اما افراد هنوز به تعامل انسانی-شخصی نیاز دارند، حواستان به آنها باشد و در فعالیت‌های تیمی خارج از شرکت، آنها را هم دخیل کنید.

نکته ۳:

استفاده درست از زمان‌های استراحت هم می‌تواند روحیه تیم‌سازی را قوی نگه دارد و به همه فرصتی می‌دهد تا یکدیگر را بهتر بشناسند. استراحت به همراه نوشیدن قهوه، فرصتی ایده‌آل برای جلسات و گفتگوهای غیر رسمی است. این کار، ارتباط سالمی بین همکاران ایجاد کرده و تبادل نظر را ترویج می‌دهد.

۷- انتظارات خود را روشن و واضح بیان کنید

برای برقراری ارتباط موثر در محیط کار، سعی کنید از کلمات قابل فهم، در جهت هدفی که دارید استفاده کرده و از به‌کاربردن جملات ناقص و مبهم اجتناب کنید؛ همچنین هنگام برقراری ارتباط با تیم خود، برای انجام پروژه یا تسک، انتظاراتان را به روشنی تعیین کنید و اگر لازم است با مثال‌ها و نمونه‌هایی، وظایف را شفاف‌تر کرده و گروه‌هایی را که باید درگیر شوند، مشخص کنید. همیشه هم افراد را تشویق کنید تا برای به حداقل رساندن خطاها و به حداکثر رساندن بهره‌وری، سوال بپرسند.

۸- در روابط خود اعتدال و اختصار را رعایت کنید

چه درگیر ارتباط کلامی باشید و چه غیر کلامی، برای بیان یک ایده یا رساندن نظر خود، نیازی به نوشتن یک ایمیل یا سخنرانی طولانی نیست. زمان در هر کسب‌وکاری با ارزش است و وقت همکاران تان به اندازه شما ارزشمند. پس همیشه با درایت اینکه همکار شما در چه موقعیتی است و آیا زمان کافی دارد یا نه، ارتباطات خود را پیش ببرید. مختصر و دقیق باشید و فقط اطلاعات لازم را بگویید یا درج کنید. یک عبارت واضح و ساده پیدا کنید تا منظورتان را در بر بگیرد.

۹- از همکاران تان قدردانی کنید

نشان دادن قدردانی، روشی موثر برای مقابله با روحیه ضعیف کارکنان و ایجاد احساس اهمیت در اعضای تیم و ارتقای ارتباطات موثر در محیط کار است. از همکاران خود برای به پایان رساندن یک پروژه یا به‌کارگیری ایده‌های خلاقانه در روند کار و حتی انجام کارهای کوچک، قدردانی کنید.

۱۰- روابط چالشی با همکاران تان را بهبود ببخشید

همه ما ممکن است در محیط کار، با یکی از همکاران مان به مشکل برخوریم یا اختلاف نظر شدیدی با هم داشته باشیم. برای پیشرفت شغلی و درگیری کمتر، لازم است که ارتباطات موثری را با این فرد ایجاد کنید و سعی در حل مشکل داشته باشید. اگر سوءتفاهمی رخ داده این مسئله می‌تواند به سادگی حل شود و اگر فکر می‌کنید که با برداشتن قدم اول و رفتن به سمت این فرد، رابطه چالشی برانگیز شما تبدیل به یک رابطه موثر می‌شود، بهتر است این کار را انجام دهید. با تمرکز بر نکات

مثبتی که بین همکاری شما برقرار است، سعی کنید روابط خدشه‌دار خود را در محیط کار به روابطی موثر تبدیل کنید.

اگر می‌خواهید مهارت‌های ارتباطی خود را به‌صورت فردی تقویت کنید، باید این چند نکته را در هنگام تعامل با همکاران در محیط کار، در نظر داشته باشید:

۱. روی مهارت‌های ارتباطی فردی کار کنید

مهارت‌های ارتباطی فردی، هم برای زندگی حرفه‌ای-شغلی و هم برای زندگی شخصی شما مفید خواهند بود و شما هر روز در زندگی خود به آنها نیاز خواهید داشت. مثلاً مهارت‌های مرتبط با هوش هیجانی یا توانایی درک احساسات خود و دیگران، تقویت عزت‌نفس و اعتمادبه‌نفس بالا می‌توانند به شما کمک کنند نسبت به خودتان و توانایی‌هایتان مثبت باشید و همین در ارتباطات شما هم اثربخش خواهد بود.

۲. به نشانه‌های غیر کلامی مثل زبان بدن و لحن توجه کنید

ارتباط فقط به این نیست که شما چه می‌گویید، بلکه به نحوه بیان آن نیز بستگی دارد. لحن و زبان بدن می‌توانند چیزهای زیادی را بیان کنند که کلمات نمی‌توانند. در ارتباطاتی که مبتنی بر متن هستند، تشخیص لحن کمی دشوارتر است تا ارتباطات مکالمه‌ای؛ بنابراین انتقال درست لحن، مهارتی است که باید یاد بگیرید.

هنگام برقراری ارتباط و هنگام گوش دادن مراقب زبان بدن خود باشید. برای مثال شانه‌های باز و آرام و خم شدن به جلو نشان می‌دهد که درگیر هستید و واقعاً گوش می‌دهید؛ درحالی‌که بازوهای جمع شده و تکیه دادن به عقب، باعث می‌شود اینطور به نظر برسید که برای شنیدن ایده‌ها و ادامه گفتگو مشتاق نیستید.

اغلب اوقات، زبان بدن شما ممکن است هیچ ارتباطی با وضعیت فعلی‌تان نداشته باشد. شاید در مورد چیزی در زندگی شخصی خود خسته یا استرس داشته باشید؛ اما اعضای تیم شما تصور کنند که از چیزی عصبانی یا ناراحت هستید؛ بنابراین سعی کنید زبان بدن و حالات چهره خود را متناسب با وضعیت کنید تا از هرگونه قضاوت ناخواسته جلوگیری شود.

موارد ذیل نمونه‌هایی از زبان بدن می‌باشد:

۱- بازوهای ضربدری یا جمع شده: حالت دفاعی

۲- دست‌ها پشت بدن: اعتمادبه‌نفس

۳- اصلاح لباس، لوازم جانبی، ساعت: عصبی بودن

۴-مشتهای گره کرده: عصبانیت یا اضطراب

۵-فشار دادن دست‌ها: تسکین دادن خود

۳. گوش دادن فعال را تمرین کنید

گوش دادن برای برقراری ارتباط موثر در محیط کار، به اندازه صحبت کردن اهمیت دارد. گوش دادن فعال، یعنی تمرکز بر اینکه بفهمید طرف مقابل در مورد چه چیزی صحبت می‌کند و چه منظوری دارد. گوش دادن غیر فعال وقتی است که به جای آنچه که طرف مقابل می‌گوید، روی چیزی که قرار است شما بگویید، تمرکز می‌کنید. با این نوع گوش دادن، ممکن است اطلاعات کلیدی صحبت‌های طرف مقابل را از دست بدهید.

گوش دادن به ایده‌های دیگران، به جای اینکه فقط سعی کنید ایده‌های خود را مطرح کنید، یک مهارت کلیدی در ارتباط موثر است. بدترین ارتباط به این دلیل اتفاق می‌افتد که افراد به درستی گوش نمی‌دهند و به جای آنچه که واقعاً گفته شده، به دنبال آنچه فکر می‌کنند گفته شده، می‌روند.

بنابراین سعی‌تان بر این باشد که برای درک یک موضوع گوش کنید؛ یعنی به حرف‌های طرف مقابل گوش دهید بدون اینکه فکر کنید چگونه می‌خواهید پاسخ دهید. اگر به چیزی فکر می‌کنید که می‌خواهید بگویید، به جای به خاطر سپاری، آن را یادداشت کنید تا بتوانید به گوش دادن برای فهمیدن بازگردید.

برای گوش دادن فعال باید:

۱-تماس چشمی را با گوینده حفظ کنید؛

۲-هر آنچه به ذهن‌تان می‌رسد را در حین صحبت کردن یادداشت کنید؛

۳-با نشان دادن زبان بدن مرتبط، به طرف مقابل پاسخ دهید تا نشان دهید فعالانه گوش می‌دهید و تمرکز خود را به صورت بصری منتقل کنید.

۴-سوال‌های مناسب و به‌جا بپرسید.

۵-این موانع را برطرف کنید تا بتوانید بهتر گوش کنید.

۴. همدلی داشته باشید

پس از گوش دادن، مهمترین کاری که هر کسی می‌تواند انجام دهد این است که دیگران را درک کند و با آنها همدردی کند. اگر بتوانید خود را به جای دیگران بگذارید، می‌توانید احساس آنها را درک

کنید و بیشتر به آنها کمک کنید، ناامیدی‌ها و نقاط دردشان را بفهمید و ارتباط موثرتری برقرار کنید.

۵. صادق و روراست باشید

به منظور ایجاد مهارت‌های برقراری ارتباط موثر در محیط کار و همکاری تیمی قوی، باید ارتباطات باز و صادقانه را تمرین کنید. این لزوماً به این معنی نیست که همیشه در مورد همه چیزها توافق کنید؛ بلکه دانستن اینکه چگونه مخالفت کنید و از طریق آن تفاوت‌ها باز هم رفتار درستی داشته باشید و کارتان را انجام دهید، بخش کلیدی این فرآیند است.

در کنار آن، صادق بودن یک امر ضروری است. اعتماد در هر شرایطی بسیار مهم است و زمانی که افراد در یک تیم کار می‌کنند، باید بدانند که می‌توانند برای انجام آنچه می‌خواهند به یکدیگر تکیه کنند و در مورد آن صادق باشند.

۶. مطمئن، متقاعدکننده و صبور باشید

بین توانایی برقراری ارتباط و برقراری ارتباط موثر تفاوت وجود دارد. در کنار نکات فوق، داشتن کمی صبر می‌تواند به شما کمک کند تا با آرامش احساسات خود را بیان کنید؛ حتی زمانی که ناامید و آزرده خاطر هستید.

اعتماد به نفس و متقاعدسازی هم می‌توانند به شما کمک کنند تا اطلاعات خود را به‌طور موثرتر منتقل کنید. اعتماد به نفس یعنی مراقب زبان بدن خود باشید و این احساس خود ارزشمندی شما، باعث می‌شود به جای درماندگی احساس موثر بودن کنید.

۷. مثبت اندیش باشید

سعی کنید مثبت بمانید. مهم نیست در چه حالتی هستید، مثبت‌اندیشی شما را از وارد شدن به یک مکالمه بد نجات می‌دهد. اتخاذ رویکرد مثبت، زندگی را برای شما و اطرافیان‌تان بسیار آسان‌تر و زیباتر می‌کند. اگر همیشه مثبت‌اندیش باشید، تمایل بیشتری دارید که تصور کنید کارها می‌توانند انجام شوند و مشکلات حل می‌شوند، نه اینکه خلافت را متصور شوید. در کل شما احساس بهتری دارید و در هر چیزی به دنبال نکات مثبت هستید و آن را پیدا می‌کنید.

۸. مودب بمانید

برای تقویت ارتباط موثر در محیط کار، باید ارتباطات محترمانه را تمرین کنید و در مواجهه با اختلاف‌نظرها، با دیدی مثبت ظاهر شوید. مودب بمانید و از کلمات توهین‌آمیز خودداری کنید؛

همچنین باید مراقب زبان بدن و حالات چهره خود باشید و از لحن مناسب استفاده کنید تا نشانه‌های ناخواسته از خود بروز ندهید.

۹. با توجه به بازخوردها، خودسازی کنید

بهبود مستمر فقط برای کسب‌وکار نیست. یادگیری مادام‌العمر در هر زمینه‌ای و از انتقادات و بازخوردها، برای شما خوب است، دیدگاه‌ها و ایده‌های جدیدی به شما می‌دهد و تجربه و دیدگاه شما را گسترش می‌دهد.

۱۰. در مورد روابط موثر تأمل کنید و به‌روز باشید

در مورد اینکه چه چیزی خوب پیش می‌رود و چه چیزی در ارتباطات روزمره شما خوب نیست، فکر کنید. شاید ارسال ایمیلی به مدیرتان موفقیت‌آمیز نبوده است. آیا می‌توانید علت سوءتعبیر را بفهمید و ببینید که دفعه بعد چه کاری را باید متفاوت انجام دهید؟ به‌طور مشابه، اگر مکالمه با یک همکار، نتایج مورد انتظار را به همراه نداشت، سعی کنید تحلیل کنید که آیا آنچه را که نیاز داشتید، به‌وضوح بیان کرده‌اید یا خیر و آیا تمام موارد برای ارتباط موثر را رعایت کرده‌اید یا نه؟

این تحلیل‌ها به شما بینش‌هایی می‌دهند که هر بار روابط خود را بهبود دهید، فراموش نکنید که داشتن روابط موثر اکتسابی است و شما باید مدام در این زمینه خود را به‌روز نگه دارید، مطالعه کنید و فقط به دانسته‌های قبلی متکی نباشید.

اصول برقراری ارتباط موثر در محیط کار

عوامل بسیار مهمی در برقراری و ایجاد یک ارتباط موثر در محیط کار و زندگی دخیل هستند. از جمله مهم‌ترین انواع مهارت ارتباط موثر می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱- لبخند زدن

انسان‌ها به‌صورت ذاتی و غریزی آدم‌های خوش‌رو را دوست دارند و از آدم‌های اخمو و ترش‌رو بیزارند. یک لبخند در آغاز یک ارتباط می‌تواند شما را آدمی خوش‌رو و خوشایندی نزد طرف مقابل نشان دهد و واکنش مثبت از طرف مقابل را به همراه داشته باشد. وقتی ما در ابتدای ارتباطات لبخند می‌زنیم ناخودآگاه طرف مقابل هم لبخند می‌زند و آن سنگینی و سردی ابتدای ارتباط از بین می‌رود.

۲- شروع کننده ارتباط باشید.

تعداد زیادی از افراد یا درون‌گرا هستند و یا به اندازه کافی دارای مهارت ارتباط مؤثر نیستند. بنابراین هیچ موقع منتظر نمانید که دیگران برای برقراری ارتباط مؤثر پیش‌قدم شوند. بلکه شما پیش‌قدم

شوید و در آنها تأثیر بگذارید. برای شروع می‌توانید یک مکالمه امن بدون هیچگونه تهدیدی را آغاز کنید. آیا می‌دانستید که مغز ما به تهدیدهای اجتماعی/عاطفی به همان شیوه ای پاسخ می‌دهد که به تهدید فیزیکی پاسخ می‌دهد؟ بنابراین سعی کنید امنیت را در آغاز برقراری ارتباط تأمین کنید.

شاید دغدغه ذهن شما این باشد که چگونه شروع کننده باشید و سر صحبت را باز کنید؟

برای شروع یک ارتباط و مکالمه می‌توانید با پرسیدن یک سؤال، نظر و یا واقعیت، در مورد شخص مقابل، خودتان و یا موقعیت مشترک، شروع کننده مکالمه باشید و سر صحبت را باز کنید.

