

ارتباطات سازمانی

گردآوری شده در واحد بازاریابی شرکت کولان سل
زمستان ۱۴۰۱

ارتباطات در گروه، تیم و سازمان

ارتباطات چیست

- تبادل اطلاعات و معنی.
- انتقال اطلاعات از فرستنده به گیرنده به گونه‌ای که برای هر دو قابل فهم و واضح باشد.
- فرایندی است که طی آن افراد از راه انتقال علائم پیام، به ارسال و دریافت معنی کمک می‌کنند.
- ارتباطات فرایند تکوین معناست و تکوین معنا در گرو فهم و به اشتراک گذاشتن آن است. به یقین می‌توان بیان نمود بدون ارتباطات، سازمانی وجود نخواهد داشت، لذا ارتباطات مهم‌ترین رکن پدیدارشدن سازمان‌هاست؛ چرا که تاروپود سازمان‌ها را به هم پیوند می‌زند. ارتباطات سازمانی، فرایندی است که به وسیله آن سیستمی را برای گرفتن اطلاعات و تبادل معانی به افراد و ارگان‌های مختلف در داخل و خارج سازمان راه‌اندازی می‌کنند که در آن، ارتباط، ناظر به روابط کاری کارکنان درون یک سازمان است و مدیریت ارتباطات سازمانی، مدیریت این فرایند است.

اهمیت و ماهیت ارتباطات سازمانی

سازمان یک سیستم همکاری است و تحقق اهداف سازمانی نیز در نتیجه مجموعه فعالیت‌های اعضای آن امکان‌پذیر خواهد بود. شبکه ارتباطی سازمان به‌عنوان سیستم اعصاب سازمان این فعالیت‌ها را هماهنگ می‌کند.

برقراری ارتباطات مؤثر موجب تسهیل انجام امور سازمانی، ایجاد انگیزه در کارکنان و درک و رفع نیازهای آنان می‌شود.

هدف از برقراری ارتباطات، ایجاد تغییرات لازم در رفتار و تغییر در آن دسته از شرایطی است که سازمان بر آنها کنترل دارد.

ارتباطات مؤثر موجب افزایش کارایی، اثربخشی و کیفیت کار نیروی انسانی می‌گردد و برعکس ارتباطات غیرمؤثر، خستگی جسمانی و ناکامی عاطفی را به دنبال داشته و حتی تحلیل رفتگی شغلی را به همراه می‌آورد.

برخی از دلایل اهمیت ارتباطات در گروه و تیم کاری

۱. فراهم‌ساختن اطلاعات موردنیاز اعضای تیم و گروه
۲. گسترش نگرش اعضای تیم و گروه
۳. افزایش هماهنگی و رضایت شغلی میان اعضا
۴. عامل پیونددهنده و ضروری برای انجام همه وظایف رهبر تیم و گروه
۵. بیش از ۸۰ درصد از وقت رهبران تیم و گروه صرف برقراری ارتباط با دیگران می‌شود.

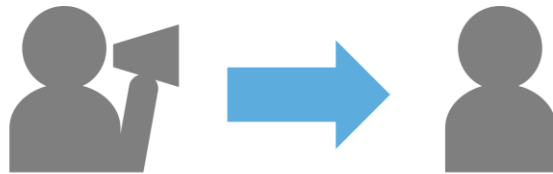
نقش ارتباطات چیست به‌ویژه در گروه و تیم

در یک گروه یا سازمان ارتباطات ۴ نقش ایفا می‌کند. آن‌ها عبارت‌اند از:

