

بررسی ارتباطات سازمانی از منظرهای مختلف مدیریتی

محمود شکوری رادپور^۱، عزیز نوبری اسفراینی^{۲*}

۱. دانشجوی دکترای مدیریت، دانشگاه گیلان، ایران

۲. دانشجوی دکترای مدیریت، دانشگاه چمران اهواز

چکیده

امروزه این سازمان ها و ارتباطات هستند که به زندگی ما شکل می دهند و تعیین کننده روابطی هستند که با آنها داریم. سازمان ها از طریق سیستم ارتباطات بر زندگی ما اثر گذاشته و نقش خود را ایفا می کنند. ما آنچنان در این ارتباطات و سازمان ها غوطه ور هستیم که از نقش اساسی ای که آنها بر زندگی ما دارند غافل هستیم.

هدف اصلی ما در این مقاله شناخت ارتباطات سازمانی از منظرهای مختلف مدیریتی است. نقشه ای از پیچیدگی فرایند ارتباطات سازمانی که در آن غوطه وریم ارائه دهیم. به شناخت ارتباطات سازمانی از منظرهای مختلف مدیریتی می پردازیم و تعاریف آنها از ارتباطات سازمانی را مورد مذاقه قرار می دهیم. با مدل ارتباطات در هر منظر آشنا شده و رابطه متصور برای ارتباطات و سازمان را بررسی می نماییم. کارکردگرایی، تفسیری، تئوری انتقادی، پست مدرنیسم و فمینیسم منظرهای مدیریتی ای هستند که هرکدام بر پایه مجموعه فرضیاتشان در مورد ماهیت ارتباطات، سازمان ها و حقیقت عمل می کنند. با شناخت این پنج رویه مطالعاتی در ارتباطات سازمانی و در نظر گرفتن آن به عنوان یک مفهوم می توان تحقیقات انجام شده خاصه در زمینه ارتباطات سازمانی در چند دهه اخیر را دقیق تر مورد بررسی قرار داد.

کلمات کلیدی: ارتباطات، سازمان، منظرهای مدیریتی

مجله مطالعات نوین در

اقتصاد، مدیریت و

حسابداری

دوره: ۱

شماره: ۱

فروردین ۱۳۹۸

صفحه: ۲۳-۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۱/۱۱

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۲/۱۴

تاریخ چاپ: ۱۳۹۸/۰۱/۲۰

Journal of New Studies
in Economics,
Management and
Accounting

Vol: 1

No.: 1

Season & Year: April 2019

Page: 4-23

*ایمیل نویسنده مسئول: azimnobar43@gmail.com

مقدمه

یقیناً هیچ دوره ای از تاریخ، بشر به اندازه ای که اکنون سازمان ها و ارتباطات در زندگی ما متمرکز شده اند نبوده است. برسرکار حاضر می شویم، به دانشگاه می رویم، در مناسک عبادی شرکت می کنیم، کارهای داوطلبانه انجام می دهیم، به گروه های اجتماعی و فرهنگی می پیوندیم، در فروشگاه ها و مراکز خرید عظیم خرید می کنیم، تحت تاثیر تبلیغات شرکت های بزرگ قرار می گیریم و به همکاری در رسانه های جمعی می پردازیم. انسان ها باهم ارتباط برقرار می کنند و به سازماندهی مخلوقات می پردازند. از طریق عضویت در سازمان های مختلف و ارتباطاتی که با سایرین داریم جایگاهی برای خود قائلیم.