به‌طور مثال: فرض کنید در یک همایش حضور دارید و می‌خواهید با کنار دستی خود ارتباط برقرار کنید. الان هر دو در یک موقعیت مشترک قرار دارید. می‌توانید از او سؤال کنید “چی شد که شما در این همایش شرکت کردید؟”

حال فرد مقابل شروع به جواب دادن به این پرسش و بیان نظراتش می‌کند و ارتباط کم‌کم شکل می‌گیرد.

۳- از طرف مقابل تعریف و تمجید کنید

انسان‌ها عاشق خود برتری و تعریف و تمجید هستند. وقتی که از دیگران تعریف و تمجید می‌کنیم، ناخودآگاه از نظر فرد مقابل ما انسانی خون‌گرم، دوست‌داشتنی و مهربان هستیم و به راحتی می‌توانیم در قلب آنها نفوذ کنیم. تعریف و تمجید باید صادقانه باشد. نکته بسیار مهم در تعریف و تمجید اینست که، باید طوری تعریف و تمجید کنیم که تبدیل به چاپلوسی و تملق نگردد.

اگر هنگام تعریف و تمجید یک دلیل دقیق و واضح برای آن بیان کنیم، تعریف و تمجید تبدیل به چاپلوسی و تملق نمی‌گردد.

به طور کلی برای تعریف و تمجید می‌توانیم از قالب زیر استفاده کنیم:

(۱) استفاده از نام شخص

(۲) بیان تعریف

(۳) بیان دلیل تعریف (هرچه دقیق‌تر باشد بهتر)

مثال:

خانم دهقان شما منشی فوق‌العاده‌ای هستید چون همه کارها را بانظم و به‌موقع انجام می‌دهید.

سعید امروز خیلی خوش‌تیپ تر شدی چون تی‌شرت قرمزی که پوشیدی خیلی بهت میاد.

۴- برقراری ارتباط چشمی

یکی از انواع مهارت ارتباط موثر توانایی برقراری ارتباط چشمی است. ارتباط چشمی یعنی نگاه کردن به چشم و صورت طرف مقابل. هنگامی که ارتباط چشمی برقرار می‌کنیم به طرف مقابل با زبان بی‌زبانی القا می‌کنیم که توجه ما به سمت اوست و می‌خواهیم با او ارتباط برقرار کنیم. مدت زمان برقراری ارتباط چشمی بستگی به طرف مقابل دارد. هنگامی که یک آقا با خانم ارتباط چشمی برقرار می‌کند نباید مدت زمان آن زیاد باشد زیرا منجر به زل زدن و برداشت نادرست طرف مقابل می‌گردد.

برای اینکه ارتباط چشمی بسیار خوبی داشته باشیم بهتر است لحظاتی به چشم راست، لحظاتی به چشم چپ و لحظاتی به صورت وی نگاه کنیم و از خیره نگاه کردن بپرهیزیم.

۵- گوش دادن فعال

گوش دادن فعال شامل تعامل کامل با سخنران و نشان دادن همدلی و درک است. با تمرکز بر کلمات، لحن و زبان بدن سخنران افراد می‌توانند پیام‌ها را دقیق‌تر درک کنند و به درستی پاسخ دهند.

انسان‌ها دوست دارند بیشتر با افرادی ارتباط برقرار کنند که، شنوای صحبت و درد دل‌هایشان باشند و با دقت و توجه به حرف آنها گوش دهند. بنابراین ما با خوب گوش دادن می‌توانیم آنها را تحت تأثیر خود قرار دهیم. گوش دادن فعال با شنیدن فرق دارد. در گوش دادن فعال با دقت و توجه کامل به حرف طرف مقابل گوش می‌دهیم و نسبت به آن عکس‌العملی نشان می‌دهیم. ولی در شنیدن، ما فقط حرف طرف مقابل را می‌شنویم در حالی که شاید حواس و فکر ما جای دیگری باشد. یعنی فقط جسم ما آنجاست ولی ذهن ما جای دیگریست.

برای بهبود انواع مهارت ارتباط موثر، اهداف شخصی خود را تعیین کنید تا کارهایی را که می‌خواهید گام به گام انجام دهید را بخاطر بسپارید. ممکن است مفید باشد تا با همکاران، مدیران یا مربیان مورد اعتماد خود مشورت کرده تا مشخص کنید که ابتدا روی کدام حوزه‌ها باید تمرکز داشته باشید.

هنگام گوش دادن فعال، باید ۴ نکته زیر را در نظر بگیریم:

(۱) با فرد مقابل ارتباط چشمی برقرار کنیم:

با ارتباط چشمی و نگاه کردن به صورت طرف مقابل می‌توانیم به او بفهمانیم که حواس ما کاملاً به او هست.

(۲) به سمت طرف مقابل متمایل شوید:

با خم و متمایل شدن به سمت طرف مقابل چه در حالت نشسته و چه در حالت ایستاده نشان دهید به او علاقه‌مند هستید و از صحبت و ارتباط برقرار کردن با او خوشحال و خرسندید.

۳) سرخود را تکان دهید:

در هنگام گوش دادن فعال باید به طرف مقابل حرکت و بازخوردی نشان دهیم که متوجه حرف او شده‌ایم و حتی حرف‌های او را تأیید می‌کنیم که این کار را می‌توان با تکان دادن سر انجام داد. بنابراین هنگام صحبت افراد هر از گاهی سرخود را به منظور تأیید و توجه حرف طرف مقابل تکان دهید.

۴) سؤال پرسیدن:

یکی دیگر از ابزارهای گوش دادن فعال و بکارگیری مهارت ارتباط موثر و تشویق فرد مقابل به بیشتر صحبت کردن، پرسیدن سؤال‌های به‌جا و مناسب می‌باشد. با این کار هم می‌توانید بیشتر نسبت به فرد مقابل و طرز فکرش شناخت پیدا کنید و هم رابطه‌ای قوی و مؤثرتری برقرار کنید. سوالات مناسب چه سوالاتی هستند؟ در واقع هیچ نوع سوالی ذاتاً خوب یا بد نیست، همه سوالات می‌توانند در زمان مناسب خود، سوال خوبی محسوب شوند و در شرایط دیگر چندان مناسب نباشند. بنابراین سعی کنید سوالات خود را با توجه به نیاز و شرایط منطبق کنید.

به‌طور مثال می‌توانید بپرسید:

منظورتان اینست که.....

آیا درست متوجه شدم.....

یا می‌توانید بگویید که: میشه بیشتر در این مورد توضیح بدهید.

۶- مشتاق و پرانرژی باشید.

انسان‌ها عاشق افراد شاد، پرانرژی و مثبت هستند و از افراد ناامید و منفی خوششان نمی‌آید. بنابراین اگر می‌خواهید افراد شیفته شما باشند و در آنها تأثیر بگذارید همواره شاد و پرانرژی باشید و از به‌کار بردن کلمات و عبارات منفی بپرهیزید.

هرقدر در بکارگیری مهارت ارتباط مؤثر توانمندتر باشید به همان اندازه موفق‌تر می‌شوید. ما می‌توانیم دانش بسیاری به‌دست آوریم اما تا زمانی که نتوانیم با دیگران ارتباط برقرار کنیم چنین دانشی بی‌فایده است بنابراین با رعایت و اجرای نکات بیان‌شده در این مقاله مهارت‌های ارتباطی و برقراری ارتباط مؤثر را در خودتان تقویت کنید و از آن لذت ببرید.

۷- بین بخش های کلامی و غیر کلامی پیام خود هماهنگی ایجاد کنید.

یکی از راه های بکارگیری مهارت ارتباط موثر هماهنگی بین بخش های کلامی و غیر کلامی است. در واقع باید سعی کنید آنچه را که احساسات می کنید در کلام و زبان بدن خود نشان دهید. وقتی با ناهماهنگی بین بخش کلامی و غیر کلامی پیام مواجه می شویم، معمولاً تمایل داریم که بخش غیر کلامی را به عنوان پیام واقعی باور کنیم. بنابراین، برای بکارگیری مهارت ارتباط مؤثر باید منظور خود و آنچه را که می خواهید بگویید، بیان کنید و سعی نکنید احساسات شدید را پنهان کنید زیرا به هر طریقی این احساسات خود را نشان می دهد.

۸- شفافیت و خلاصه بودن

ارتباطات واضح و مختصر خطر سوء تفاهم را کاهش می دهد و اطمینان حاصل می کند که پیام ها به طور موثر منتقل شوند. استفاده از زبان ساده، اجتناب از اصطلاحات و سازماندهی منطقی اطلاعات می تواند وضوح ارتباطات را افزایش دهد.

۹- همدلی و درک

همدلی شامل قرار دادن خود در جای شخص دیگر و درک دیدگاه او است. با همدلی با احساسات و تجربیات همکاران، افراد می توانند روابط قوی تری ایجاد کنند و به طور موثرتری ارتباط برقرار کنند.

۱۰- مکانیسم های بازخورد

ایجاد مکانیسم های بازخورد به افراد اجازه می دهد تا در مهارت های ارتباطی خود ورودی دریافت کنند و بهبودهای لازم را انجام دهند. جستجوی بازخورد می تواند به شناسایی زمینه های بهبود و تسهیل رشد کمک کند.

اما چه چیزهایی به ما اجازه نمی دهند که در محیط کار بتوانیم به راحتی روابط موثری را برقرار کنیم؟

موانع ارتباطات موثر در محیط کار

اختلال ارتباطات می تواند بر بهره‌وری در محیط کار، جابجایی کارکنان و روابط حرفه‌ای در تیم‌ها تأثیر بگذارد. کارمندان ارتباط ضعیف را به عنوان دلیلی که نمی‌توانند پروژه‌ها را به موقع به پایان برسانند، ذکر می‌کنند؛ همچنین ارتباطات نادرست برای کسب و کارها هزینه دارد.

بنابراین شناسایی موانع ارتباط موثر در محیط کار، اولین گام برای حل آنهاست. در ادامه به بررسی مهمترین آنها می‌پردازیم:

۱. موانع زبانی

موانع زبانی شامل ارتباطات نادرست مربوط به تفاوت‌های زبانی یا مشکلات ترجمه است. تفاوت در مهارت زبان می‌تواند مانع ارتباط شود، به ویژه در محل‌های کار چند فرهنگی.

ممکن است این موضوع به ویژه در محیط‌های کاری چند زبانه یکی از مشکلات اصلی برقراری ارتباط موثر بین کارکنان باشد. حتی در یک زبان، تفاوت در املا، لهجه و گویش ممکن است مانعی برای برقراری ارتباط مؤثر در محیط کار باشد و منجر به سوء تفاهم و سایر پیامدهای ناخواسته شود. به همین ترتیب، افراد در یک سازمان ممکن است با تفاوت در واژگان دست‌وپنجه نرم کنند، از آنجایی که کارفرمایان افرادی را با پیشینه‌های جغرافیایی و فرهنگی مختلف استخدام می‌کنند، محیط کار متنوع‌تر می‌شود و ارتباطات مؤثر برای رفع هرگونه سوء تفاهم ضروری می‌شود.

راه حل:

اعضای تیم را تشویق کنید که از زبان واضح و بدون لهجه‌ای خاص استفاده کرده و از زبان تمثیلی، اصطلاحات تخصصی و عامیانه اجتناب کنند؛

نکات مهم در اسناد و ارائه‌های مهم را با عناصر بصری به تصویر بکشید؛

آموزش و منابع آموزشی کافی را در مورد اصطلاحات خاص صنعت و اصطلاحات برند ارائه دهید؛

آموزش دوره‌های زبان را برای کارکنان اجرا کنید.

۲. موانع فرهنگی

موانع فرهنگی برای برقراری ارتباط موثر در محیط کار، از تفاوت در هنجارها و ارزش‌های اجتماعی ناشی می‌شود. تفاوت‌های فرهنگی می‌تواند بر سبک‌های ارتباطی، هنجارها و ترجیحات تاثیر بگذارد. بدون آگاهی فرهنگی، ممکن است سوء تفاهم‌هایی رخ دهد که منجر به تنش یا درگیری بین اعضای تیم شود.

فرهنگ‌های مختلف روش خاص خود را برای انتقال پیام دارند. علاوه بر زبان، مردم با استفاده از حرکات و نمادها پیام‌هایی را منتقل می‌کنند که ممکن است خیلی عام نباشد. هنگامی که این حرکات و نمادها بخشی از ارتباط هستند، گیرندگان با منشاها، مختلف، ممکن است همیشه نتوانند پیام را رمزگشایی کنند. به همین ترتیب، آنها ممکن است بازخورد معنی‌داری را به فرستنده ارائه نکنند که می‌تواند بر ارتباط موثر در محیط کار تاثیر بیشتری بگذارد. یک فرهنگ ممکن است تماس چشمی قوی را نشانه پر خاشگری و بی‌احترامی بداند، در حالی که فرهنگ دیگری ارتباط چشمی مداوم

را نشانه علاقه و مشارکت در یک گفتگو می‌داند. معانی مختلف این رفتارها در صورت عدم شناسایی، می‌تواند باعث ایجاد تعارض در بین همکاران شود.

راه حل :

ارزش‌های برندتان، چرایی اهمیت آن‌ها و اینکه چگونه کارمندان می‌توانند آن ارزش‌ها را به نمایش بگذارند، روشن و واضح کنید. با ایجاد فرهنگی که بر مجموعه‌ای از ارزش‌های مشترک تأکید دارد، حس تعلق را تقویت کرده و موانع فرهنگی را از بین ببرید؛

یک راهنمای سبک برند ایجاد کنید و به اشتراک بگذارید که شامل قوانین و انتظارات، پیرامون ارتباطات داخلی و آداب معاشرت باشد.

۳. موانع فیزیکی

هر شیء فیزیکی یا صدایی که مانع از برقراری ارتباط مؤثر شود، یک مانع فیزیکی است. موانع فیزیکی همچنین تأثیر فاصله بین فرستنده و گیرنده پیام را در برمی‌گیرد. محیط کار مدرن منجر به توزیع کارکنان در مناطق مختلف جغرافیایی می‌شود و ارتباط رودررو را دشوار می‌کند. در این مواقع، موانع فیزیکی ممکن است مانع از توانایی فرد در تفسیر نشانه‌های غیرکلامی شود. در کل موانع فیزیکی برای برقراری ارتباط مؤثر، با محیط اطراف کار شما سروکار دارد.

از جمله موانع فیزیکی می‌توان به ماهیت کار از راه دور که می‌تواند تلاش‌های ارتباطی را تضعیف کند، درهای بسته که تعامل را کاهش می‌دهد، چیدمان دفتری که دید همکاران را مسدود می‌کند، دمای ناخوشایند، صدای زمینه، روشنایی ضعیف محیط و ... اشاره کرد.