۱. کنترل
۲. ایجاد انگیزه
۳. ابراز احساسات
۴. ارائه

یک الگوی ارتباطی

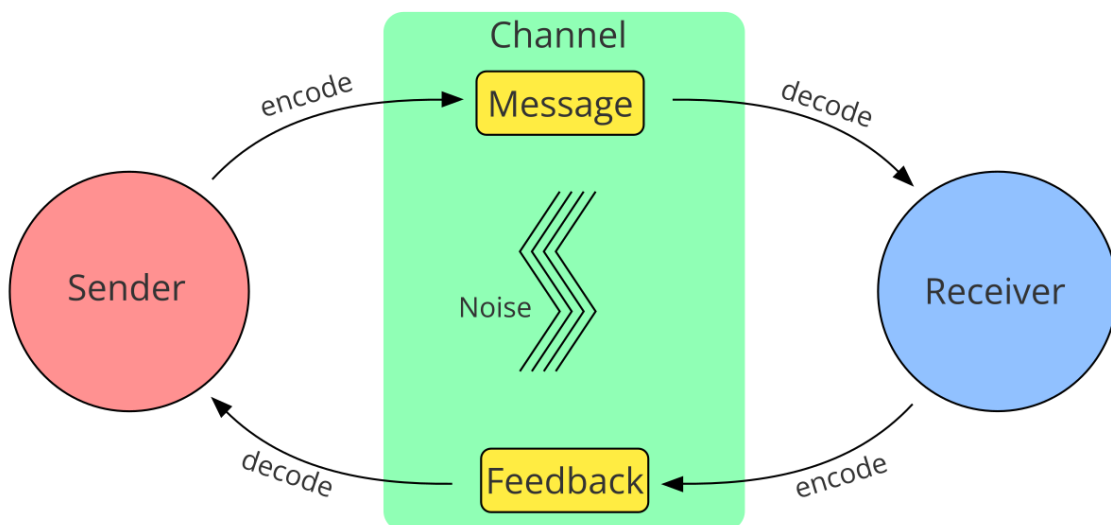
ساده‌ترین مدل فرایند ارتباطات بدین صورت است:



Sender → Message → Receiver

فرایند ارتباطات

فرایند تبادل پیام بین فرستنده و گیرنده را می‌توان به صورت زیر نمایش داد:



الگوی فرایند ارتباطات

عناصر فرایند ارتباطات عبارت‌اند از:

۱- فرستنده

منبع پیام که می‌خواهد مفهومی را منتقل کند.

۲- گیرنده

مخاطبی که قصد انتقال پیام به او وجود دارد.

۳- مفهوم ذهنی پیام

فکر و اندیشه‌ای که قرار است منتقل شود.

۴- رمزگذاری

تبدیل مفهوم ذهنی موردنظر فرستنده به نماد عینی پیام.

۵- کانال ارتباط یا رسانه

وسایل و مجاری ارسال پیام

۶- دریافت پیام

رسیدن پیام به گیرنده یا مخاطب.

۷- رمزگشایی

تبدیل کردن پیام به مفهوم ذهنی توسط گیرنده.

۸- ادراک پیام

تعبیر و تفسیر پیام و پی‌بردن به مقصود فرستنده.

۹- پارازیت یا اختلال

هر عاملی که از اثربخشی فرایند ارتباطات بکاهد.

۱۰- بازخورد

ابراز نظرها و واکنش‌های گیرنده در مقابل پیام

نکته:

اثربخشی ارتباطات تا حدود زیادی به " اعتبار منبع " در نزد گیرنده پیام بستگی دارد. اعتبار منبع نیز تحت تأثیر دو ویژگی آن قرار دارد: " تخصص و خبرگی " و " قابلیت اعتماد. "

ارتباطات یک‌جانبه و دوجانبه

ارتباطات از نظر چگونگی عکس‌العمل دریافت‌کننده پیام دو نوع است:

۱- ارتباطات یک‌جانبه (یک‌سویه)

ارتباطاتی است که در آن بازخورد وجود ندارد. یعنی عکس‌العمل گیرنده پیام بیان نشود.

۲- ارتباطات دوجانبه (دوسویه)

ارتباطاتی است که در آن بازخورد وجود دارد. این در صورتی است که گیرنده بتواند نظرهای خود را درباره پیام به اطلاع فرستنده برساند و به پیام ارسالی واکنش نشان دهد. مقایسه ارتباطات یک طرفه و دوطرفه

مقایسه ارتباطات یک طرفه و دو طرفه	
ارتباطات دو طرفه	ارتباطات یک طرفه
<ul style="list-style-type: none"> ▪ دقیق تر و صحیح تر است ▪ دریافت کنندگان از خودشان و قضاوت شان مطمئن ترند ▪ فرستنده بیشتر توسط گیرنده به خاطر ابهامها و اشتباهاتش مورد انتقاد قرار می گیرد 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ سریعتر است ▪ منظم تر است ▪ احتمال آشکار شدن و بحث در مورد اشتباهات فرستنده را کم می کند

ارتباطات سازمانی

تعریف ارتباطات سازمانی

ارتباطات سازمانی فرایندی است که طی آن مدیران یا رهبران گروهها و تیمها به تبادل اطلاعات و معنی با افراد و واحدهای داخل و خارج تیم یا گروه یا سازمان می پردازند.