این سازمان ها و ارتباطات هستند که به زندگی ما شکل می دهند برای اثبات این مدعا نیاز به درک فرایند ارتباطات سازمانی داریم. آنچه مسلم است ارتباطات یکی از ویژگی های مهم و تعیین کننده سازمان ها است. در واقع دو اصطلاح سازمان و ارتباطات به صورت تنگاتنگی بهم نزدیک هستند. این ارتباطات است که سازمان ها را شکل می دهد ایده ای که توسط تعدادی از محققین حوزه ارتباطات سازمانی مورد تاکید قرار گرفته است (۲؛ ۲۷). به این معنی که فعالیت های ارتباطی از لازمه های زندگی سازمانی است. بدون ارتباطات سازمان ها به عنوان اجتماعات انسانی هدفمند قادر به حیات نخواهند بود بنابراین سازمان ها مکانی فیزیکی که در آن افراد با هم ارتباط برقرار می کنند نیست بلکه سازمان ها وجود دارند چرا که افراد با یکدیگر ارتباط برقرار می کنند و سیستم های پیچیده ای از معانی که به آن سازمان می گوئیم ایجاد می کنند.

فعالیت های ارتباطی اعضای سازمان به وسیله قوانین سازمانی و ساختارهایی که توسط سازمان ها توسعه داده شده اند هم ممکن و هم محدود می شود (۱۷). یکی از راه های مفید برای تفکر در مورد سازمان ها نگاه کردن به آنها به عنوان الگوهای پیچیده ای از عادات ارتباطی است. همان گونه که یک فرد در زندگی معمولی خود عاداتی را پایه ریزی می کند؛ افراد در سازمان ها نیز الگوهای رفتار ارتباطی که به هماهنگی فعالیت های هدف محور کمک می کنند برمی گزینند. برای مثال یک جلسه کاری پدیده ای ارتباطی است که حول قوانینی ساختاردهی شده تا شکل یک جلسه را به خود بگیرد و آن را از مکالماتی که معمولاً در راهروها صورت می گیرد مجزا کند.

تعاریف و مفاهیم مختلفی از ارتباطات وجود دارد، در این مقاله ما منظری معناگرا به آن را انتخاب می کنیم. در این دیدگاه ارتباطات به عنوان فرایندی پایه ای و ترکیبی به شمار می آید که از طریق آن افراد تجربه اندوزی کرده به شناخت از جهانی که در آن زندگی می کنند دست می یازند. به عبارتی دیگر ارتباطات فقط تشریح آنچه اتفاق افتاده نیست بلکه در واقع واقعیات اجتماعی افراد را می سازد (موجب ساخت های اجتماعی می شود). برای مثال اعضای سازمانی که خود را یک خانواده می خوانند واقعیاتی اجتماعی کاملاً متفاوت با آنچه در سازمانی که استعاره ماشین بر آن مسلط است و اعضای آن خود را مانند چرخنده های ماشین می بینند، ساخته است (۳۲). ساختار ارتباطات است که معین می کند ارتباطات جمعی، افقی یا عمودی به چه صورت برقرار گردد (ص ۱۸۶).

از این منظر ارتباطات را می توانیم به این صورت تعریف کنیم: "فرایندی پویا و جاری از استعاره ها، تشریفات، داستان ها، لباس ها و فضاها" (۲۶، ص ۱۵). با استفاده از این تعریف ارتباطات سازمانی را می توانیم فرایند ساخت و به گفتمان نهادن سیستم های جمعی و هماهنگ شده ای از معانی از طریق اعمال نمادین برای دست یابی به اهداف سازمانی تعریف نماییم. با این تعریف اکنون به توسعه چارچوبی برای بررسی رویکرد های مختلف به ارتباطات سازمانی می پردازیم.

دسته بندی تئوری های ارتباطات سازمانی

برای مقایسه منظرهای مختلف به ارتباطات سازمانی چارچوبی کلی از تئوری ها را پایه ریزی کرده تا فرضیات پایه ای آنها را مورد بررسی قرار دهیم. برای مثال یک تئوری برای شناخت اشیاء چه فرضیاتی را بکار می بندد؟ (معرفت شناسی^۱) در مورد ماهیت واقعیات چه فرضیاتی دارد؟ (هستی شناسی^۲) فرضیات آن در مورد ارتباطات کدامند؟ محققین تعدادی چارچوب را معرفی نموده اند که هر کدام در ایجاد تصویری منسجم از روابط و تفاوت ها میان تحقیقات مختلف انجام شده مفیداند (۶؛ ۱۱؛ ۲۳).