راه حل :

در صنعت خود، از فناوری‌های به‌روز مخابراتی بهره ببرید؛

در صورت نیاز و شلوغی بیش از حد محیط کار، به کارمندان اجازه دهید از راه دور کار کنند؛

یک دفتر کار راحت و مشارکتی با حداقل نویز خارجی فراهم کنید؛

فضاهای اداری باز (**Open Office**) که در حال حاضر بسیار محبوب هستند، گزینه خوبی برای فرار از درهای بسته است و موانع ارتباطی بین همکاران را از بین می‌برد.

۴. موانع روانی

موانع روانی ناشی از ذهنیت‌های فردی یا نگرانی‌های مربوط به سلامت روان است.

اینها موانعی هستند که از احساسات فرستنده یا گیرنده سرچشمه می‌گیرند. ارتباط مؤثر معمولاً مستلزم تعادل بهینه احساسات و حقایق است. اگرچه در بیشتر محیط‌های کاری اختلاف‌نظر اجتناب‌ناپذیر است؛ اما گاهی اوقات این درگیری‌ها باعث می‌شود طرفین درگیر در ارتباطات، احساسات منفی را تجربه کنند و توانایی‌های تصمیم‌گیری آنها ممکن است تحت تاثیر قرار گیرد. این تعارضات می‌تواند بر کل تیم تاثیرگذار باشد.

فقدان اعتماد نیز یک مانع روانی رایج است که می‌تواند ارتباط را بسیار دشوار کند.

زمانی که کارمندان احساس می‌کنند شنیده نشده، حمایت نمی‌شوند، یا کمتر ارزش‌گذاری شده‌اند، در تلاش برای برتری خواهند بود. در این مواقع شاهد عدم بازخورد یا مشارکت کارکنان، غیبت کردن، یا عدم همکاری بین اعضای تیم خواهیم بود.

راه‌حل:

آموزش و منابعی را در مورد درک انواع سبک‌های ارتباطی در حوزه کسب‌وکار ارائه دهید؛

آموزش‌های اجباری ضد آزار و اذیت در محیط کار اجرا کنید؛

با ارائه پیشنهادهایی برای تمرین‌ها و رویدادهای تیم‌سازی، اعتماد و همبستگی را بین کارمندان تقویت کنید؛

با ارائه کانال‌های متعدد برای بازخورد کارمندان، مانند نظرسنجی به‌صورت ناشناس و جلسات تیمی، ارتباط باز و صادقانه را ترویج دهید.

۵. موانع تکنولوژیکی

موانع تکنولوژیکی برای ارتباطات، زمانی پدیدار می‌شوند که افراد، ابزار یا آموزش مناسب برای برقراری ارتباط مؤثر در محیط کار را نداشته باشند.

تیم شما برای عملکرد مؤثر به این موارد نیاز دارد: سخت‌افزار به‌روز، ابزارهای ارتباطی مناسب تجاری، سیستم‌های مدیریت مربوط به انجام وظایف مثل تrello و آموزش نحوه استفاده مؤثر از این فناوری‌ها.

خرابی‌های مکرر فناوری (مانند خرابی رایانه یا اتصال ضعیف اینترنت)، شکایت در مورد پلت‌فرم‌های کند یا ضعیف و استفاده نادرست از فناوری که ریشه در عدم درک صحیح دارد، مشکلاتی هستند که اغلب در محیط‌های کاری با آن روبرو هستیم.

راه حل :

در صورت لزوم، فناوری را ارتقا دهید یا جایگزین کنید؛

آموزش و منابع لازم را برای آموزش کارکنان در مورد نحوه استفاده از فناوری‌های جدید ارتقا یافته یا پذیرفته شده ارائه دهید؛

از ابزارهای ارتباطی با قابلیت‌های بسیار استفاده کنید که به راحتی در ساختار و جریان کاری برند شما قرار می‌گیرند؛

قوانینی را در مورد چگونگی و زمان استفاده از کانال‌های ارتباطی خاص در راهنمای سبک برند خود ایجاد کنید.

۶. موانع سازمانی

موانع سازمانی برای ارتباطات ناشی از عدم درک ساختار کسب و کار شما و نقش‌های فردی در آن است.

یک ساختار سازمانی غیرسیستماتیک ممکن است منجر به ارتباطات ناکارآمد شود.

موانع سازمانی می‌توانند بر کسب و کارها در هر اندازه‌ای که باشند، تأثیر بگذارند و اغلب به این دلیل رخ می‌دهند که کارمندان از ساختار موجود بی‌اطلاع هستند یا به‌طور کامل آن را درک نمی‌کنند. کارمندان ممکن است ندانند چگونه اطلاعات را به اشتراک بگذارند یا درخواست کنند.

در همین حال، راه‌های ارتباطی ممکن است نیاز به سازمان‌دهی مجدد یا شفاف‌سازی داشته باشند. در این مواقع می‌بینیم که اعضای تیم مکرراً با افراد نامناسب ارتباط می‌گیرند تا اطلاعات یا بینش‌های خاصی را دریافت کنند و اطلاعات حیاتی در جایی در طول زنجیرهٔ مدیریتی گم شده است.

راه حل :

یک ساختار سازمانی واضح (شامل نقش‌ها و اطلاعات تماس) ایجاد کنید و اطمینان حاصل کنید که به‌طور گسترده و راحت در دسترس است و در جهت‌گیری‌های جدید به کار گرفته می‌شود؛

سریعاً هرگونه تغییر در ساختار را چه به‌صورت کتبی و چه حضوری بررسی کنید؛

به‌طور منظم ممیزی انجام دهید و ساختار را با تکامل سازمان خود بازنگری کنید.

موانع فردی در ارتباط موثر در محیط کار

۱. موانع نگرشی

تفاوت‌های شخصیتی نیز ممکن است مانع برقراری ارتباط موثر شود. برای مثال، افراد درون‌گرا ممکن است متفاوت از شخصیت‌های برون‌گرا ارتباط برقرار کنند که این قضیه می‌تواند بر تبادل موثر پیام‌ها بین آنها تاثیر بگذارد؛ همچنین، نشان دادن نگرش منفی نسبت به دیگران یا سایر اقدامات غیرمحترمانه ممکن است مانع انتقال اطلاعات شود.

راه‌حل:

برای کاهش موانع نگرشی، باید یادگیری بیشتر در مورد سایر افراد و روش‌های ارتباطی ترجیحی آنها انجام شود.

همچنین حفظ یک رابطه کاری محترمانه می‌تواند تبادل پیام‌ها را به‌طور موثر از منبع به گیرنده و بالعکس، ساده‌تر کند.

۲. موانع حواس‌پرتی، بی‌علاقگی و عدم تعهد

توانایی شما در تفکیک اطلاعات، به میزان فعال بودن شما در دریافت اطلاعات بستگی دارد. حواس‌پرت شدن توسط یک پیام متنی، درگیر شدن در یک مکالمه جانبی در حین ارائه یا پاسخ دادن به تماس در حین جلسه، توجه شما را پرت می‌کند و توانایی شما را در دریافت نشانه‌های غیرکلامی مختل کرده و احتمالاً باعث می‌شود اطلاعات ارزشمندی را از دست بدهید. این‌ها همه وجهه‌ای از بی‌علاقگی و عدم تعهد از فرد را به دیگران نشان می‌دهد.

راه‌حل:

سعی کنید در ارتباطات خود توجه و احترام نشان دهید، همان‌طور که دوست دارید با شما هم چنین رفتاری شود؛

تمام عوامل حواس‌پرتی را در مواقع مهم و حساس از خود دور کنید.

ارتباطات موثر در دور کاری

هر روزه بسیاری از شرکت‌ها به‌صورت هیبریدی (ترکیبی از حضور در محل کار و دور کاری) کار می‌کنند و برقراری ارتباط موثر در محیط کار شامل حال افراد دورکار را هم می‌شود. لازم است بدانید

که رهبران تیم و مدیران، نقش به‌سزایی در ایجاد ارتباطات موثر دارند و باید آن را در بین افراد تیم تقویت کنند.

در اینجا چند مورد برای بهبود ارتباطات از راه دور وجود دارد:

۱. شفاف‌سازی انتظارات

انتظارات را از قبل بیان کنید و در پایان ارتباط، آن را تکرار کنید. حتی بهتر این است که از طرف مقابل بخواهید درک خود را از انتظارات شما مجدداً بیان کند.

۲. درگیر جریان دو طرفه باشید

دور بودن می‌تواند کارمندان را به‌راحتی از جریان کار جدا کند؛ بنابراین در مورد نقش دادن به آنها در ارتباط، آگاهانه و خلاق باشید. سوال بپرسید، از ابزارهای نظرسنجی و رتبه‌بندی استفاده کنید و پاسخ بخواهید و در کل آنها را درگیر نگه دارید.

۳. جلسات رو در رو و تصویری داشته باشید

برای داشتن ارتباط موثر شغلی در محیط کار، فقط از طریق متن یا چت با افراد دورکار ارتباط برقرار نکنید؛ چون در متن لحن صدا و حالات چهره مشخص نیست و افراد ممکن است در بعضی موارد، دچار سوءتفاهم شوند. حتماً از تماس‌های ویدیو کنفرانسی مثل **Zoom** بهره ببرید و ارتباط بهتر برقرار کنید.

۴. هماهنگ باشید

ممکن است شما با افرادی کار کنید که در کشور دیگر هستند و با شما تفاوت زمانی دارند؛ بنابراین برای برگزاری جلسات تیمی یا ایونت‌های زنده حتماً این نکته را در نظر بگیرید و از قبل با آنها هماهنگی‌های لازم را به‌عمل آورید.

۵. یک فضای غیررسمی ایجاد کنید

فرقی نمی‌کند که افراد از محیط کار دور هستند، آنها هم باید از فضای دوستانه و کمی راحت‌تر برخوردار باشند و بتوانند صمیمیت بیشتری را تجربه کنند. حتماً با برنامه‌ریزی ویدیو کنفرانس‌های غیرکاری و روش‌های خلاقانهٔ دیگر، این فضا را برای آنها ایجاد کنید و به شکل دیگری تعاملات را پیش ببرید.

۶. ابزار ارتباط کار از راه دور

داشتن ابزارهای ارتباطی بیش از حد، به این معنی است که اطلاعات در مکان‌های زیادی به اشتراک گذاشته شوند و کلی از دیتاها در این بین ممکن است گم شده یا پراکنده شوند. افراد دورکار چون در جریان محیط کاری و اتفاقاتی که پیش می‌آید نیستند، بسیار در این فرآیند گیج شده و نمی‌توانند تصمیم‌گیری درستی برای انتقال اطلاعات داشته باشند؛ بنابراین حتی‌الامکان بهتر است از طریق یک برنامه مدیریت پروژه، به‌روزرسانی‌های وضعیت کار را به اشتراک بگذارید و کانال‌های ارتباطی را به حداقل برسانید. در این صورت انسجام و یکپارچگی بیشتری را بین اعضای تیم و حتی افراد دورکار ایجاد می‌کنید و بهره‌وری را افزایش می‌دهید.

اشکال ارتباط

در مهارت برقرار ارتباط دو نوع مهارت وجود دارد؛ مهارت کلامی و مهارت غیر کلامی:

الف) ارتباط کلامی:

ارتباط کلامی تبادل اطلاعات با استفاده از کلمات می‌باشد که شامل کلمات نوشتاری و گفتاری است.

مثالهای دیگر از ارتباط کلامی شامل: سخنرانی برای عموم، درج در مطبوعات و تهیه‌های علامتها و پوسترهاست.

در ارتباط کلامی اجزایی نقش دارند که هرکدام به نوبه خود بر ارتباط کلامی تاثیر می‌گذارند:

(۱) واژه‌ها :

مثال زبان کودک با بزرگسالان متفاوت است و یا در فرهنگهای مختلف معانی متفاوتی از کلمات استنباط می‌شود.

(۲) معنی صریح و ضمنی :

کلمه کد در پزشکی یک معنی را دارد و در مفهوم عام معنی دیگری دارد.

(۳) سرعت :

ارتباط کلامی زمانی موفق خواهد بود که با سرعت و آهنگ مناسب بیان شود.

(۴) فشار روی کلمات :

تن صدا تاثیر فراوانی بر معنی پیام دارد و احساسات نیز بر تن صدا موثر است.

(۵) وضوح و اختصار :

عباراتی نظیر " فهمیدی " یا " خوب " در پایان هر جمله باعث کاهش وضوح پیام می شود. جملات بایستی ساده باشد. گاهی هم برعکس بیان یک کلمه ساده نظیر " بله " به عنوان پاسخ کوتاه است.

(ب) ارتباط غیر کلامی:

بخش مهمی از تعامل انسانها شامل ارتباط غیر کلامی است که شامل لمس کردن، برخورد چشم(نگاه)، حالت صورت، حالت بدن، طرز راه رفتن، زبان بی زبانی(حرکتی به نشانه به منظور)، ظاهر عمومی، طرز لباس پوشیدن، صداها، سکوت به عبارت دیگر ارتباط غیر کلامی، شامل پاسخهای فیزیکی از قبیل حالت چهره، دستها، حرکات و تماس چشمی است که چه همراه با صحبت مورد استفاده قرار گیرند و چه نگیرند، معنی آنچه را که می گوئیم تحت تأثیر قرار می دهند. علائم زبانی غیر کلامی، احساسات و نگرشهای ما را نسبت به سایرین آشکار می سازند.گاهی به این روش، زبان بدن هم می گویند.

(۱) زبان بدن:

یک زبان باستانی است که در طی نسلهای مختلف به ما به ارث رسیده است و همه ما بصورت ناخودآگاه از آن استفاده می کنیم و یا تحت تاثیر آن قرار می گیریم. این زبان آموختنی نیست بلکه بیاد آوردنی است. توسط زبان بدن می توانیم پیام آرامش و اطمینان را به سوی دیگران ارسال کنیم . سرعت دریافت این پیام از طریق زبان بدن صدها برابر سرعت زبان های دیگر است.

حالت و حرکات بدن کد های این زبان محسوب میشوند. می توانیم با رمز گشایی و تسلط بر این زبان کاری کنیم تا بر ارتباط مسلط شویم.

در زیر به برخی از موارد زبان بدن اشاره شده است:

(۲) سر تکان دادن:

سر تکان دادن (بال و پایین):

کمک می کند دیگران آرامش بیابند و نشانگر توافق است.

سر تکان دادن (چپ و راست):

تکان دادن سر از یکسو به سوی دیگر دال به مخالفت و بی عاقلگی است.

۳) حرکات چانه (دست به چانه):

این علامت نشانگر آن است که توجه شنونده با دقت کامل و مشتاقانه به تک تک واژه‌هایی است که شما می‌گویید.

۴) مالش چانه:

این ژست اندکی متفاوت بوده و توسط حرکت انگشت اشاره بر سراسر پایین چانه انجام می‌گیرد و می‌تواند نشانگر آن باشد که شنونده حرف شما را باور ندارد.

۵) تکیه دادن چانه:

گذاشتن دست‌ها زیر چانه می‌گوید «من حوصله‌ام سر رفته» فرد ممکن است بخواهد خود را مشتاق جلوه دهد اما پیام واقعی آن چنین است «من نمی‌توانم روی سخن شما تمرکز کنم» مالش کردن تردید را در مورد موضوع گفته شده و یا شنیده شده آشکار می‌سازد. این ژست معمولاً توسط انگشت اشاره روی کنار گردن درست زیر گوش پدید می‌آید.