انواع مسیرهای ارتباطی

انواع مسیرهای ارتباطی

بر اساس جهت ارسال پیام در سطوح سلسله مراتب سازمانی، انواع مسیرهای ارتباطی سه نوع اند:

۱- ارتباطات افقی

ارتباطات بین واحدها و گروههای کاری متعددی که در یک سطح سازمانی قرار دارند.

۲- ارتباطات عمودی

ارتباطاتی که در یک خط سلسله مراتب سازمانی (بین مسئولان و کارکنان در یک حوزه کاری از سازمان یا گروه) ایجاد می شود و خود بر دو نوع است:

- **ارتباطات از بالا به پایین:** ارتباطاتی که از یک سطح بالاتر به یک سطح پایین تر سازمانی جریان می یابد. مانند دستورات، بخشنامه ها، آیین نامه ها.
- **ارتباطات از پایین به بالا:** ارتباطاتی که از سطوح پایین شروع و به سطوح بالاتر سازمان جریان می یابد. مانند گزارش ها، پیشنهادها و درخواست ها.

۳- ارتباطات مورب

ارتباطات بین دو سطح متفاوت سازمانی، اما نه در یک خط سلسله مراتبی (بین دو حوزه متفاوت).

شبکه های ارتباطی در سطح سازمان

شبکه های ارتباطی سازمان از نظر شکل، ساختار و عملکرد دو نوع هستند:

الف - شبکه‌های غیررسمی: سیستم‌هایی که در اثر تعاملات غیررسمی افراد ایجاد می‌شوند.

ب - شبکه‌های رسمی: سیستم‌هایی که در اثر فرایندهای رسمی سازمانی به وجود می‌آیند.

الف - سیستم‌های ارتباطات غیررسمی

سیستم‌هایی که در اثر ایجاد و توسعه روابط غیررسمی در بین اعضای سازمان یا گروه و تیم ایجاد می‌شوند.

انواع شبکه‌های ارتباطی غیررسمی در سازمان عبارت‌اند از:

۱- شبکه‌های رشته‌ای

عوامل انتقال اطلاعات در امتداد یک خط قرار دارند و هر یک از این عوامل، اطلاعات دریافتی از عامل قبل خود از را به عامل بعدی انتقال می‌دهد.

۲- شبکه‌های انشعابی

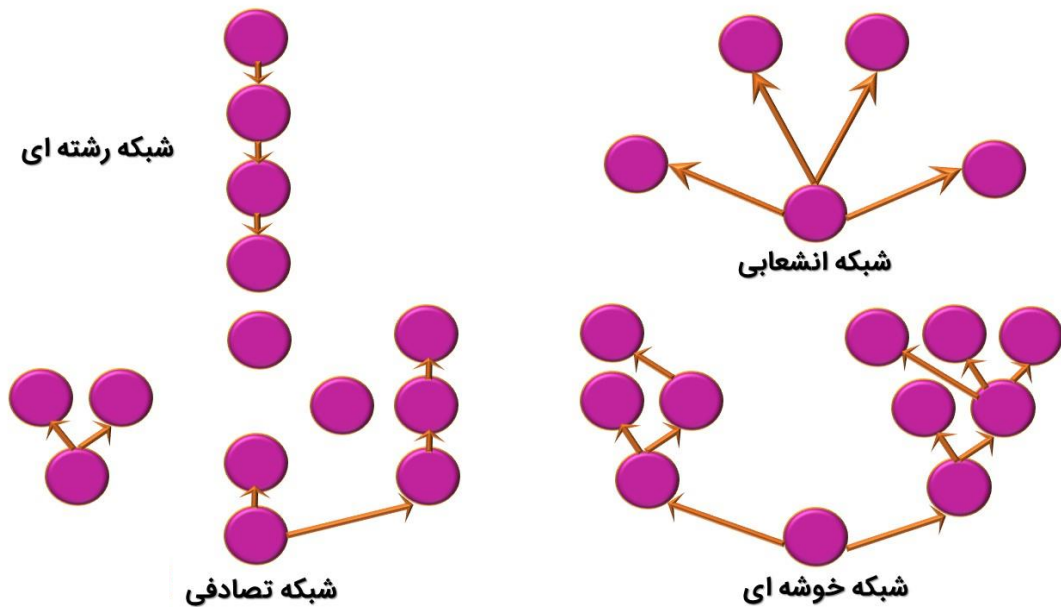
یکی از عوامل انتقال ، اطلاعات را به دست می‌آورد و آنها را بین بقیه اعضا منتشر می‌کند.