در عصری زندگی می کنیم که با بحران بازنمایی^۳ مواجه شده است (۲۱). این عبارت در دو سطح قابل فهم است. اول آنکه عبارت "بازنمایی" به ادعاهای دانشی اشاره دارد که محققان در جنبه های مختلف از جهان ارائه

1 Epistemology

2 Ontology

3 Crisis of Representation

می کنند. از این منظر بعدی معرفت شناسانه (چگونه به شناخت اشیاء می رسیم؟) دارد؛ باورهایی که بعضی اندیشمندان دانشگاهی دارند مبنی بر امکان ساخت ادعاهای دانشی که به درستی منعکس کننده و نشان دهنده یک جهان عینی موجود است. چنین دیدگاهی از دانش بر علوم اجتماعی مسلط است. اما عبارت "بحران" به چالش های اخیر اشاره دارد که به این مدل غالب وارد آمده است. در این سی سال گذشته یا دورتر، روش های چندگانه و رقیب برای دانستن قد الم کردند که هر کدام مجموعه ای از راه حل ها برای مدل بازنمایی را طرح ریزی نمودند.

در سطح دوم عبارت "بازنمایی" می تواند به موضوع "صداها" اشاره داشته باشد. به این معنا که کدام گروه ها در جامعه ما فرصت و منابع سخن گفتن و اظهار علایق خود و دیگر گروه ها را دارد؟ این موضوع با گوناگون تر شدن جوامع بگونه ی فزاینده تری پیچیده شد. سال هایی نه چندان دور گویی زندگی ساده تر بود؛ فرهنگ ملی یکپارچه با ارزش ها و قوانین اجتماعی معین، در چنان شرایطی طلاق و جدایی کمتر شنیده می شد. پدر کسی بود که قدرتمند بوده و توانایی حل هر مشکلی را داشت و در کاری معین اشتغال داشت و به امنیت شغلی آن اطمینان داشت.

آنچه که در اینجا مبرهن است آن است که دو مفهوم از بازنمایی که در اینجا صحبت شد به هم مرتبط اند. همان گونه که موضوع "صداها" در قرن ۲۱ پیچیده تر شد موضوعات معرفت شناسی مرتبط با چه ادعای دانشی قابل قبول به حساب می آید نیز به همان میزان غامض می نماید. در حالی که روش علمی به عنوان روش حاکم بر تولید دانش جهانی شناخته شده است ما منظرها و تئوری هایی که با هدف غنی سازی فعالیت های اجتماعی به شیوه ای که روش علمی نمی تواند را مورد مقایسه قرار می دهیم.

حال سوال این است که چگونه می خواهیم بحث بحران بازنمایی را به تلاش ما در تهیه چارچوبی مفید برای فهم تئوری های ارتباطات سازمانی ربط دهیم؟ یک راه برای تفکر در مورد دیدگاه های رقیب در علوم اجتماعی، نگرستن به آنها به عنوان نمایی از چالش هایی با پیچیدگی فزاینده برای رسیدن به مدل بازنمایی دانش که در بالا بحث شد است. در ادامه به پنج دیدگاه می پردازیم. هریک از آنها پیشرفت هایی در عمق بخشیدن به بحران بازنمایی را ارائه می دهد که عموماً در علوم اجتماعی است و برای ما در بررسی ارتباطات سازمانی اهمیت بیشتری دارد.