۶) خمیازه کشیدن:

خواب‌آلودگی تنها علت خمیازه نیست بلکه «خمیازه اجتماعی» نیز وجود دارد. خمیازه‌ای که در یک موقعیت استرس‌زای خفیف پدید می‌آید، هنگامی که مردد هستید چه کاری می‌خواهید انجام دهید، خمیازه‌روشی است برای خریدن زمان.

۷) کج کردن سر روی شانه:

کج کردن سر به سمت راست یا چپ نشان‌دهنده دوستی و علاقه مندی برای برقراری ارتباط است. این کار همچنین برای بیان شرمندگی، خجالت و گاه برای کوتاه آمدن در برابر رئیس به کار می‌رود و بطور کلی علامت انفعال و شرمندگی است. کج کردن بیش از حد سر روی شانه نشانه انفعال حقارت و شرمندگی است.

۸) چشم‌ها:

۱- مالش چشم: زمانی که فردی چشمش را با انگشت اشاره مالش می‌دهد نشانگر فریب و نیرنگ می‌باشد. البته این موضوع صد در صد نیست بلکه یک علامت است. از آن جایی که فرد می‌خواهد تماس دیداری را قطع کند بهانه‌ای بدست می‌آورد که به این طرف و آن طرف نگاه کند. این حرکت غیر ارادی نشانگر آن است که فرد دارد دروغ می‌گوید.

۲- چشمان بسته :

برای لحظه‌ای طولانی‌تر از چشم بر هم زدن متعارف (به حرف زدن خود پایان بده)

۳- نگاه مختصر به اطراف :

این نگاه ژستی خجالت گونه است.

۴- نگاه خیره شدید :

این نشانه خلق تهاجمی، سلطه جویانه و تهدید آمیز است.

۵- چشمک :

علامتی زیرکانه، نشانه وجود رمز و رازی بین دو فرد

۸) بروهای گره خورده :

پدید آمدن شیار بین دو ابرو دلالت بر اضطراب، درد، ترس و یا آمیزه ای از این هیجانات

۹) دهان:

۱- خنده زورکی :

این نیشخند کنترل شده تا چشم ها گسترش نمییابد. این حالت نشان دهنده نداشتن صداقت در ارتباط است.

۲- قلم به دهان :

نشان دهنده تمرکز فرد و احساس نیاز برای رسیدن به یقین است.

۱۰) دست دادن:

۱- دست دادن محکم :

اغلب اوقات در موقعیت های سیاسی و دیپلماتیک کاربرد دارد. نشانه سعی در برتری جویی و سلطه گری است (بی تردید می توان فهمید اینجا چه کسی فرمان می دهد)

۲- دست دادن شل :

دست هایش مانند ماهی شل است. عدم تمایل به دوستی و صمیمیت، همچنین نشانه ضعف، مطیع و تسلیم بودن دست دادن با هر دو دست: نشانه راستی و صمیمیت زیاد

۳- دست کشیدن میان موها :

فرد نمی داند چه چیز بگوید و تردید در فرد وجود دارد.

۴- دست ها به پشت :

فرد وضعیت را تحت کنترل دارد: (من راحت هستم)

۵- دست های گره خورده در جلوی سینه :

یعنی (من تمایل ندارم به چیزی که با عقاید من در تضاد باشد گوش دهم)

در برقراری ارتباط غیر کلامی باید به موارد ذیل توجه شود:

(۱) مجاورت :

همان فاصله فیزیکی افرادی است که با هم ارتباط برقرار می کنند. مثال میزان موفقیت در انتقال پیام به یک فرد با فاصله نسبتاً دور از شما با فردی که نزدیک شما روی صندلی نشسته است، به یک اندازه نیست.

(۲) جهت یابی :

منظور ادراک افراد از موقعیت خود در رابطه با سایر افراد و اشیاء است. مثلاً چیدمان صندلیها بصورت ردیفی نشان می دهد آموزش بصورت سنتی است و چیدمان بصورت دایره نشان دهنده آموزش بصورت مشارکت جویانه است.

(۳) قلمرو یابی :

یعنی رفتارهایی که در رابطه با قلمرو (فضای شخصی) یا همان فضای اطراف بدن خود انجام داده و در صورت تجاوز به آن ناراحت می شویم. برای یک تعامل صمیمی فاصله ۴۵-۷۵ سانتی متر مناسب است. فاصله ۶/۳-۲/۱ متری در تعامل اجتماعی و در گروه های کوچک مناسب است. در گروه های بزرگ مثال داخل کالس با بیش از ۱۲-۱۰ نفر، فاصله ممکن است بیش از ۷/۳ متر باشد.

(۴) سطح :

اشاره به تفاوت در میزان ارتفاع بین برقرارکنندگان ارتباط دارد. بطور کلی ارتباط هنگامی راحتتر خواهد بود که افراد در یک سطح باشند مثال هر دو نشسته یا هر دو ایستاده باشند. عدم دعوت فرد به نشستن هنگام ورود وی به یک اتاق کار، این پیام را القاء می کند که او باید به زودی آنجا را ترک کند.

(۵) جلوه ظاهری و وضعیت آراستگی :

پیام هایی همچون وضعیت اجتماعی فرد، شخصیت، عادات پاکیزگی و... ممکن است به وسیله جلوه فیزیکی منتقل شود. جلوه ظاهری کارکنان به علت پیامی که به مراجعین منتقل می کند دارای اهمیت است. در مورد نوع پوشش هم، مراجعینی که اعتماد به نفس دارند به ظاهر خود توجه بیشتری میکنند.

(۶) ظاهر عمومی بدن :

ظاهر عمومی بدن بیشتر در مواجهه پزشک با بیمار کمک کننده است. در مورد بیماران مشاهده تغییرات در ظاهر، جهت شناخت بیماری حائز اهمیت است. مثلاً کسی که مایعات کافی دریافت نکرده پوست خشکی دارد و چشمها گود افتاده است.

(۷) حالت چهره :

پرسنل باید کنترل نمودن بعضی از حالت چهره همچون غمگینی، شادی، سردرگمی و تنفر و انزجار را بیاموزند.

(۸) حرکات دست و حرکات سر :

تکان دادن سر و دست به طور واضحی توافق و عدم توافق را بدون نیاز به کلمات منتقل می کند. مثلاً مشت های گره کرده و دست های بی قرار و پاهایی که به زمین کوبیده می شود، استرس و تنش را نشان می دهد. در حالی که دست های باز و آرام نشانگر یک زمینه ذهنی آرام می باشد.

(۹) تماس چشمی :

مثال : اگر مراجعه کننده دریابد که کارمند به جای دیگری غیر از او نگاه میکند قضاوت خواهد کرد که وی در حال توجه به وی نیست. این موضوع به خصوص برای فرد مضطربی که نیاز دارد احساس کند تمام توجه به اوست، مهم است. البته بایستی توجه داشت که خیره شدن زیاد به فرد دیگر نیز تاثیر ارتباط را کاهش خواهد داد.

(۱۰) حالت بدن (ژست):

یک علامت غیرارادی است که اطلاعات مهمی را درباره نگرش ها، نسبت به خودمان و دیگران منتقل می کند. مثال: ژست آسوده می تواند گویای اعتماد بنفس باشد.

(۱۱) لمس :

لمس به عنوان یکی از موثرترین راههای غیرکلامی جهت بیان احساسات مانند آسودگی و عشق و امنیت و عصبانیت ... می باشد. ولی باید با احتیاط برخورد شود زیرا بعضی آن را نشانه بی احترامی می دانند.

(۱۲) طرز راه رفتن :

راه رفتن با وقار و هدف دار معمولاً حامل پیام سلامتی است و برعکس بدون هدف، نشانه غمگینی و یا دلسردی است.

(۱۳) صداها :

گریه کردن نشانه هیجان و غم، ناله کردن و نفس نفس زدن نشانه ترس و یا درد و آه کشیدن همراه با صدا نشانه عدم تمایل در انجام کارها یا نشانه تسکین است.

(۱۴) سکوت :

ممکن است نشانه درک کامل یکدیگر و یا نشانه عصبانیت آنها از یکدیگر باشد.

انواع ارتباط

ارتباطات از دو جهت قابل بررسی هستند:

الف) ارتباط از جهت عکس العمل در محیط:

۱- ارتباطات یک جانبه :

اگر عکس العمل گیرنده به نسبت پیام ابراز نشود آن را ارتباط یک جانبه میگویند.

۲- ارتباط دو جانبه :

اگر محیط به گونه ای باشد که گیرنده عملاً عکس العمل ها و نظرهای خود را درباره محتوای پیام به اطلاع فرستنده برساند به آن، ارتباط دو جانبه میگویند.

نکات مهم:

- ارتباط یک جانبه، سریعتر و کار فرستنده پیام آسانتر است.

- ارتباط دو جانبه، از دقت بیشتری برخوردار است، چون در نتیجه عمل بازخورد، فرستنده امکان بررسی

مجدد پیام را می یابد، و آن را با دقت بیشتری برای گیرنده ارسال میکند. همچنین، در ارتباطات دو جانبه،

گیرنده احساس اطمینان بیشتری به تاثیر قضاوتها و ارزشهای پیشنهادی خود پیدا میکند.

در ارتباطات یک جانبه، به علت دقت کمتر، پارازیت و سردرگمی بیشتری دیده می شود. بنابراین جهت پرهیز از این امر، تا سر حد امکان از قبل برای این ارتباط، باید برنامه ریزی گردد.

است و قدرت نفوذ بیشتری دارد ولی پس از آنکه امور برنامه ریزی شد و حالت عادی و یکنواختی یافت، اثر در مواردی که امور هنوز برنامه ریزی نشده و به روال عادی در نیامده اند، ارتباط دوجانبه وسیله موثرتر در ارتباطات یک جانبه، فرستنده آسانتر میتواند اشتباهات خود را مخفی سازد.

ارتباط دو جانبه به میزان قابل ملاحظه ای کاهش می یابد.

ارتباط یک جانبه هنگامی مناسب و موثر است که فرستنده و گیرنده با پیام آشنا باشد یعنی پیام حالت یکنواخت و تکراری داشته باشد.

در یک ارتباط دوجانبه دو طرف انتظارات خاصی دارند که اگر این انتظارات برآورده نشود عکس العمل ها توأم با سرخوردگی و عصبانیت خواهد بود.

ب) ارتباط از جهت حرکت پیام در سطوح سازمانی:

۱- ارتباطات افقی :

این نوع ارتباط، معمولاً به صورت الگوهای جریان کار در یک سازمان و در میان اعضای گروه های کاری، که از این طریق اعضای سازمان موفق به برقراری ارتباط با همردیفان خود (همسطح) می گردند (ارتباط بین همردیفان)

۲- ارتباطات عمودی :

شامل ارتباطات از بالا به پایین و از پایین به بالا سازمان میباشد. در ارتباطات از بالا به پایین، مدیریت عالی به سطوح پایین پیام را میدهد و در ارتباطات از پایین به بالا برعکس (ارتباط بین مافوق و زیردست)

۳- ارتباطات مورب :

در مقابل ارتباطات افقی و ارتباطات عمودی ارتباطات مورب نیز وجود دارد. بدین معنا که پیام در دو سطح مختلف از سلسله مراتب سازمانی یا خارج از سلسله مراتب اداری مبادله میشود.

عوامل تاثیرگذار بر ارتباط

۱- سطح رشد و تکامل :

دانستن اینکه هر گروه سنی چطور مفاهیم را درک می کنند.

۲- جنسیت :

مردان و زنان روشهای مختلفی را در برقراری ارتباط به کار می برند.

۳- تفاوت های فرهنگی-اجتماعی :

توجه به این نکات در برقراری ارتباط دارای اهمیت می باشد.

۴- فضا و قلمرو :

در ارتباط غیر کلامی به آن اشاره شده است.

۵- محیط :

هنگامی ارتباط به بهترین نحو برقرار می شود که محیط، تبادل اطلاعات مورد نظر را تسهیل نماید.

عوامل کمک کننده به برقراری ارتباط موثر در یک ارتباط

برای برقراری یک ارتباط موثر می توان از تکنیک هایی که در زیر به آن ها پرداخته شده است، استفاده کرد:

۱- شنیدن فعال:

بسیاری از افراد به اشتباه گمان می کنند که شنیدن همان گوش دادن است. واقعیت آن است که شنیدن به معنی دریافت و درک صداهاست (عملی بدون اراده). اما گوش دادن عملی انتخابی که علاوه بر دریافت و تفسیر محرک های شنیداری به رمزگشایی و تفسیر پیام های شنیداری نیز می پردازد.

مثال : شما با دوست خود در ایستگاه قطاری مشغول صحبت کردن هستید، شما صداهای بسیاری بجز صدای دوستان را می شنوید و تنها به حرف های دوست خود توجه می کنید (شما آن صداها را می شنوید اما به دوست خود گوش می کنید).

۲- گوش دادن فعال یعنی:

قول می دهیم تا زمانی که منظور تو را نفهمیم، از پیش تو را قضاوت نکنیم، به تو بر چسب نزنیم، برای تو راه حل تعیین نکنیم و تو را آنگونه که هستی بفهمیم و درک کنیم.

۳- پاسخهای کوتاه :

مثال گفتن کلماتی مانند " آهان فهمیدم " و یا " بله " یا تکان دادن سر به نشانه تاکید به یک ارتباط موثر کمک می کند.

۴- سکوت :

گاهی اوقات که شخص می خواهد حرفی به گفته های قبلی خود اضافه کند بهتر است سکوت کرد.

۵- بازتاب احساسات :

یعنی از لابه لای گفتار شخص و یا رفتار شخص برداشتی را که دارد به صورت کلامی ابراز می دارد.

۶- استفاده از سوالات باز :

اگر یک فرد بخواهد راجع به یک موضوع اطلاعات بیشتری به دست بیاورد میتواند از سوالات باز استفاده نماید.

۷- درخواست برای روشنی و وضوح :

گاهی درک حرفهای شخص مشکل است. بنابراین سوالاتی نظیر "منظور شما این بود که (مثال احساس گناه می کردید؟ آیا درست متوجه شدم ؟ " به درک حرف شخص کمک می کند.

۸- دادن اطلاعات :

باید همیشه به سوالات شخص پاسخ داد. پاسخها باید همیشه واضح باشد و نکات گفته شده در موارد قبل مورد توجه قرار گیرد.

۹- گوش دادن :

در کلیه ارتباطات با شخص باید مشکلات و علایق و احساسات و فعالیتهای شخص قبل از هر چیز مورد توجه قرار گیرد و به منظور کمک به شخص باید به شخص گوش داد.

۱۰- رعایت ادب و احترام و مهربانی :

مانند گفتن سلام و خداحافظی، در زدن قبل از ورود، معرفی خود و بیان منظور، صدا زدن با نام خانوادگی، اجتناب از اصطلاحات محبت آمیز نظیر " عزیز، عسل و .."