۳- شبکه تصادفی

عوامل انتقال‌دهنده به طور تصادفی اطلاعات را دریافت می‌کنند و همین ترتیب منتشر می‌سازند.

۴- شبکه‌های خوشه‌ای

هر عامل انتقال اطلاعات ، عوامل دیگری را انتخاب می‌کند و اطلاعات موردنظر را به آنها می‌دهد.



انواع شبکه‌های ارتباطات غیررسمی

ب - سیستم‌های ارتباطات رسمی

شامل مجاری رسمی تبادل اطلاعات مربوط به انجام وظایف و فرایندهای سازمانی است.

انواع شبکه‌های ارتباطات رسمی عبارت‌اند از:

۱- شبکه حلقه‌ای (دایره‌ای)

ارتباطات ممکن است از هر طرف آغاز گردد. این شبکه بیانگر سیستم ارتباطات جانبی است و در آن فردی که نقش یک رهبر مرکزی داشته باشد، وجود ندارد.

۲- شبکه چرخ‌ی (متمرکز)

در این الگو یک رهبر مرکزی وجود دارد که با هر یک از زیر دستان ارتباط دارد، ولی زیر دستان نمی‌توانند با یکدیگر ارتباط داشته باشند (نمودارهای سنتی سازمانی)

۳- شبکه زنجیره‌ای

حالت باز شده شبکه حلقه‌ای است که در آن هر فرد فقط با یک نفر دیگر تعامل دارد و دو فرد در اول و آخر زنجیره، بار انتقال اطلاعات را کاهش می‌دهند.

۴- شبکه ۷ شکل (سه شاخه‌ای)

در این شبکه یک عضو متخصص با یک مدیر اجرایی در کنش است.

۵- شبکه همه‌جانبه

همه افراد می‌توانند به طور مستقیم با یکدیگر تبادل اطلاعات و تعامل کنند.

همه جانبه	دایره ای	سه شاخه	زنجیره ای	ستاره‌ای	متمرکز	شبکه ارتباطی رسمی	
						شاخصهای مقایسه	
سریع	کند	متوسط	نسبتاً سریع	سریع	سریع	سرعت	۱
نسبتاً خوب	ضعیف	نسبتاً خوب	خوب	خوب	خوب	دقت	۲
فاقد هرگونه ساختار ارتباطی پایدار	فاقد ساختار ارتباطی پایدار	در حال شکل‌گیری	پایدار ولی در حال شکل‌گیری	پایدار و متشکل	پایدار (با شکل‌گیری فوری)	ثبات ساختار ارتباطی	۳
نامشخص	نامشخص	نسبتاً بارز	بارز	بارز	بسیار بارز	میزان وضوح جایگاه رهبر	۴
عالی	خیلی خوب	نسبتاً ضعیف	ضعیف	ضعیف	بسیار ضعیف	روحیه افراد	۵

انواع شبکه‌های ارتباطات رسمی

نکته:

- در شبکه‌های رسمی هر چه امکان تعامل مستقیم بین افراد بیشتر باشد، سرعت ارتباطات بیشتر، روحیه افراد بهتر و نقش فردی به‌عنوان رهبر (محور ارتباطات) کمتر می‌شود.
- شبکه متمرکز ساختاری سلسله‌مراتبی دارد.
- از شبکه همه‌جانبه هنگامی استفاده می‌شود که نیاز به خلاقیت و نوآوری زیاد است و محدودیت زمانی هم وجود ندارد.