این منظرها را مباحثه می‌نامیم چرا که بر این باوریم که هر دیدگاه حاصل اجماعی از اندیشمندان دانشگاهی است که تحقیقات و قوت و ضعف تئوری‌هایشان را با یکدیگر به بحث گذاشته‌اند. فیلسوف فرانسوی، میشل فوکالت (۱۹۷۲ و ۱۹۸۰) از اصطلاح "مباحثه" برای شرح سیستمی از شدنی‌ها در خلق دانش استفاده نموده است. در واقع قوانین یک مباحثه خاص تنظیم‌کننده آنچه است که ادعای دانشی مشروع خوانده می‌شود. پنج مباحثه مورد بحث عبارتند از:

- ۱) کارکرد گرایی^۱: مباحثه‌ای از بازنمایی
- ۲) تفسیر گرایی^۲: مباحثه‌ای از شناخت
- ۳) نظریه انتقادی^۳: مباحثه‌ای از بدگمانی
- ۴) پست مدرنیسم^۴: مباحثه‌ای از آسیب پذیری
- ۵) فمینیسم^۵: مباحثه‌ای از توانمندسازی

هریک از این مباحثه‌ها ارتباط خاصی با سنت مدرنیته دارند. مدرنیسم اشاره به یک دوره تاریخی و نحوه تفکری دارد که علم، عقلانیت و پیشرفت تم غالب آن است. مدرنیسم دوره‌ای است که افسانه‌ها و خرافات جایشان را به این ایده می‌دهند که هر فردی از طریق تفکر عقلایی می‌تواند به شناختی از جهان دست یابد. همانگونه که در گفته امانوئل کانت در عصر روشنگری عبارت "شهامت دانستن"^۶ بر این نکته اشاره دارد (۲۲، ص ۳۲).

در واقع علم به مدرنیسمی اشاره دارد که در منتهی درجه پیشرفت توانایی‌های عقلایی که منجر به رهایی از محدودیت‌های دنیای طبیعی است. در قرن ۱۹ انقلاب صنعتی و ظهور علوم انسانی (اجتماعی، روانشناسی و غیره) شواهدی از اثرات مثبت مدرنیسم بر شرایط بشری هستند. در واقع اصول مدرنیسم در ریشه‌های اصول دموکراتیک به سبک غربی هستند. برای مثال "اعلانیه حقوق بشر" جین جاکوب روسو (که به تحریک برای

1 Discourses
 2 Functionalism
 3 Interpretivism
 4 Critical theory
 5 Postmodernism
 6 Feminism
 7 Dare to know

انقلاب فرانسه در ۱۷۹۲ کمک کرد) این نکته را در بر داشت که هر فردی بدون توجه به جایگاهش در زندگی حق آزادی دارد. چنین مفهومی در جوامع ماقبل مدرنیته که اختیارات توسط کشیش ها و پادشاهان که توهم حق خدادادی قانون گذاری برای خود قائل بودند و نیز زمانی که هرکسی در جایگاه اجتماعی خود به دنیا می آمد و تمام زندگی اش را ملزم به حصر در آن بود؛ قابل طرح نبود.

بنابراین مدرنیسم روابط انسانی را نسبت به جهان بصورت اساسی دگرگون کرد. بعضی محققین مدرنیسم را زمانی محقق یافته می دانند که فرد را عقلایی تصور کرده، تفکر پا به عرصه وجود می نهد (برای مثال فکالت، ۱۹۷۳). علاوه بر این سازمان به عنوان شکلی از بنگاه بلاشک محصولی از مدرنیسم است. سازمان به عنوان ساختاری بروکراتیک، مکانیزمی است که به رسمی سازی نحوه تفکر مدرنیسم کمک می کند و رشد سرمایه داری صنعتی را امکان پذیر می کند.

در ادامه به معرفی هریک از مباحثه ها در جزئیات بیشتر می پردازیم و مدل ارتباطاتی که هریک دربر دارند را مشخص می کنیم.