۱۱- در دسترس بودن و اجتناب نکردن از شخص

۱۲- همدلی نه همدردی :

همدلی به معنی توانایی برای فهمیدن و پذیرش واقعی شخص دیگر و درک درست احساسات و نشان دادن آن است یعنی خود را به جای دیگران بگذاریم. همدردی غمگین بودن و یا احساس ترحم و دلسوزی به وسیله شنونده برای گوینده است .

۱۳- آرزو و تشویق :

باید در جایگاه مناسب استفاده گردد و از اطمینان دادن نامناسب خودداری کرد.

۱۴- شوخی :

جهت کاهش احساسات نامناسب شخص بوده و باید در جایگاه مناسب استفاده گردد.

۱۵- درک حساسیتهای فرهنگی و جنسیتی

۱۶- گرمی و دوستی :

مثال: شروع آشنایی با یک سالم و احوالپرسی خوشایند.

۱۷- محیط راحت :

مانند صندلی و نور و حرارت مناسب و جو آرام و بدون استرس

۱۸- حفظ خلوت و تعیین حریم شخص

۱۹- حفظ تن مناسب صدا

۲۰- قابلیت انعطاف در گفتگو با شخص :

اگر شخص به موضوع گفتگو علاقه مند نیست در یک زمان مناسب باشخص صحبت کنیم.

۲۱- استفاده از جملات ساده و مختصر و نه اصطلاحات پیچیده و یا دارای تعابیر مختلف

۲۲- ارتباط متمرکز :

برای تاکید بر موضوع خاص و یا هدایت موضوع و جلوگیری از پراکندگی موضوع به کار می رود.

اقدامات پیشگیرانه مقابله با چالش های ارتباطی

۱- برنامه های آموزشی و توسعه

ارایه آموزش مهارت های ارتباطی کارکنان را قادر می سازد تا توانایی های ارتباطی کلامی، غیر کلامی و کتبی خود را افزایش دهند. فراهم کردن فرصت برای تمرین و بازخورد به تقویت یادگیری و ترویج توسعه این مهارت کمک می کند.

۲- کارگاه های حساسیت فرهنگی

کارگاه های حساسیت فرهنگی آگاهی از تفاوت های فرهنگی را افزایش می دهد و برخورد صحیح با این موضوع را در محل کار ترویج می دهد. با تقویت درک و احترام به دیدگاه های مختلف سازمان ها می توانند یک محیط هماهنگ تر و بهتر ایجاد کنند.

۳- فعالیت های تیم سازی

مشارکت در فعالیت های تیم سازی همکاری را تشویق می کند.

۴- پروژه های تیمی موفق

تیم هایی که به طور باز ارتباط برقرار می کنند و به طور موثر همکاری می کنند به احتمال زیاد به اهداف پروژه های خود دست می یابند و نتایج با کیفیت بالا را ارائه می دهند. با استفاده از نقاط قوت هر عضو و حفظ کانال های ارتباطی روشن نتایج موفق قابل دستیابی است.

نمونه های حل منازعات

ارتباط موثر نقش مهمی در حل منازعات و بازگرداندن هماهنگی در محل کار دارد. با تسهیل گفتگوی سازنده و جستجوی راه حل های سودمند متقابل درگیری ها می توانند به گونه ای مورد توجه قرار گیرند که روابط را حفظ کرده و رشد را ترویج دهند.

نقش تکنولوژی در ارتباطات

پیشرفت های تکنولوژی شیوه ارتباط ما در محل کار را دستخوش تغییرات قرار داده است:

۱) جلسات مجازی و ابزارهای همکاری

جلسات مجازی و ابزارهای همکاری مدرن، ارتباطات بین تیم‌ها از راه دور را تسهیل می‌کند. کنفرانس‌های ویدیویی و تماس‌های گروهی، ارتباطات و به اشتراک‌گذاری اطلاعات را بدون توجه به مکان امکان پذیر می‌کند.

۲) آداب ایمیل در عصر دیجیتال

ایمیل همچنان یک روش اصلی ارتباط در عصر دیجیتال است که نیاز به رعایت آداب و رسوم مناسب و حرفه‌ای دارد. خطوط موضوعی واضح، پیام‌های مختصر و لحن مناسب برای ارتباط موثر ایمیل ضروری است.

۳) ارتباطات شبکه‌های اجتماعی

پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی فرصت‌هایی را برای سازمان‌ها برای تعامل با ذینفعان و مشتریان فراهم می‌کنند. ارتباطات موثر رسانه‌های اجتماعی شامل گوش دادن فعال به بازخورد و پاسخ سریع به آنها است.

اندازه‌گیری اثربخشی ارتباطات

ارزیابی اثربخشی ارتباطات به سازمان‌ها کمک می‌کند تا زمینه‌های بهبود را شناسایی کرده و پیشرفت را در طول زمان پیگیری کنند. مهم‌ترین این موارد شامل موارد زیر می‌باشند:

نظرسنجی‌های بازخورد

انجام نظرسنجی‌های بازخورد به سازمان‌ها اجازه می‌دهد تا در مورد شیوه‌های ارتباطی از کارکنان نظر بگیرند و زمینه‌های بهبود را شناسایی کنند. تجزیه و تحلیل داده‌های نظرسنجی می‌تواند مداخلات هدفمند و تلاش‌های بهبود مستمر را امکان‌پذیر کند.

معیارهای عملکرد

ردیابی معیارهای عملکرد مانند زمان پاسخ، نرخ حل و فصل و نمرات رضایت مشتری، بینش واقع‌بینانه در مورد اثربخشی ارتباطات را فراهم می‌کند و همین‌طور مقایسه آن با استانداردهای صنعت و تعیین اهداف شفاف‌تر بهبود مداوم را تسهیل می‌کند.

سطح رضایت کارکنان

نظارت بر سطح رضایت کارکنان به اندازه گیری اثربخشی کلی ارتباطات در یک سازمان کمک می کند. سطح بالایی از رضایت نشان می دهد که شیوه های ارتباطی به درستی اتخاذ شده اند.

بهبود مستمر مهارت های ارتباطی

ارتباط موثر مهارتی است که می تواند با گذشت زمان بهبود یافته و توسعه یابد. به منظور بهبود مهارت های ارتباطی علاوه بر در نظر گیری موارد زیر می توانید با شرکت در کلاس کوچینگ پارشن از دیگر موارد مهم آن اطلاع پیدا کنید.

یادگیری از اشتباهات

تفکر در مورد چالش های ارتباطی گذشته و یادگیری از اشتباهات باعث رشد و بهبود می شود. پذیرش یک ذهنیت رشد به افراد اجازه می دهد تا شکست ها را به عنوان فرصت های یادگیری و توسعه ببینند. به یاد داشته باشید هر شکست پل پیروزی بعدی می باشد.

دریافت راهنمایی از مربی

جستجوی راهنمایی از ارتباط دهندگان یا مربیان با تجربه بینش و بازخورد ارزشمندی برای توسعه این مهارت فراهم می کند. مربیان می توانند مشاوره رایج دهند، بهترین شیوه ها را به اشتراک بگذارند و در حالی که افراد برای افزایش توانایی های ارتباطی خود کار می کنند آنها را پشتیبانی کنند.

با روندها به روز باشید

اطلاع رسانی در مورد روند و فن آوری های ارتباطی در حال ظهور تضمین می کند که افراد به روز و سازگار باقی می مانند. یادگیری مداوم و توسعه حرفه ای افراد را قادر می سازد تا با چشم انداز ارتباطی در حال تکامل سازگار شوند و از فرصت های جدید استفاده کنند.

ارتباطات سازمانی؛ کلید گمشده سازمان ها در ارتباط موثر

برای بررسی دقیقتر مفهوم ارتباطات سازمانی ابتدا به توضیح مفاهیم سازمان و ارتباطات می پردازیم. سازمان به مجموعه ای اجتماعی، هدفدار و وظیفه مدار اطلاق می شود. مجموعه ای که هر کدام از اعضای آن دارای هدف های فردی هستند و کل مجموعه به عنوان یک نظام دارای اهداف سازمانی می باشد. این مجموعه برای انجام فعالیتهايش به نوعی هماهنگی در چارچوب یک ساختار سازمانی

نیازمند است. هیچ سازمانی نمی تواند در خلاء به وجود آید یا در آن به ادامه فعالیت پردازد، بلکه همه سازمانها توسط محیط های اجتماعی پیرامون که هم بر آنها اثر می گذارند و هم از آنها تاثیر می پذیرند احاطه شده اند.

سازمان یک پدیده اجتماعی است از جمع عده ای افراد که توانایی همکاری داشته و با ایجاد روابطی گوناگون برای نیل به هدف مشترکی کوشش می نمایند، تشکیل می شود. آنچه در سازمانها به صورت یکسان و مشابه وجود دارد، اصل نیاز تقسیم کار و در نتیجه هم آهنگی و هم کاری است برای وصول به هدف که در حقیقت به منظور نیازهای معینی تعیین گردیده است

تقریبا در دو دهه گذشته بسیاری از دانشمندان و محققان مدیریت به بررسی نقش فرهنگ و ارتباطات در عملکرد سازمانها پرداخته و تحقیقات و مطالعات فراوانی نیز در این زمینه انجام گرفته است. ارتباطات سازمانی یک موضوع پیچیده و نقش آن در عملکرد سازمان بسیار حائز اهمیت است. توجه به فرهنگ و ارتباطات سازمانی منحصر به مراکز علمی نیست، بلکه سازمانهای تجاری و تولیدی نیز از آن بعنوان کلید موفقیت یاد نموده اند.

ارتباط برای هماهنگی فعالیتهای گروهی، اجرای وظایف رهبری و انجام وظایف مدیریتی لازم است، بنابراین مدیرانی که مدیریت خود را با توجه به مفاهیم ارتباطات سازمانی اعمال نمایند به وضوح از موفقیت بیشتری برخوردار خواهند گردید. در مدیریت اموری چون ارتباطات انسانی، عوامل موثر بر ارتباطات، گروههای رسمی و غیررسمی، روشهای بهبود ارتباطات و رفع موانع ارتباطی در سازمان حائز اهمیت است.

ارتباطات سازمانی یکی از مهم ترین مواردی است که برای موفقیت یک سازمان در قالب یک کسب و کار به آن نیاز دارد. در واقع تمامی افرادی که برای یک سازمان یا کسب و کار، کار می کنند، باید بتوانند انتقال درست مفاهیم را انجام دهند و از آن طریق بتوانند با مخاطبان سازمان که همان مشتریان هستند درست ارتباط برقرار کنند. به دلیل اینکه این مورد دارای اهمیت بسیار بالایی است،

ارتباطات سازمانی را رگهای حیاتی سازمان معرفی میکند که نقش تبادل اطلاعات و تسهیل جریان امور سازمان را چه در درون و چه در بیرون سازمان بر عهده دارند شکل و نقشه جریان ارتباطات سازمانی در ساختار هویدا است. ارتباطات سازمانی هر چند رشته ای نو در پهنه علوم انسانی است اما به سرعت رشد یافته و نظر بسیاری از متفکران علوم رفتاری را به خود جلب کرده است تا جایی که بسیاری از دشواریهای سازمانی را تحلیل و برای آنها راه حل مناسب یافته است.

برخی از متفکران ارتباطات سازمانی که در سالهای اخیر به عنوان مشاور مدیریت به یافتن نارسایی های سازمانی پرداخته اند، براین اعتقادند که بسیاری از مسائل و مشکلات حاکم بر سازمان از بافت نادرست ارتباطی و عدم توجه به ظرایف ارتباطات سازمانی بوده است و اگر مدیران براین امور وافق بودند چه بسا با اثربخشی بهتر و بیشتر کارهای مربوط به خود را انجام میدادند. ریشه بسیاری از مشکلات، فردی، سازمانی اجتماعی را میتوان در کمبود ارتباطات مؤثر نقش سیستم ارتباطی یا به طور کلی سوء تعبیر و تفسیرهای ارتباطی جستجو کرد.

ارتباطات سازمانی به معنی ایجاد هر گونه رابطه در درون شرکت می باشد. این مفهوم منجر به ایجاد محرک های طبیعی برای کار در سازمان می گردد. ارتباطات سازمانی نشان دهنده توانایی ایجاد این مفهوم گفتگوی متقارن است. این ارتباط در بین افراد شرکت شکل می گیرد. سازمان ها می توانند براساس ارتباطات بهتر دیده شوند. زمانی که سازمان ها ارتباطات را درست شکل می دهند توسط مشتریان بهتر دیده می شوند.

ارتباطات از طرق گوناگونی مانند شبکه های اجتماعی و گفتگوهای آنلاین نیز شکل می گیرد. برخی از شبکه های اجتماعی به ابزاری کلیدی برای ارتباطات شرکتی تبدیل شده اند. ارتباطات یک گفتگو بین شرکت و مشتریان ایجاد می کند. همچنین ارتباطات به معنی ایجاد گفتگوی تعاملی بین کارکنان شرکت نیز می باشد. این مفهوم یک پیامد مهم برای شرکت دارد.

ارتباطات در درون سازمان می تواند برای شرکت مفید باشد و یک نقطه حرکت اصلی برای سازمان به شمار می رود. زمانی سازمان ها ارتباطات را ایجاد می کنند به نگرش تعاملی در درون خود توجه می کنند. آن ها برای ارتباطات درست باید به منابع تعاملی و ظرفیت پاسخگویی خود آگاه باشند. همچنین باید قدرت ایجاد مکالمه با مردم و مشتریان و کارکنان را داشته باشند.

سازمان ها مهمترین عامل برای رشد خود را ارتباطات سازمانی می دانند. این ارتباطات به صورت خود خدمت رسان هستند. همچنین ارتباطات جامعه خدمتگذار نیز هستند. این نوع خدمت گذاری براساس ارتباطات یک استراتژی می باشد. در این حالت استراتژی اطلاع رسانی در مواردی می تواند به انگیزه بالاتری برای مشتریان منجر شود و یک استراتژی تعاملی به شمار آید. این نوع استراتژی قادر است که گزینه های مورد انتخاب مشتریان را بهبود دهد و از گزاره های آن ها استفاده نماید. همچنین این استراتژی می تواند یک توان مناسب از تعامل بین سازمانی و دورن سازمانی بین کارکنان نشان دهد.

ارتباطات سازمانی ایجاد کننده یک الگوی اخلاقی می باشد. این ارتباط به رفتارهای حمایتی از کارکنان منجر می شود و امورات مرتبط با شفاف سازی را پیاده سازی می کند. همچنین ارتباطات می تواند سرمایه گذاری درک شده در شرکت ها را افزایش دهند. معمولاً ارتباطات سازمانی می تواند فرهنگ سازمانی شرکت ها را تحت تاثیر قرار دهد و آن ها را بهبود دهد. پرورش ارتباطات شفاف و سرمایه گذاری از گزاره های این مفهوم می باشد. تأثیر ارتباط شفاف بر حمایت از کارکنان در ارتباطات سازمانی بهتر صورت می گیرد.