ارتباطات میان فردی

ارتباطات میان فردی

شامل فرایند تبادل اطلاعات و انتقال معانی میان دو نفر و یا افراد یک گروه یا تیم است.

انواع ارتباطات میان فردی

۱- ارتباطات کلامی

- مزایا: سرعت در ارتباطات و امکان بازخورد
- معایب: امکان تحریف پیام، چون پیام از چندین نفر عبور می‌کند.

۲- ارتباطات نوشتاری

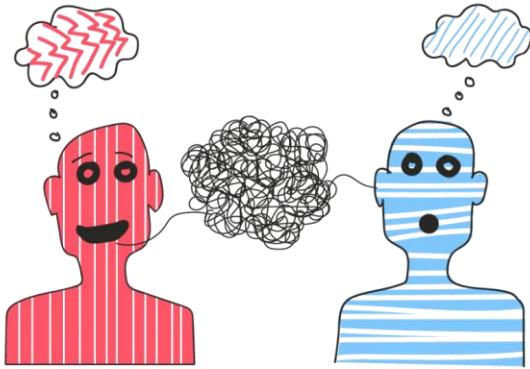
- مزایا: ملموس و عینی و قابل ثبت و ضبط هستند. امکان مراجعه مجدد به آنها وجود دارد. برای پیام‌های بلند و پیچیده مناسب است. بادقت، ژرف‌اندیشی و پشتوانه منطقی بیشتری آماده می‌شود.
- معایب: زمان بر - عدم بازخورد

۳- ارتباطات غیرکلامی

- حرکات دست، خاراندن سر، حالات صورت، لبخند، خشم، اخم، تن صدا، آهنگ و تأکید جملات، ارتباط چشمی.
- مزایا: از ارتباطات دیگر حمایت می‌کنند و نموده‌های ملموسی از احساسات و عواطف فراهم می‌سازد.
 - معایب: سوء برداشت از زبان بدن و ژست می‌تواند بر تفسیر گیرنده از پایان تأثیر بگذارد.



موانع ارتباطی در سطح افراد و اعضای تیم و گروه



برخی از مهم‌ترین موانع ارتباط میان فردی عبارت‌اند از:

۱- موانع ادراکی و شناختی

وجود تفاوت‌های ادراکی در زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی و روانی افراد.

۲- موانع ناشی از نقش اجتماعی

عادت‌کردن افراد به نقش خود در گروه یا تیم و خوگرفتن به مجموعه واژگان و اصطلاحات ویژه و تعابیر خاص متداول در آن گروه که کاربرد آن در گروه‌های دیگر نامناسب است.

۳- موانع ارزشی

وجود تفاوت‌های ارزشی و فرهنگی میان افراد گروه یا تیم

۴- موانع زبانی

نیاز به تعبیر و تفسیر اسناد و مدارک مکتوب که ممکن است این تفسیرها درست نباشند.

۵- موانع انگیزشی

حالات روانی و هیجان‌های روحی افراد (خشم، ترس، خوشحالی و ...) بر تعبیر و تفسیر آنها از محتوای پیام اثر می‌گذارد.

۶- موانع ناشی از عدم اطمینان به منابع

بی‌اعتمادی به منبع پیام موجود موجب بی‌توجهی به پیام می‌شود.

۷- وضوح علایم و دریافت علائم متناقض

موانع ادراک صحیح و تأیید پیام توسط گیرنده می‌شود.

۸- موانع ناشی از اختلال در ارتباطات

امکان ایجاد اختلال در مفهوم پیام، نحوه ارسال و ..

۹- ادراک انتخابی

افراد آنچه را که می‌بینند و یا می‌شنوند بر اساس علایق، پیش‌زمینه‌ها تجربیات و طرز فکر خود تعبیر و تفسیر می‌کنند.