کارکرد گرایی: مباحثه ای از بازنمایی

این مباحثه اصول اولیه مدرنیست را بی کم و کاست و بدون پیچیدگی دربر دارد. حامیان این مباحثه بر این باورند که پیشرفت و رهایی

^۱ به بهترین نحو از طریق فرایند اکتشاف قابل دستیابی است و با کاربست اصول علمی به تدریج، جهان را برای ما روشن می کند. کارکرد گرایی امروزه مباحثه غالب در علوم اجتماعی است و طبق آن محقق آزمایشات کنترل شده ای را اجرا می کند تا ادعاهایی سببی در مورد رفتار انسان بسازد. در ادبیات نویسنده انگلیسی آرتور کوکن دوپل شخصیت شرلوک هولمز را می پردازد که تماما این اصول را دربر دارد؛ از قدرت مشاهده و اکتشافش برای حل معماها استفاده می کند. داستان های شرلوک هولمز در اواخر قرن ۱۹ نگارش شد، دقیقا زمانی که ایده علم به عنوان روشی برای رسیدن به حقیقت و زندگی بهتر جایگاه قوی در جامعه پیدا کرده بود.

اکثر مطالعات چند دهه اخیر پیرامون ارتباطات سازمانی در این حوزه انجام گرفت. مطمئنا تئوری های مدیریت اخیر مانند مدیریت علمی، بروکراسی و تئوری روابط انسانی بر پایه اصول کارکردگرایی بنا شده اند.

1 Emancipation

بعلاوه بسیاری از مطالعات مقطعی در موضوعاتی مانند رهبری (۴)، ارتباطات رئیس و مرئوس، اجتماعی شدن سازمانی (۲۰) و تکنولوژی ارتباطات در این حوزه شکل گرفته اند. هدف این گونه تحقیقات ساخت ادعاهای پیش بینی کننده و قابل عمومیت دادن در مورد رفتار انسانی در سازمان ها است. برای مثال آلیس ایگلی روانشناس در تحقیقش پیرامون رابطه بین جنسیت و رهبری بدنبال اندازه گیری کمی و ساخت ادعاهای قابل عمومیت دادن در مورد تفاوت ها و شباهت های میان رهبران زن و مرد در سازمان ها است.

چه فرضیاتی در باره ارتباطات در این مباحثه وجود دارد؟ متناسب با مباحثه بازنمایی، ارتباطات به عنوان ابزاری برای بیرونی سازی ایده های درونی شناخته می شود. از این جنبه ارتباطات وسیله یا مجرای است که از طریق آن افکار و دانش پیرامون جهان قابل بیان و تسهیم می شود. بنابراین ارتباط پیرامون جهان با خود جهان دو مقوله جدا از هم هستند.

این فرضیات توسط مدل ریاضی ارتباطات شانون و ویور (۱۹۴۹) به خوبی شرح داده شده است. شانون و ویور به عنوان محققین آزمایشگاه تلفن بل بسیار علاقه مند بودند تا سیستم های کارایی را برای انتقال اطلاعات از فرستندگان به گیرندگان، توسعه دهند. آنگونه که آنها بیان کردند "مسئله اساسی ارتباطات تولید مجدد پیامی انتخاب شده در نقطه ای دقیقا یا تقریبا در نقطه ای دیگر" (ص ۳). اما از آنجا که شانون و ویور مهندس بودند ارتباطات را نیز همانند یک مسئله مهندسی تعریف کردند و به موضوعاتی مانند اطلاعات، اختلالات، گنجایش کانال و اطلاعات زائد پرداختند. بنابراین اگرچه مدل آنها به خوبی نتوانست ارتباط چهره بچهره تعاملات اجتماعی را ارائه دهد اما برای مدت زیادی در شاخه های مختلف تحقیقات در مورد ارتباطات تسلط خود را حفظ کرد. حتی امروزه که محققین زیادی آن را مورد نقد قرار دادند، تسلط خود بر درک عمومی از کارکرد ارتباطات را دارد.