استفاده موثر از ارتباطات سازمانی در فرآیند یادگیری عامل مهمی در سازماندهی فرآیند آموزشی است. استفاده از این مفهوم در مراحل مختلف درس فرآیندهای ذهنی را فعال می کند: ادراک، توجه، حافظه، تفکر از بخش های مهم ارتباطات سازمانی به شمار می رود. این مفهوم منبع اطلاعات آموزشی، فرآیند یادگیری را بهینه می کند. بنابراین استفاده از ارتباطات سازمانی در آموزش فرصت های فراوانی دارد. رشد مداوم سطح فناوری اطلاعات و ارتباطات مستلزم افزایش فرصت های بالقوه برای اهداف آموزشی است که به نوبه خود با موفقیت اجرا و در عمل مورد استفاده قرار می گیرد.

استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباط از گزاره های مهم برای ارتباطات سازمانی بود. تغییر گسترده به سمت شیوه های کار از راه دور بر روی ارتباطات سازمانی اثرگذار بود. این موضوع بسیاری از سازمان ها و کارکنان را با چالش های حاد مرتبط با کار چندمکانی مواجه کرده است. تسهیل استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات می تواند به سازمان ها و کارکنان در ایجاد ارتباط کمک نماید. شیوه های کار از راه دور باعث می شود کارکنان احساس انزوا بیشتری کنند و ارتباطات خود را با سایر همکاران کمتر ببینند.

کیفیت روابط کارکنان و سازمان عنصر مهمی به شمار می رود. ارتباطات داخلی متقارن نقش مهمی در تعریف ویژگی مثبت شرکت از توافق دارد. به عنوان مثال، صمیمیت، همدلی، و صداقت از گزاره های مهم برای ارتباطات می باشد. ارتباط داخلی متقارن به طور مثبت بر کیفیت روابط کارکنان و سازمان تأثیر می گذارد. شخصیت بی رحم شرکتی اثرات منفی قابل توجهی بر اعتماد کارکنان، کنترل متقابل، تعهد و رضایت نشان داد.

اهمیت ارتباطات سازمانی

اهمیت ارتباطات در سازمانها از جنبه های مختلفی قابل توجه است. پس هر ساختار و شکل از همکاری. جمعی انسانها ارتباط به، به عنوان عامل اتصال هماهنگی و همکاری ضرورت انکارناپذیری است و بدین منسجم، لحاظ موفقیت هر سازمانی بستگی به چگونگی ارتباط دارد، در انجام هر کاری

که دو نفر یا بیشتر دخالت داشته باشند، هماهنگی آنها ضروری است و ارتباط وسیله تامین این هماهنگی است ارتباط نه تنها زمینه پدید آمدن سازمانها است، بلکه تداوم حیات هر شرکت را نیز در گرو خویش ساخته است.

علیرغم اهمیت ارتباط چنین به نظر میرسد که تحقیق و تفحص پیرامون آن دچار یک پارادکس شده است که کار را تا اندازه‌های مشکل نموده است، از طرفی عده ای عقیده دارند که انسانها در طول تاریخ حیات اجتماعی خود به گونه های مختلف و به فراخور زمان و تواناییهای موجود با یکدیگر در آمیخته اند و ارتباط برقرار کرده اند و نیز در شکل سازمانی بنابر میزان ضرورت، گردش اطلاعات در سازمان جریان خواهد داشت و تحقیق و تفحص بیشتر کاری غیر ضروری است؛ و از سوی دیگر عدهای ریشه بسیاری از مشکلات و شکست ها در ابعاد مختلف سیاسی فرهنگی اقتصادی و اجتماعی را ناشی از عدم برقراری ارتباط صحیح و مناسب دانسته اند. بدین لحاظ میتوان گفت که بررسی این مفهوم یکی از دشوارترین تحقیقات کاربردی مدیریت است.

به یقین می توان بیان نمود بدون ارتباطات، سازمانی وجود نخواهد داشت لذا ارتباطات مهمترین رکن پدیدار شدن سازمانهاست؛ چراکه تار و پود سازمانها را به هم پیوند می زند. این مفهوم، فرآیندی است که به وسیله آن سیستمی را برای گرفتن اطلاعات و تبادل معانی به افراد و ارگانهای مختلف در داخل و خارج سازمان راه اندازی می کنند که در آن ارتباط، ناظر به روابط کاری کارکنان درون یک سازمان می باشد و مدیریت ارتباطات سازمانی مدیریت این فرآیند است.

در مقایسه مدیریت ارتباط با روابط عمومی باید بیان داشت روابط عمومی و یا حوزه مدیریت روابط بر دامنه وسیع تری از ارتباط سطحی تر اشاره می کند، در حالی که ارتباط تکنیکی تر، عمیق تر و متمرکزتر است شاید عبارت روابط مفید یا سودآور توصیف نزدیکی برای ارتباط در شرکت باشد در اصل باید این گونه بیان نمود که مدیریت ارتباطات سازمانی علاوه بر فهم مشترک به دنبال ایجاد روابط بلندمدت هم هست. ارتباطات باید مؤثر باشد.

بدون ارتباط مؤثر و باز در تمامی سطوح، سازمان برای رسیدن به اهداف و اوج عملکرد خود دست و پا خواهد زد. ارتباطات مؤثر موجب افزایش کارایی اثر بخشی و کیفیت کار نیروی انسانی می گردد و برعکس ارتباطات غیرمؤثر، خستگی جسمانی و ناکامی عاطفی را به دنبال داشته و حتی تحلیل رفتگی شغلی را به همراه می آورد. در این میان شبکه های اجتماعی در کنار راه های ارتباطی رسمی و غیر رسمی موجود قرار گرفته و نقشی بی بدیل ایفا می کند.

ارتباطاتی که اختیاری و برهم زننده ساختار رسمی شاست نتایج مطالعات در زمینه ارتباطات سازمانی نشان داده اند که ارتباطات دلخواه، کارکنان رضایت شغلی و عملکرد کاری آنان را افزایش میدهد و همچنین منتج به موفقیت شرکت میگردد. اهمیت ارتباطات مؤثر بدان دلیل است که انجام وظایفی نظیر برنامه ریزی، سازماندهی هدایت رهبری و کنترل را برای مدیران تسهیل می کند و همچنین مدیران را در تحقق وظیفه هماهنگی و استفاده بهتر از زمان یاری می رساند.

به عبارت دیگر سازمان رسمی، عبارت است از سیستم یا شبکه ای از ارتباطات و اختیار که افراد و گروههایی که وظایف مهمی انجام می دهند را به هم مرتبط می سازد. در ورای هر سازمان، رسمی معمولاً یک سازمان غیررسمی مجموعه ای از روابط کاری غیررسمی در میان اعضای سازمان وجود دارد؛ در حالی که سازمان رسمی تعیین می کند چه فردی به چه کسی گزارش می دهد؛ سازمان غیررسمی براین مبنا استوار است که چه کسی عملاً با چه کسی به تعامل می پردازد. ارتباطات خصوصاً ارتباطات به موقع، موجب تقویت اعتماد از طریق کمک به حل اختلافات و برآورده نمودن انتظارات می شود.

اثر بخشی ارتباطات سازمانی وجود سازمان وابسته به ارتباطات است و هر مدیری معمولاً بیشتر وقت خود را صرف برقرار کردن ارتباط می کند برای ایجاد هماهنگی بین عناصر مادی و انسانی سازمان به صورت یک شبکه کارآمد و مؤثر برقراری ارتباطات مطلوب ضروری است؛ زیرا وقتی ارتباطات برقرار نشود فعالیت سازمان متوقف می شود و در واقع مدیریت کارساز به برقراری ارتباطات مؤثر بستگی دارد ارتباط برای هماهنگی فعالیتهای گروهی اجرای وظایف رهبری و انجام وظایف مدیریتی لازم است.

بنابراین مدیرانی که مدیریت خود را با توجه به مفاهیم ارتباطات سازمانی اعمال کنند به وضوح از موفقیت بیشتری برخوردار خواهند شد. به طور کلی ارتباطات سازمانی به معنای انتقال و تبادل اطلاعات معانی و مفاهیم و احساسات بین افراد سازمان با واسطه یا بی واسطه با یکدیگر و یا با سازمانهای دیگر است. بدیهی است ارتباطات سازمانی باید اثر بخش باشد تا در مجموعه سازمان و مدیریت آن مؤثر باشد. ارتباط مؤثر و اثربخش میتواند به عنوان بنیاد سازمانهای مدرن در نظر گرفته شود و مدیران باید نحوه برقراری ارتباطات مؤثر را بدانند.

تعریف ارتباط سازمانی

تعریف ارتباطات سازمانی نیازمند تعریف سازمان و ارتباطات است. سازمان با مجموعه ای اجتماعی (از گروه و یا مردم) سر و کار دارد که در آن، فعالیتها به منظور تحقق اهداف اعم از فردی و جمعی

هماهنگ می‌شود. ارتباطات به فرآیند تبادل اطلاعات و انتقال معانی به گونه‌ای که گیرنده همان را دریافت کند ارتباطات گفته می‌شود. به تعبیر دیگر ارتباط همان انتقال معانی و مفهوم مورد نظر، از فرستنده به گیرنده است. ارتباطات، انتقال و تبادل اطلاعات معانی و مفاهیم و احساس‌ها بین افراد در سازمان با واسطه و یا بلاواسطه.

ارتباطات بخش مهمی از کسب و کار است؛ زیرا می‌تواند بر پیشرفت و موفقیت کلی آن تاثیر بگذارد. هنگامی که صحبت از سازمان‌ها می‌شود، فرآیند ارتباطات شامل سطوح مختلفی از تعاملات است. درک تعریف ارتباطات سازمانی، انواع مختلف، اهمیت و تاثیر آن برای کسب و کارها ضروری است.

ارتباطات سازمانی به تعاملاتی گفته می‌شود که بین افرادی که در جهت اهداف مشترک در یک سازمان کار می‌کنند، صورت می‌گیرد. این ارتباطات شامل درون سازمانی یا برون سازمانی می‌شوند. اما باز هم همه یک هدف را دنبال می‌کنند که استفاده از استراتژی‌های مناسب برای رسیدن به موفقیت و اهداف اصلی یک کسب و کار است.

درواقع ارتباطات سازمانی یک حوزه بسیار وسیع است که در آن اشکال مختلف ارتباط در نظر گرفته می‌شود. پس کسی که مسئول ایجاد یا تداوم این ارتباطات است باید سعی کند که آن‌ها را به بهترین شکل تنظیم کرده و از آن نگهداری کند. این ارتباطات انواع مختلفی دارند که در زیر به انواع ارتباطات سازمانی خواهیم پرداخت.

ارتباط سازمانی، شکلی از ارتباط میان فردی است؛ که در آن، ارتباط، ناظر به روابط کاری کارکنان درون یک سازمان می‌باشد.

ارتباطات از عوامل بنیادی هویت سازمانی و به قول فیفندر قلب تپنده و جوهره اصلی مدیریت است که از طریق آن فعالیت‌های برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی، رهبری و کنترل توسط مدیریت انجام می‌شود.

در سازمانی که بین عناصر انسانی پدیده ارتباط برقرار نباشد، در هر نوع و شکلی از تعریف که می‌توان برای سازمان ارائه داد، معهداً سازمان به حساب نمی‌آید. ارتباطات در سازمان موجب قدرت و وسیله‌ای برای به کارگرفتن بهینه اختیارات قانونی و اداری و اعمال آن در طول سلسله مراتب سازمانی می‌باشند. ارتباطات به عنوان «وسیله» اعمال قدرت و مجاری شبکه‌های سازمانی و قوانین مربوط، مسیری برای جریان آن می‌باشند. قدرت در سازمان از مجاری ارتباطی حرکت کرده و از طریق موقعیت‌های فراهم شده ناشی از جریان‌ات ارتباطی، بدواً اعمال شده سپس گسترش یافته و نهایتاً به متن سازمان اضافه و حفظ می‌شود.

برای اینکه یک اندیشه به واقعیت بپیوندد باید برنامه ای وجود داشته باشد و هنگامی که یک برنامه توسعه می یابد باید با افرادی که درگیر اجرای آن هستند ارتباط برقرار شود. در این زمینه ارتباطات وسیله به دست آوردن حاصل کار از دیگران به شمار می رود و به عنوان فرآیند انتقال و دریافت اطلاعات تعریف می شود. ارتباطات نقطه آغاز کلیه وظایف مدیریتی است. بدون ارتباطات، برنامه ریزی، سازماندهی و کنترل مقدور نیست زیرا درک اطلاعات و انتقال آنها ممکن نیست.

ارتباطات فرآیندی است که از طریق آن افراد و سازمانها، به اهداف خود دست می یابند. از طریق ارتباط با دیگران؛ ما نگرشها، ارزشها، آرزوها، خواسته ها و نیازهای خود را با دیگران تقسیم می کنیم.

ابعاد ارتباطات سازمانی

ابعاد ارتباطات سازمانی شامل سه مولفه می باشد که عبارتند از:

۱) ساختار سازمانی

ساختار سازمانی چارچوبی است که مرزهای رسمی سازمان را تعریف میکند و راهنمای اصلی برای عملکرد مؤثر و مناسب کارکنان و موفقیت کلی سازمان است. این مفهوم در برگرفته طرح سیستمهایی می شود که به وسیله آنها فعالیتهای همه دوایر هماهنگ و یکپارچه می، گردد و در نتیجه سیستم ارتباط مؤثر (در سازمان) تضمین خواهد شد.

۲) مهارت فرایندی

آشنایی مدیران با مهارتهای ارتباطی سودمند موجب افزایش توانایی مدیران و تأثیرگذاری بیشتر آنها در تمامی جنبه های مدیریت میشود. در این پژوهش مهارت ارتباطی مدیران از چهار جنبه شنود مؤثر، کانالهای ارتباطی مهارت ارتباطی مدیران در ارتباط و بازخورد مورد بررسی قرار میگیرد که هر کدام از آنها به تفکیک توضیح داده می شوند شنود مؤثر ارتباط کلامی ارتباط غیر کلامی دانش ارتباط غیر کلامی و بازخورد.

۳) مهارت انسانی

برخی از شاخصهای تأثیرگذار بر روابط انسانی که در برقراری روابط بین مدیران و همکاران نقش مهمی دارند، را در زیر بیان مینماییم درک نیازها و احساسات جو مناسب و توان برقراری ارتباط

ارتباطات داخلی

ارتباطات داخلی به تعاملاتی گفته می‌شود که در درون سازمان اتفاق می‌افتد. این تعاملات شامل ارتباط بین کارکنان، ارتباط بین مدیران یا ترکیبی از این دو است. در داخل کسب و کار، ارتباطات داخلی ممکن است از کانال‌های مختلفی مانند ایمیل، تماس‌های تلفنی، کنفرانس ویدیویی، جلسات حضوری، پیام‌رسان‌های سازمانی و سایر موارد استفاده کند.