۱۰- فیلترکردن

هنگامی اتفاق می‌افتد که فرستنده پیام، برای اینکه آن را برای گیرنده پیام خوشایندتر و مطلوب‌تر سازد آگاهانه اطلاعات را دست‌کاری می‌کند. عبور اطلاعات از سطوح مختلف سلسله‌مراتب سازمانی، می‌تواند زمینه‌ساز فیلترکردن اطلاعات شود.

۱۱ جنسیت

موانع ارتباط بین مردان و زنان. گاهی تفاوت‌های موجود بین زنان و مردان موجب ایجاد مانع در ارتباط بین آنها می‌شود.

روش‌های بهبود ارتباطات

روش‌های بهبود ارتباطات

۱. استفاده از بازخورد برای اطمینان از دریافت و درک صحیح پیام
۲. استفاده از ارتباطات شفاهی و رودررو برای افزایش دقت در ارسال پیام
۳. ارائه اطلاعات معتبر و کافی درباره فرستنده پیام به گیرندگان
۴. استفاده از زبان ساده و قابل فهم برای همه گیرندگان

سبک‌های ارتباطات

سبک ارتباطی هر فرد به‌عنوان عضوی از گروه یا تیم بر مهارت وی در برقراری ارتباط مؤثر با دیگران دلالت دارد.



عوامل مؤثر بر سبک ارتباطی عبارت‌اند از:

۱. دقیق بودن در انتقال پیام
۲. برقرارکردن ارتباطات باز و دوطرفه
۳. رک بودن و صراحت داشتن
۴. گوش شنوا داشتن
۵. توان برقرارکردن ارتباطات به صورت طبیعی و غیررسمی

انواع سبک‌های ارتباطی

۱- سبک دستوری

هنگام استفاده از این سبک، پیام‌ها باید صریح و روشن باشند، زیرا توان و تمایل افراد پایین است.

۲- سبک ترغیبی

از این سبک برای تغییر نگرش و افکار عمومی در سازمان یا گروه و تیم استفاده می‌شود.

۳- سبک حمایتی

برای ایجاد شناخت و برقراری تفاهم و ایجاد روابط سازگار میان افراد و اجتناب از موضع تدافعی، مورد استفاده قرار می‌گیرد. سبک حمایتی به دنبال ساخت یا تقویت رابطه مثبت بین شما و شخص دیگری است، درحالی‌که هنوز به یک مشکل رسیدگی می‌کند، بازخورد منفی می‌دهد یا با یک موضوع دشوار مقابله می‌کند.

۴- سبک تفویضی

از این سبک برای رشد افراد و افزایش صرفه‌جویی در وقت مدیران و رهبران گروه‌ها و تیم‌ها، استفاده می‌شود.

مهارت‌های ارتباطی حمایتی یعنی:

- به جای ارائه مشاوره/راهنمایی به آنچه گفته می‌شود گوش دهید.
- ارتباطات حمایتی مسئله‌محور هستند و نه شخص محور.
- متجانس، نه ناسازگار. ارتباط متجانس آنچه را که گوینده فکر و احساس می‌کند، منتقل می‌کند. قطعاً موقعیت‌هایی وجود دارد که احتیاط انتخاب مناسب‌تری نسبت به افشای کامل آنچه فکر و احساس می‌کنیم است؛ اما باین‌حال، در بیشتر موقعیت‌های ارتباطی، وقتی رک و راست باشیم، ارتباط مؤثرتری برقرار می‌کنیم. اگر صادق نباشیم، شنوندگان به آنچه می‌گوییم اعتماد نخواهند کرد.
- با نگاه کردن به شخص، با تکان دادن سر، علاقه و تأیید خود را نشان دهید.
- به فرد زمان و مکان برای صحبت کردن بدهید.