استفن اکسلی (۱۹۸۴)، پژوهشگر مدیریت، برخی فرضیات این مدل مجرای به همراه پی آمد های منفی آن برای فرایند ارتباطات سازمانی را بخوبی شرح داده است. برای مثال مدل مجرای موضوعات مهم ارتباطی مانند ۱- ابهام بالقوه در معانی در تمام فعالیت های ارتباطی ۲- ارتباطات با گویندگانی با معانی ناخواسته ۳- نقش گیرندگان در ایجاد معانی از فعالیت های ارتباطی ۴- نیاز به اطلاعات مازاد برای اطمینان از فهم درست دیگران از پیام. در واقع اکسلی در مطالعه موردی قوی اش نشان داد که استعاره مجرا این باور را به ما القا می کند که برقراری ارتباطات نسبتا ساده و فعالیتی بدون مشکل است و نیاز به زحمت کمی دارد. این گرایش به موفقیت

بدون تلاش ممکن است پیشگیری در سازمان ها را سخت نماید. سازمان هایی که با درجه ای از پیچیدگی ساختاری و نظام معانی ارتباطات خوب را در اولویت قرار می دهند. زمانی که ارتباطات نسبتا بدون زحمت و ساده شناخته شود، دیگر از آن به عنوان علت مشکلات سازمانی یاد نخواهد شد. یا زمانی که مدیران مسائل ارتباطی را در سازمان تشخیص می دهند اکثرا راه حل های ساده ای که از پیچیدگی های فرایند ارتباطات چشم پوشی نموده اند را بکار خواهند برد.

تفسیر گرای: مباحثه ای از شناخت

مباحثه تفسیری راه دیگری را پیش روی مباحثه بازنمایی کارکرد گرایی می نهد. اگرچه تفسیر گرایی تنها در سی سال گذشته بر تحقیقات پیرامون ارتباطات سازمانی تاثیر خود را گذاشته است اما ریشه های آن بسیار قدیمی تر است. گاهی از آن با عنوان ساخت گرایی اجتماعی یاد می شود؛ این منظر رابطه مستقیمی میان فرایند ارتباطات و هویت ما با خوی انسانی می بیند. به عبارت دیگر تفسیر گرایان بجای پرداختن به ارتباطات به سادگی یک مجرا یا وسیله انتقال ایده های شکل داده شده در مورد جهان عینی، ارتباطات را شکل دهنده حقیقی آن جهان می دانند. یک مثال از این دیدگاه تفسیریون در مورد این نظریه که ارتباطات سازمان ها را شکل می دهند در ادامه خواهیم آورد.

حتما به این نتیجه رسیده اید که این منظر مدل بازنمایی غالب در مورد رفتار انسانی را پیچیده ساخته است. اگر ارتباطات تشکیل دهنده هویت و حقیقت انسانی شود آنگاه به راحتی نمی توانیم خود، دیگری و جهان را در یک سو و ارتباطات پیرامون آنها را در سمت دیگر قرار دهیم. به سرعت در خواهیم یافت که مدل بازنمایی از دانش آنگونه که ابتدا بنظر می رسید بی اشکال نخواهد بود. دیگر واقعیت عینی خارجی که منتظر کشف شدن است، وجود ندارد. چرا که این انسان ها هستند که واقعیات را زمانی که با یکدیگر تعامل می کنند می سازند. بنابراین مدل های پیش بینی و عمومیت دادن به رفتار انسانی روشی برای حصول فهم عمیق تر از راه هایی که انسان ها نظام های پیچیده از معانی را می سازند را برایمان شرح می دهند. هانس گادامر (۱۹۸۹) فیلسوف، با بیان عبارت "زبان تنها یک دارایی بشر در جهان نیست بلکه این حقیقت که شخص یک جهان جدا دارد نیز به آن بستگی دارد" دیدگاه زبان و ارتباطات را جمع بندی می کند (ص ۴۴۳).