ارتباطات داخلی می‌تواند به طرق مختلف جریان داشته باشد. از بالا و پایین تا افقی و مورب. ارتباطات سازمانی رو به پایین اطلاعاتی است که از مدیریت به کارکنان جریان پیدا می‌کند. ارتباط رو به بالا برعکس است زیرا به اطلاعاتی اشاره دارد که کارکنان برای مدیران ارسال می‌کنند. این تعاملات می‌توانند شامل نحوه گزارش کارمندان به سرپرستان یا ارائه بازخورد در مورد مسائل محل کار باشند.

ارتباط افقی ارتباطاتی است که بین افراد درون سازمانی که در یک سطح هستند رخ می‌دهد. این ارتباط می‌تواند شامل کارگرانی در بخش‌های مختلف باشد که با هم در یک پروژه فعالیت می‌کنند یا کارمندانی که به صورت روزانه با هم کار می‌کنند. ارتباط مورب ارتباطی است که در سطوح مختلف سازمان صورت می‌گیرد. برای مثال، کارمندی که با یک مدیر ارشد تماس می‌گیرد، ارتباط مورب برقرار می‌کند.

ارتباطات خارجی

ارتباطات خارجی به فرآیندهای ارتباطی گفته می‌شود که در خارج از سازمان اتفاق می‌افتد. این ارتباطات سازمانی شامل تعامل با سایر مشاغل یا سازمان‌ها، فروشندگان، تامین کنندگان، مشتریان، سهامداران، سرمایه‌گذاران و سایر طرف‌های خارج از سازمان است. ارتباطات خارجی بسته به هدف می‌تواند از کانال‌های مختلفی استفاده کند.

انواع الگوهای ارتباطی

الگوهای ارتباطی را می‌توان از حیث رسمیت، بازخورد و مسیری که پیام طی می‌کند تقسیم بندی کرد. براین اساس از حیث رسمیت، ارتباطات سازمانی به صورت رسمی و غیر رسمی قابل بخش بندی و از حیث بازخورد ارتباطات به صورت یک طرفه و دو طرفه

قابل تمیز است. از سویی دیگر با توجه به مسیری که پیام طی می‌کند، می‌توان ارتباطات را به صورت عمودی، افقی و مورب تقسیم کرد. در ادامه شرح مختصری بر هر یک از این الگوهای ارتباطی خواهد آمد.

۱) از حیث ارائه بازخورد

۱- ارتباطات یک طرفه

۲- ارتباطات دو طرفه

۲) از حیث مسیری که پیام طی می‌کند

۱- ارتباطات عمودی

۲- ارتباطات افقی

۳- ارتباطات مورب

۳) از حیث رسمی و غیر رسمی

۱- شبکه رسمی

۲- شبکه غیررسمی

از حیث انتقال اطلاعات (ارتباطات رسمی)

الگوی ارتباطی متمرکز

۱- ارتباطات متمرکز

۲- ارتباطات Y

۳- ارتباطات زنجیره ای

۴- ارتباطات ستاره ای

الگوی ارتباطی غیر متمرکز

۱- ارتباطات دایره ای

۲- ارتباطات همه جانبه

از حیث انتقال اطلاعات (در ارتباطات غیر رسمی)

۱- ارتباطات رشته ای

۲- ارتباطات انشعابی

۳- ارتباطات خوشه ای

۴- ارتباطات تصادفی

انواع ارتباطات از حیث ارائه بازخورد (عکس العمل)

۱- ارتباطات یک طرفه (یک جانبه):

اگر عکس العمل گیرنده نسبت به پیام ابراز نشود آن را ارتباط یک جانبه گویند.

۲- ارتباطات دو طرفه (دو جانبه):

چنانچه محیط استقرار به گونه ای باشد که گیرنده عکس العملها و نظرهای خود را در باره محتوای پیام به اطلاع فرستنده برساند به این نوع ارتباط دو جانبه گویند. ارتباط یک طرفه سریع تر است و دقت کمتری دارد، بازخورد ندارد. فرستنده می تواند پیچیده تر عمل کند و اشتباهات خود را مخفی کند و برای مواردی مناسب است که برنامه ریزی شده و تکراری است. ارتباط دو طرفه کندتر است، دقت بیشتری دارد، بازخورد دارد، امکان اصلاح دیدگاه و نظریات، در تعامل متقابل وجود دارد. برای امور برنامه ریزی نشده و پیچیده مواردی مناسب است که غیر تکراری است و عموماً در سطوح عالی سازمان، کاربرد بیشتری دارد.

انواع الگوهای ارتباطی از حیث مسیر انتقال پیام

۱- ارتباطات عمودی :

ارتباطات عمودی شامل ارتباطات از بالا به پایین و از پایین به بالا است.

الف) ارتباط از بالا به پایین :

ارتباطات متمایل به پایین از مدیریت سطح بال شروع و از طریق سطوح مدیریت به کارگران خط تولید و کارکنان منتهی می شود. هدف از این نوع ارتباط، راهنمایی، آگاه کردن، هدایت و شکل دادن و ارزیابی زیردستان است آنکه اعضای سازمان با اطلاعات مناسب درباره اهداف و سیاستهای سازمان تجهیز می شود.

ب) ارتباط از پایین به بالا :

ارتباط متمایل به بالا، عرضه اطلاعات به بالاترین سطح در سطوح پایین سازمان مطرح می نماید. این نوع ارتباط شامل گزارش پیشرفت، پیشنهادات، توضیحات، تقاضا برای کمک و تصمیم گیری است.

ج) ارتباطات افقی:

این نوع ارتباط معمولاً بصورت الگوهای جریان کار در یک سازمان بین اعضای گروه کاری، اعضای بخشهای مختلف برقرار است که از نظر روانی موجب افزایش روحیه در بین اعضای سازمان می گردد. منظور ارتباطات افقی آوردن کانالی برای هماهنگی و حل مسائل سازمانی است از این طریق اعضای سازمان موفق به برقراری ارتباط با همردیفان خود می گردند. با این حال ارتباطات افقی محدودیتهائی دارد. از جمله اثر تخریبی همبستگی گروهی بین همکاران، زمانی که به این نوع هماهنگی نیازی نیست. از معایب دیگر این نوع ارتباط عالیه مشترک افراد سازمانی هم سطح، و بی توجهی آنان به مشکلات پیش آمده برای دیگر سطوح سازمانی را می توان ذکر کرد که اثر نامطلوبی بر سیستم کنترل و نظارت گذاشته و موقعیت کنترل کننده را متزلزل می کند.

د) ارتباطات مورب :

در ارتباطات مورب پیام در دو سطح مختلف از سلسله مراتب سازمانی و یا خارج از سلسله مراتب اداری مبادله می شود این نوع ارتباط به منظور هماهنگی، یکی کردن و جامعیت ارتباطات افقی است. مانند ارتباط بین صف و ستاد که چنین ماهیتی دارد.

انواع الگوهای ارتباطی از حیث رسمی و غیر رسمی

۱- شبکه های رسمی :

کانالها و مجاری ارتباطات رسمی را نشان می دهد و به هنگام ایجاد تشکیلات، موضوع ارتباطات مدنظر طراح ساخت سازمان می باشد. از این رو الگوی ارتباطی ساخت رسمی همان است که در نمودار تشکیلاتی هر سازمان مشخص گردیده است .

ارتباط رسمی آن است که به طور عمودی یعنی از بالای هرم سازمانی به پایین جریان پیدا می کند.

۲- شبکه های غیر رسمی :

روابط غیررسمی آن است که به صورت افقی در بین واحدها و یا در بین کارکنان هم سطح جاری می شود. افراد به محض ورود به سازمان بنا بر علل مختلف از جمله علایق، سلیقه های مشترک، همفکری ها و ... با هم رابطه برقرار می کنند. آنها شبکه ارتباطی غیر رسمی را تشکیل می دهند. ارتباطات غیر رسمی در سازمان گاهی اوقات آن قدر توسعه می یابد که ارتباطات رسمی در آن محو می شود. در صورتی که ارتباطات رسمی با اهداف سازمان در تعارض باشند، در راه نیل به این اهداف، اختلال ایجاد می کنند. در این صورت در سازمان تنش به وجود می آورند. هنر مدیریت در این عرصه به بحث مدیریت تعارض برمی گردد. این ارتباطات بین کارمندان یا مدیران به صورت غیر رسمی اما درباره سازمان وجود دارد. به عنوان مثال ممکن است دو کارمند با هم درباره حقوق یا دستمزد یا یک مشتری صحبت کنند که در این صورت ارتباطاتی دارند که از پیش تعیین نشده است.

ارتباطات غیر رسمی را ارتباطات درخت انگور نیز نامیده اند، زیرا چون درخت مو به هر گوشه سر می کشد و به طور نامنظم در هرجای سازمان راه می یابد. در ارتباطات غیررسمی مقامات سازمان و سلسه مراتب اداری را نادیده می انگارد. رؤسا را دور می زند و معمولاً به گونه ای است که نیازهای اجتماعی اعضای گروه را تأمین می کنند و امور را تسهیل می نماید. ارتباطات غیررسمی گاهی ممکن است آن قدر توسعه یابند که ارتباطات رسمی را در سازمان تحت الشعاع قرار دهند ارتباطات رسمی در خطوط غیررسمی ارتباطات محو می شوند ارتباطات غیررسمی اگر با هدفهای سازمان در تعارض باشند. در راه تحقق هدفهای مذکور ایجاد اختلال کرده و باید ترتیبی اتخاذ نمود که ارتباطات مذکور قطع شوند.

انواع الگوهای ارتباطی از حیث انتقال اطلاعات

۱) شبکه رشته ای :

عوامل انتقال اطلاعات در امتداد یک خط قرار می گیرند و هر یک از عوامل، به ترتیب اطلاعات دریافتی ما قبل خود را به عامل مابعد خود انتقال می دهد. دقت انتقال اطلاعات در این نوع شبکه ها بسیار کم است.

۲- شبکه انشعابی :

یکی از عوامل انتقال اطلاعات، اطلاعات را به دست می آورد و آنها را بین اعضا منتشر می سازد. این شبکه ها بویژه برای انتشار (اطلاعات مفیدی که با کار افراد مرتبط نیستند)، به کار می روند.

۳- شبکه تصادفی :

عوامل انتقال دهنده به طور تصادفی اطلاعات را دریافت می کنند و به همین ترتیب منتشر می سازند. این شبکه هنگامی به کار می روند که اطلاعات ناچیز و کم اهمیت باشند و مانعی در مسیر راه انتشار آنها موجود نباشد.

۴- شبکه خوشه ای :

هر عامل انتقال اطلاعات، عوامل دیگری را انتخاب می کند و اطلاعات موردنظر را به آنها می دهد. آن عوامل جدید نیز به همین منوال اطلاعات خود را منتقل می کنند.

نقش های افراد در شبکه های ارتباطی

۱- ستاره :

فردی که بیشترین ارتباط را در شبکه دارد.

۲- رابط :

فردی که دو گروه یا بیشتر را بدون تعلق به یکدیگر، به هم مرتبط می کند.

۳- پل :

فردی که به عنوان سنجاق اتصال یا تعلق داشتن ، به دو یا چند گروه خدمت می کند.

۴- نگهبان :

فردی که شبکه خود را با بیرون مرتبط می سازد.

۵- منفک شده :

فردی که دیگر با شبکه مورد نظر ارتباطی ندارد.

اهمیت ارتباطات سازمانی

اهمیت ارتباطات سازمانی بسیار بالاست، زیرا به طور قابل توجهی بر سه حوزه بسیار مهم در یک سازمان تأثیر می گذارد:

مشارکت کارکنان

رضایت مشتری

تصورات عمومی

هر سه حوزه برای اهمیت یک سازمان ضروری هستند و باید به صورت کامل ارتباطات به طور صحیح در آن‌ها اعمال شود تا بتواند به سوی موفقیت پیش رود. در زیر هر کدام از این سه حوزه را به صورت جدا بررسی می‌کنیم تا اهمیت ارتباطات برای یک سازمان را بیشتر درک کنیم.

مشارکت کارکنان

اگر بخواهیم ساده بگوییم، مشارکت کارکنان به این معناست که کارکنان یک سازمان چقدر مشتاقانه و با رضایت به طور انحصاری روی کار مورد نظر تمرکز می‌کنند. این موضوع فراتر از فداکاری است و به تعهد شغلی کارمندان و نحوه ارتباط با آن‌ها بستگی دارد.

مطمئن‌ترین راه برای کمک به کارکنان این است که چگونه به عنوان یک مدیر با آن‌ها ارتباط برقرار کنید. کلماتی که استفاده می‌کنید، لحن صدایتان و زمان پاسخ‌های ایمیل شما چگونه است؟ آیا زمانی را برای آن‌ها را در نظر می‌گیرید و شاید مهم‌تر از همه، آیا می‌توانید در حین برقراری ارتباط با آن‌ها همدلی کنید؟

با اعمال شیوه‌های ارتباطات سازمانی درست کمک می‌کنید تا کارمندان احساس ارزشمندی کنند، احتمال ترک شغل را در آن‌ها کم کرده و به طور مثبت به موفقیت سازمان خود کمک می‌کنید.

رضایت مشتری

رضایت مشتری میزان رضایت یک فرد از یک سازمان است که می‌تواند درباره خدمات، محصول یا تعاملات با سازمان باشد. همان‌طور که می‌دانید، رضایت مشتری برای بقا و موفقیت سازمان بسیار مهم است. شما می‌توانید بهترین محصول یا خدمات را داشته باشید، اما اگر مشتری احساس کند توسط سازمان شما ارزشی ندارد، احتمال اینکه از آن دور شوند به طور چشمگیری افزایش می‌یابد. این موضوع به چگونگی رفتار شما با مشتری باز می‌گردد.

مشتریان زمانی راضی می‌شوند که احساس کنند به آن‌ها گوش داده می‌شود، با آن‌ها همدلی می‌شود و تجربه آن‌ها اهمیت دارد. مشتریان زمانی راضی می‌شوند که تعاملات سازمانی آن‌ها احساس ارزشمندی را ایجاد کند.

تصورات عمومی

قبل از اینکه فرد با سازمانی آشنا شود، ابتدا با اخباری که از آن سازمان در رسانه‌ها بر اساس تبلیغات و ارتباط با رسانه‌های اجتماعی ایجاد می‌کند، آشنا می‌شود؛ بنابراین ارتباطات سازمانی باید با همه به

صورتی باشد که باعث بوجود آمدن تصور عمومی خوب شود. در غیر این صورت ممکن است باعث تبلیغ منفی برای سازمان شده و به آن آسیب بزند.

مدیریت ارتباطات سازمانی

مدیریت ارتباطات سازمانی هم یکی از ارکان مهم برای یک سازمان است که باید آن را در نظر بگیریم. تمامی ارتباطات در یک سازمان باید با یک برنامه‌ریزی درست و استانداردهای معین انجام شود. ممکن است ارتباطات تا سطح بسیار بالایی برسند و دولت هم طرف ارتباط سازمان باشد.