- مسئولیت اظهارات خود را بر عهده می‌گیریم و اذعان می‌کنیم که منبع ایده‌های منتقل شده ما هستیم و نه شخص دیگری. هنگامی که به دنبال اشخاص ثالثی می‌گردیم تا نظرات خود را به آن نسبت دهیم، ارتباط را «انکار» می‌کنیم.
- توصیفی، نه ارزشی. ارتباطات ارزشی بیانگر قضاوت شنونده یا اعمال اوست. برای اینکه یک ارتباط سازنده و مؤثر داشته باشیم، باید مشکلات را به طور عینی توصیف کنیم نه اینکه به شیوه‌ای ارزیابی‌کننده صحبت کنیم. ارتباط ارزشی شنونده را در حالت تدافعی قرار می‌دهد.
- درک خود را با جمع‌بندی و بازخورد بررسی کنید
- فرد را تشویق کنید تا آزادانه صحبت کند و نظرات و عقاید خود را بیان کند.
- بپذیرید که احساسات ممکن است به طور غیرمنتظره‌ای ظاهر شوند که این اتفاق طبیعی است.
- راه‌حل‌ها را برای مطرح‌شدن و بررسی فعال کنید.
- سعی کنید جنبه‌های مهم را شناسایی کنید و حواس شما به مسائل کوچک پرت نشود.
- تسهیل شفاف‌سازی راه‌حل‌ها و چارچوب زمانی برای اجرای آنها.
- اگر در شناسایی راه‌حل‌ها مشکل وجود دارد، استفاده از «سؤالات واضح» ممکن است این مشکل را حل کند.

اثرات ارتباطات سازمانی ناکارآمد

- ارتباطات غیرمؤثر باعث ایجاد اختلافاتی بین کارکنان و مدیریت می‌شوند.
- ارتباط ناکارآمد در یک سازمان، باعث ایجاد ناهماهنگی در بخش‌ها می‌شود. عدم هماهنگی باعث اختلافات شدید بین کارکنان، هدررفتن منابع و هزینه بالای تولید خواهد شد.
- برآورده‌ساختن خواسته‌ها و انتظارات مشتریان در زمان ناکارآمدی ارتباطات دشوار می‌شود. برای مثال، بخش فروش نمی‌داند که بخش بازاریابی چه وعده‌ای به مشتریان داده است.
- ارتباطات غیرمؤثر نیز می‌توانند باعث افزایش هدررفت منابع مالی شود.

چگونه می‌توان یک استراتژی ارتباط سازمانی مؤثر تهیه کرد؟

یک استراتژی ارتباطی اثربخشی تنها با در نظر گرفتن عوامل مهمی مانند ساختار، اهداف و ارزش‌های سازمانی ایجاد می‌شود. در زیر مراحل که می‌توان برای تهیه یک استراتژی ارتباطی مؤثر انجام داد، آمده است:

مرحله ۱: اندازه سازمان را تجزیه و تحلیل کنید.

در نظر گرفتن اندازه سازمان هنگام تهیه برنامه ارتباطی سازمانی، ضروری است. در یک سازمان بزرگ با چندین بخش، یک برنامه ارتباطی رسمی و از پیش تعیین شده لازم است تا همه کارکنان در همه

بخش‌ها به طور مؤثر کار کنند. ارتباطات غیررسمی می‌توانند در چنین سازمان‌هایی بی‌تأثیر باشند و باعث سوءتفاهم‌های مختلفی در بین کارکنان شاغل در سازمان شوند.

مرحله ۲: از کارکنان خود ایده بگیرید

گاهی اوقات، در نظر گرفتن ایده‌ها و نظرات کارکنان ممکن است به شما در ایجاد یک برنامه ارتباطی مؤثر کمک کند. کارکنان بهتر می‌دانند که کاستی‌های برنامه ارتباطی موجود چیست و چه کارهایی را می‌توان برای رفع این کاستی‌ها انجام داد.

مرحله ۳: از یک سازمان مشابه الهام بگیرید

می‌توانید به برنامه ارتباطی سازمان‌های با اندازه مشابه خود نگاه کرده و با رهبران آن‌ها صحبت کنید و از آن‌ها کمک بخواهید. شما می‌توانید برنامه ارتباطی مورد استفاده سایر سازمان‌ها را بر اساس الزامات سازمان خود تغییر دهید.

مرحله ۴: از کارکنان و مدیران بازخورد

بگیرید



مدیران و کارکنان کسانی خواهند بود که از روش‌های ارتباطی به طور روزانه استفاده می‌کنند؛ بنابراین، آن‌ها کاستی‌های برنامه را به خوبی می‌شناسند و می‌توانند پیشنهاداتی را برای تقویت برنامه ارائه دهند.