مباحثه تفسیری مدعی ارتباط نزدیکی میان ارتباطات و واقعیات اجتماعی است. دیدگاهی که در رشته ارتباطات سازمانی اثر عمیقی در این سی سال داشته است. نگاه به ارتباطات بطور قابل توجهی تغییر کرد و از دیدگاهی که مبتنی بر آن ارتباطات یک اتفاقی بوده که در سازمان ها می افتد، به یک فرایند پویا که در واقع سازمان ها را می سازد، تغییر نمود (۲۸). در ادبیات تحقیقاتی که پیرامون فرهنگ سازمانی صورت گرفته اند این مطلب به بهترین نحو ارائه شده است.

مطالعه سازمان ها به مثابه فرهنگ ها بر رفتار هر روزه اعضای سازمان تمرکز دارد تا نشان دهد فعالیت های ارتباطی معمول آنها اساس وجودی سازمان ها است. به عبارت دیگر چنین رویدادهای ارتباطی تشکیل دهنده سازمان ها در نظر گرفته می شوند. بنابراین محققین به مطالعه داستان ها (۵)، تشریفات (۳۴)، استعاره ها (۳۲)؛ (۳۴) و شوخی های کاری (۳۵) پرداختند. در هر مورد این فعالیت های ارتباطی به عنوان اساس انسجام اعضای سازمان واقعیت اجتماعی آنها را شکل می دهند. بعلاوه محققین در این حوزه تمایل به رد روش های کمی و تایید روشهای کیفی مانند مصاحبه شفاهی و مشاهده مشارکتی (که در آن محقق یکی از اعضای سازمان مورد مطالعه خواهد شد) دارند. در اینجا هدف اجازه دادن به اعضا برای بیان دانستنی های خود در مورد زندگی سازمانی است نه اینکه نگرش ها و رفتارهای آنان به اجبار واکاوی شود.

در یک مطالعه در دیزنی لند روت اسمیت و اریک ایسنبرگ (۱۹۸۷) با استفاده از مصاحبه شفاهی به بررسی شناخت مدیران و کارکنان از دیزنی لند به عنوان محیطی برای کار از طریق استعاره ها پرداختند. مولفان رقابت میان دو استعاره "نمایش" (ابراز شده توسط مدیران) و "خانواده" (ابراز شده توسط کارکنان) را که ریشه در یک مباحثه درون صنعتی دارد را خطری برای گسیخته شدن تصویر منسجم ساخته شده از دیزنی لند به عنوان "شادترین مکان بر روی زمین" می دانند. یکی از ویژگی های جذاب این مطالعه آنست که نشان می دهد این استعاره ها فقط راه هایی برای صحبت در مورد زندگی در دیزنی لند (یک دیدگاه بازنمایی) نیست بلکه برای شکل دادن هویت کارکنان و تجربیاتشان ضروری است (یک دیدگاه تفسیری). بنابراین کارکنان تنها در مورد دیزنی لند به عنوان یک سازمان خانوادگی صحبت نمی کنند بلکه در واقع از طریق این ساختار سمبولیک آن را تجربه می کنند.

از منظر تفسیری دنیای واقعی یک دنیای سمبولیک است و آن سمبول ها هستند که به ما اجازه می دهند تا زندگی معنادار و منسجمی داشته باشیم. در واقع بسیاری از تفسیریون بر این باورند که جهان سمبولیک تنها جهانی است که می توانیم بشناسیم و ما به جهان پیرامونمان دسترسی مستقیم نداریم بلکه این شناخت همواره با میانجی گری زبان، سمبول ها و فعالیت های ارتباطی همراه بوده است. در مورد سازمان ها نیز این مطلب صادق است و به آنها به عنوان ساختاری که در آن ارتباطات (مانند تبادل اطلاعات) صورت می گیرد نگریده نمی شود بلکه پدیده ارتباطات با فعالیت های ارتباطی هر روزه اعضای آنها بوجود می آید (۱۹، صص ۶۷-۷۰).