از این رو نیاز است که یک مدیر که ترجیحا درباره این موضوع درس هم خوانده باشد، مدیریت ارتباط را بر عهده بگیرد و قوانین لازم برای آن را بنویسد. این مدیر می‌تواند مدیریت سازمان باشد ولی اگر شخصی به صورت مجزا برای این کار در نظر گرفته شود بهتر است، زیرا یک بخش از ارتباط سازمانی نیز مدیر است و او هم باید برای ارتباطات مورد نظارت قرار بگیرد.

انواع تکنیک‌ها در ارتباطات سازمانی

برای اینکه بتوان ارتباطات سازمانی را به صورت موثر انجام داد، همان‌طور که در بالا بیان کردیم هر کدام از عوامل سازمان نیازمند تکنیک‌های خاصی هستند تا این ارتباط به غایت اصلی یعنی موفقیت سازمان و مشتریان یا مخاطبان راضی برسد. این تکنیک‌ها به این صورت است که مدیر باید به طور منظم با کارمندان ملاقات کند.

این ملاقات می‌تواند به صورت چهره به چهره یا از طریق تماس‌های تصویری و ویدیو کنفرانس انجام شود. مدیر هم‌چنین باید دستاوردهای هر کارمند را بشناسد و به صورت فردی یا تیمی با آن‌ها بر اساس شخصیتی که دارند ارتباط برقرار کند. هم‌چنین نیاز است تا کارمندان با دستورالعمل‌های خاصی با هم ارتباط برقرار کنند. این دستورالعمل‌ها را مدیریت ارتباط سازمانی باید تعیین کند و به صورت واضح در اختیار کارمندان قرار دهد.

گاه نیاز است که کارمندان با این دستورالعمل‌ها ارتباط با مشتری برقرار کنند. لذا نیاز است که به آن اهمیت زیادی داده شود. برای اینکه ارتباطات به خوبی در سازمان برقرار شود باید یک محیط باز و دوستانه وجود داشته باشد.

این کار به خوبی نشان می‌دهد که کارمند برای مدیر مهم است و او سعی می‌کند تا همه تلاش خود را برای سازمان انجام دهد. هم‌چنین این محیط باید برای ارتباط با مشتری هم ایجاد شود.

در این صورت مشتری به کسب و کار ما جذب شده و برای آن وفادار باقی می‌ماند. پذیرای بازخورد بودن هم یک نوع تکنیک عالی برای ارتباطات سازمانی است. این بازخوردها می‌تواند به صورت شناسایی شده یا نشده از طرف کارمندان یا مشتریان به سازمان ارسال شود و حتما باید به آنها اهمیت داده شده و پاسخ داده شود.

مهارت‌های ارتباطات سازمانی

مهارت‌های ارتباطات سازمانی همان استفاده درست از تکنیک‌ها و تمامی قوانینی است که برای این ارتباطات در نظر گرفته می‌شود. از همه مهم‌تر و در اولین درجه همدلی قرار دارد. در بالا بیان کردیم که هم مدیر باید به صورت همدلانه با کارمندان خود ارتباط برقرار کند. هم‌چنین کارمندان باید با مخاطبان سازمان یا مشتریان همدلی کنند. پس این مهارت از اهمیت بیشتری برخوردار است.

پیامی که در ارتباط نهفته است باید به صورت واضح انتقال داده شود. از این رو همه باید مهارت‌های زبانی به صورت محاوره‌ای و نوشتنی را آموخته باشند. پس باید کلاس‌های آموزشی برای این موارد گذاشته شود تا افراد بتوانند تمامی آن‌ها را به راحتی بیاموزند و اجرا کنند. ارتباطات باید قاطع هم باشند.

این مورد هم به مهارت‌های گفتاری و نوشتاری ارتباط دارند. اگر قرار است کارمند در سازمان مشکل مشتری را حل کند، نیاز است تا به صورت قاطع صحبت کند و به مشتری دلگرمی بدهد که مشکل او را حل خواهد کرد و به وی کمک می‌کند؛ بهتر است تا هر روز هر کدام از افراد مرتبط در سازمان با خود فکر کنند و خوداندیشی داشته باشند.

این هم یک مهارت بسیار مهم است؛ زیرا شما در نقش کارمند سازمان یا مدیر متوجه کم و کاستی‌های خود شده و می‌توانید به راحتی مشکلات را حل کنید و ارتباطات را به درستی برقرار کنید.

ابزارهای ارتباطات سازمانی

برای اینکه بتوانیم ارتباطات سازمانی را به خوبی بین کارمندان، کارمندان با مدیران و کارمندان با مشتریان داشته باشیم، نیاز داریم تا از ابزارهایی استفاده کنیم. به عنوان مثال در بالا بیان کردیم که مدیر می‌تواند با کارمندان ارتباط ویدیویی برقرار کند.

این ارتباط نیاز به یک ابزار برای برقراری تماس یا ویدیو کنفرانس دارد که اسکایپ یا **Zoom** آن را فراهم می‌کند. کارمندان هم نیاز است تا با هم در ارتباط باشند؛ بنابراین می‌توانند از ابزارهایی مانند ایمیل سازمانی یا چت سازمانی استفاده کرده و کارهای خود را با هم هماهنگ کنند. ابزارهای ارتباط با مشتری اما در تعداد بیشتری وجود دارند. با ظهور شبکه‌های اجتماعی این ابزارها بیشتر به سمت آن‌ها پیش رفته است.

به عنوان مثال یک سازمان می‌تواند با داشتن یک صفحه در اینستاگرام یا لینکدین ارتباط خود را با مشتریان حفظ کند. هم چنین سازمان می‌تواند با استفاده از پیام رسانی‌ها هم با مشتریان در ارتباط باشد و پیام‌های خود را به آن‌ها انتقال دهد. وجود یک وب سایت و بازخورد مشتریان در آن هم یک راه ارتباطی بسیار عالی برای سازمان با مشتری است که به ارتباطات سازمانی موثر بسیار کمک می‌کند.

عوامل موثر در ارتباطات سازمانی

علاوه بر اینکه مهارت‌ها و ابزارهای زیادی وجود دارند که برای ارتباطات سازمانی موثر هستند، با این حال عواملی در درون خود سازمان وجود دارد که باعث بروز اثر روی ارتباط سازمانی می‌شود. به عنوان مثال ممکن است تفاوت سطح مشاغل در سازمان یکی از آن‌ها باشد.

ممکن است مدیر احساس کند بخاطر طبقه بالایی که نسبت به کارمند دارد باید به وی امر و نهی کند. اما بهتر است از این تفاوت سطح در جهت درست استفاده شود؛ یعنی می‌تواند با قدرت مدیریت ارتباط خوبی را با کارمندان خود برقرار کند. پیچیدگی در یک سازمان هم از عوامل موثر بر ارتباطات سازمانی است.

هرچقدر یک سازمان کوچکتر باشد روابط ساده‌تر و راحت‌تر برقرار خواهد شد. برای سازمان‌های پیچیده نیاز به ابزار و مهارت‌های قدرتمند برای ایجاد ارتباط هستیم. ممکن است در یک سازمان برای ارتباط درست کارمندان با مشتریان پاداش در نظر گرفته شود. این کار باعث می‌شود تا بر ارتباط سازمانی تاثیر ایجاد شود و کیفیت آن را بهتر کند. به همین دلیل این مورد معمولا بیشتر از بقیه موارد در نظر گرفته می‌شود.

موانع ارتباطات سازمانی

ممکن است در هر سازمان، موانعی وجود داشته باشند که باعث شود ارتباطات سازمانی دچار مشکل شود و به هدف نهایی خود نرسد؛ از این رو باید آگاه باشیم و این موانع را بشناسیم تا بتوانیم به بهترین شکل ممکن در صورت وجود آن‌ها را از بین ببریم. یکی از این موانع ارتباطات غیرگفتاری است.

تاریخچه روابط عمومی:

برای نخستین بار در سال ۱۹۰۶ میلادی « آمویی لی » که خبرنگار روزنامه بود اولین دفتر روابط عمومی را در نیویورک تأسیس کرد. وی در نخستین اقدام خود با صدور اعلامیه ای به نام « اعلامیه اصول » هدف عمده روابط عمومی را اطلاع رسانی به مردم عنوان کرد، تأکید کرد که هدف آن تبلیغات تجاری نیست.

تاریخچه تاسیس روابط عمومی در ایران و تاسیس دانشکده علوم ارتباطات

شیوه نوین روابط عمومی در ایران با ملی شدن صنعت نفت همزمان است، سپس وزارتخانه ها و سازمانهای زیادی به منظور نشر اخبار و ارائه عملکرد انجام شده و ارتباط مردمی و تسلط برفاکار عمومی و ایجاد ارتباط با رسانه های همگانی نیاز خود را در این زمینه احساس کرده و روابط عمومی را به شکل نخستین آن آغاز کردند.

نخستین واحد روابط عمومی در ایران در سال ۱۳۳۰ توسط دکتر حمید نطقی پدر روابط عمومی ایران در شرکت نفت راه اندازی شد.

تعاریف روابط عمومی:

- اسکات ام کاتلیپ صاحبنظر روابط عمومی در جهان، روابط عمومی، اداره کردن وظایف، شناسایی و ایجاد حفظ و نگهداری روابط مطلوب و حسنه بین سازمان و جامعه است. جامعه ای که توفیق و ناکامی یک سازمان به آن وابسته است.

- ادوارد برنیز از بنیانگذاران رشته روابط عمومی: روابط عمومی عبارت است از دادن اطلاعات به مردم و تلاشهای ترغیبی به منظور تغییر گرایش ها و رفتار مردم و کوشش برای همبسته ساختن نگرش ها و اقدامات یک مؤسسه با مخاطبان خود و متقابلاً نگرش ها و اقدامات مخاطبان با مؤسسه

روابط عمومی مجموعه ای از عملیات ارتباطی آگاهانه مبتنی بر برنامه و تحقیق است که با استفاده از شیوه های علمی و هنری به دنبال ارتباط با مردم و اطلاع یابی از نظرهای آنان ، تجزیه و تحلیل گرایش های مخاطبان و افکار عمومی به منظور گفتگو با آنان برای رسیدن به تفاهم با کاربرد روش ها و ابزارهای ارتباطی نوشتاری ، گفتاری ، دیداری و شنیداری است .

وظایف روابط عمومی:

مهمترین وظیفه روابط عمومی ، شناخت افکار عمومی و نفوذ در آن برای جلب رضایت افکار عمومی از سازمان است .

الف) ارتباطات درون و برون سازمانی

ب) امور فرهنگی و نمایشگاهها

ج) انتشارات

د) سنجش افکار عمومی

و) آموزش ، پژوهش و برنامه ریزی

اصول برنامه ریزی در روابط عمومی

۱- شناسایی مخاطبان

۲- تعیین اهداف روابط عمومی براساس اهداف مؤسسه

۳- تعیین پیام های روابط عمومی

۴- تهیه پیش نویس برنامه و مشورت با مسئولان

کارکردهای کلان روابط عمومی:

- جلب مشارکت مردمی

- ایجاد همدلی

- کمک به تحقق جامعه مدنی

ویژگیهای روابط عمومی مطلوب:

- توجه به اصول اخلاقی
- توجه به روابط عمومی داخلی
- توجه به رهبران فکری
- ارتباط با رسانه ها
- مشاوره مدیریت
- اطلاع یابی
- ارتباط مردمی
- مدیریت علمی
- توجه به بازخورد
- ویژگیهای کارشناس روابط عمومی:
- مهارتهای علمی
- احساس مسئولیت اخلاقی
- آگاهی از سازمان
- آگاهی از جامعه
- نوآوری و خلاقیت
- آشنایی با علوم اجتماعی و روزنامه نگاری
- قدرت نویسندگی
- گوش دادن مؤثر و همدلی
- ایمان به حقانیت مخاطب

وجوه افتراق روابط عمومی و تبلیغات:

روابط عمومی و تبلیغات دو مقوله جدا از هم هستند و از نظر هدف، شیوه، ماهیت، الگوی ارتباطی، توجه به موازین اخلاقی و نقش مخاطب تفاوت فاحشی دارند.

روابط عمومی در پی ارتباط دو سویه با مخاطب است و مخاطب در آن با آگاهی کامل ایفای نقش می‌کند. روابط عمومی صرفاً به دنبال اطلاع‌رسانی نیست بلکه فرایند اطلاع‌یابی را نیز باید دنبال کند.

اما در تبلیغ، یکسویه بودن ارتباط مبلغ با مخاطب، توجه صرف به منافع مؤسسه یا مبلغ، دستکاری اطلاعات، تحمیل عقاید به مخاطب و مشروعیت استفاده از راهها و ابزارهای مختلف برای رسیدن به هدف مد نظر است. باید اضافه کرد در تبلیغات غرایز طبیعی مورد هدف است ولی در روابط عمومی، هدف عقلانیت ارتباطی بوده و غایت فعالیت‌های روابط عمومی، آگاهی بخشی به مخاطب و دستیابی به اجماع و نظر مشترک ضمن گفتگو و بحث استدلالی و بهره‌گیری از دیدگاه‌های مخاطب است.

باتوجه به اینکه تبلیغات در پی ارتباط یکسویه و منظم وحده بودن است بهتر است به جای تبلیغات از امور فرهنگی استفاده کرد.

ویژگی یک نوشته مطلوب در روابط عمومی:

- اصل مخاطب شناسی
- اصل زمان و مکان
- انتقال سریع پیام
- جامعیت
- روشنی و صراحت
- درست نویسی و نگارش مناسب
- توازن
- وحدت موضوع
- سلامت قلم

- نظم و ترتیب و طبقه بندی مناسب مباحث نوشته
 - انتخاب سبک مناسب
 - ارتباطات نوشتاری در روابط عمومی:
 - مکاتبات اداری (نامه ، گزارش اداری)
 - مقاله نویسی
 - گزارش نویسی برای مطبوعات
 - خبرنگاری
 - مصاحبه
 - پاسخگویی به رسانه ها (تکذیب ، توضیح ، اصلاح ، تأیید)
 - متون خاص (سخنرانی ، متن آگهی ، گزارش آگهی ، بروشور ، کاتالوگ ، تبریک و تسلیت)
- خبر:
- خبر یکی از اشکال عمده فعالیت روابط عمومی است و جایگاه ارزنده ای در فعالیت های روابط عمومی دارد .
- در واقع خبر اعلام و بیان چگونگی وقایع جالب ، غیرمعمولی و عینی زندگی اجتماعی و نقل عقاید و افکار عمومی است .
- ویژگیهای خبر :
- اعلام واقعه
 - بیان چگونگی واقعه
 - عینیت واقعه
 - جالب بودن واقعه
 - عمومی و اجتماعی بودن واقعه

کاربردها خبر:

- اطلاع رسانی
- برجسته سازی رویدادهای مختلف
- آگاهی بخشی و پیشگیری از بحران

ارکان خبر:

- که (چه کسی)
- کجا
- کی (چه وقت)
- چه (چه چیزی)
- چرا
- چگونه