ارتباطات به واسطه رسانه‌های اجتماعی

در این میان، شبکه‌های اجتماعی در کنار راه‌های ارتباطی رسمی و غیررسمی موجود قرار گرفته و نقشی بی‌بدیل ایفا می‌کند. ارتباطاتی که اختیاری و برهم زنده ساختار رسمی سازمان است. نتایج مطالعات در زمینه ارتباطات سازمانی نشان داده‌اند که ارتباطات دلخواه کارکنان، رضایت شغلی و عملکرد کاری آنان را افزایش می‌دهد و همچنین منتج به موفقیت سازمان می‌گردد. اهمیت ارتباطات مؤثر، بدان دلیل است که انجام وظایفی نظیر برنامه‌ریزی، سازماندهی، هدایت، رهبری و کنترل را برای مدیران تسهیل می‌کند و همچنین مدیران را در تحقق وظیفه هماهنگی و استفاده بهتر از زمان یاری می‌رساند.

در سازمان‌ها، ارتباطات، فرایندی برای به هم پیوستن اجزای یک نظام است. ارتباطات سازمانی با ظهور فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطی، به کلی دستخوش تغییر و تحول شده است و موج روزافزون بهره‌گیری از فناوری، طی سالیان اخیر کشور ایران را نیز دربرگرفته و تا به آنجا پیش رفته که بسیاری از سازمان‌ها متوجه نقش فناوری‌ها و تکنولوژی‌های غیررسمی شده‌اند. بر اساس نظر Modaff ارتباطات سازمانی، به‌عنوان فرایند خلق، تبادل، تفسیر چه صحیح چه غلط و ذخیره‌کردن پیغام‌ها درون یک سیستم از روابط انسانی است.

اشتیاق انسان اجتماعی به برقراری ارتباط، وی را به سمت ارتباطات لحظه‌ای، برخط و مستمر کشانده که برخلاف محیط کار سنتی که مدیران و کارمندان به‌صورت رودررو ارتباط برقرار می‌کردند، هم اکنون محیط کار پراکنده در زمان‌ها و با زبان‌های مختلف، به‌واسطه کامپیوتر و تکنولوژی ارتباطات سازمانی برقرار می‌گردد.

طی سال‌های اخیر، با ظهور گوشی‌های هوشمند و فراگیر شدن دسترسی به اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی نقشی نوین در ارتباطات سازمانی بازی می‌کنند؛ چرا که به هر فرد اجازه می‌دهد تأثیری شگرفت در جامعه داشته باشد؛ هر کارمند به‌صورت بالقوه می‌تواند هزاران یا حتی میلیون‌ها دنباله‌رو داشته باشد، هر تجربه (چه خوب یا بد) برای افراد زیادی می‌تواند بازگو گردد. شبکه ارتباطی پیچیده و گسترده خارج از محدودیت‌های اداری برای هر فرد مهیاست و این نکته، شبکه‌های اجتماعی را به یک گزینه جذاب برای ارتباطات تبدیل نموده است. شبکه‌های اجتماعی این‌گونه تعریف شده‌اند: محلی که افراد می‌توانند سرگرم شوند، ارتباط برقرار کنند و در محیط اجتماعی مشارکت کنند. در تعریفی دقیق‌تر، شبکه‌های اجتماعی، از گروه‌های عموماً فردی یا سازمانی تشکیل شده است که از طریق یک یا چند نوع وابستگی به هم متصل‌اند و در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد مؤثر شبکه همگرا را تصویر می‌کنند و موفقیت و محبوبیت روزافزون آنها به دلیل داشتن رنگ و بوی اجتماعی است. در حقیقت، ویژگی بارز شبکه‌های اجتماعی، انعطاف‌پذیری و سهولت و سادگی کاربرد آنهاست.

در اصل باید پذیرفت سازمان‌ها باید رویکرد جدیدی به ارتباطات سازمانی داشته باشند. این در شرایطی است که شبکه‌های اجتماعی می‌تواند ابزار مناسبی برای سازماندهی به ارتباطات باشد.