نظریه انتقادی: مباحثه ای از بدگمانی

دیدگاه انتقادی نیز همانند رویکرد تفسیری، واقعیت را محصول فعالیت های ارتباطی مشترک فعالین اجتماعی می داند. تفاوت آن در تمرکز آن بر روی نقش قدرت یا کنترل در فرایند ایجاد واقعیت است. نظریه پردازان انتقادی بر این باورند که گروه های اجتماعی متفاوت سطوح دسترسی مختلفی به منابع ارتباطی و سمبولیک دارند لذا این گروه های قدرتمند هستند که فرایند ساخت واقعیت را شکل می دهند. بنابراین عبارت "مباحثه ای از بدگمانی" برای تئوری انتقادی به این نکته اشاره دارد که کاربرد قدرت عموماً مخفی صورت می گیرد. این گونه است که اعمال قدرت همواره با اعمال مستقیم زور قدرتمند بر ضعیف صورت نمی گیرد بلکه از راه های زیرکانه برای شکل دهی روش های تفکر افراد و تجربه آن ها از جهان استفاده می کند.

محققین انتقادی ارتباطات سازمانی به پیچیدگی های برخورد ارتباطات و قدرت علاقه مند هستند (۲۵). بر اساس منظر تفسیریون که سازمان ها را ساخته ارتباطات می دانند، محققین انتقادی فرایند ساخت معانی سازمانی را بدون در نظر گرفتن سازمان ها به عنوان ساختارهای سیاسی که قدرت در آن نقش اساسی را ایفا می کند را غیر ممکن می داند. علایق متفاوت گروه ها در شکل دهی معانی سازمانی که واقعیت را برای اعضا شکل می دهند، رقابت می کنند. برای مثال مدیران ممکن است به مهندسی فرهنگ سازمانی خاصی برای درونی سازی کارکنان بپردازند درحالی که کارکنان ممکن است به صورت فعال نسبت به آن فرهنگ مقاومت کنند (مثلاً با ساختن طنزهایی در مورد آن) چرا که آن را تلاشی برای مجبور ساختنشان به کار بیشتر می دانند. محققین انتقادی از خود می پرسند چگونه سیستم های معانی از طریق فعالیت های سمبولیک و ارتباطاتی اعضای سازمان تولید و چگونه این معانی روابط قدرت سازمانی را تحکیم یا با آن به مقابله می پردازد.

برای مثال میکایل روزن (۱۹۸۵، ۱۹۸۸) به مطالعه مناسک شرکت آی بی ام پرداخت تا نشان دهد که به چه میزان وقایع هماهنگی مانند جشن های کریسمس شرکت و صبحانه های شرکت می توانند به طور زیرکانه ای دیدگاه مدیران خیره سازمان را حمایت کند.

منظر انتقادی با درنظر گرفتن پروژه مدرنیست دریافته است که ایده های پیشرفت و رهایی که دو محور در عصر روشنگری است در واقع دو لبه یک شمشیر است. از یک طرف در ۱۵۰ سال گذشته پیشرفت های سریع در علوم و تکنولوژی منجر به زندگی بهتر برای مردم شد و از طرفی این پیشرفت موجب فزونی شکل های پیچیده ای از کنترل شده است که بصورت زیرکانه ای مردم را برای کسب سود استثمار می کند. همانگونه که استن دیتز (۱۹۹۲) محقق ارتباطات سازمانی می گوید، ما در عصر "استثمار شرکتی"^۱ بسر می بریم زمانی که هویت هایمان بشدت توسط شرکت های جهانی شکل داده می شوند. از این جهت منظر انتقادی بدنبال نقد گفتار مدیرگرایانه است و تلاش می کند تا به کسانی که نسبتا قدرت کمی در سازمان دارند قدرت ابراز عقیده بدهد.

پست مدرن: مباحثه ای از آسیب پذیری

پست مدرن در رویکردی دانشی بزرگ ترین چالش را در مباحثه بازنمایی مطرح می کند. پست مدرن مفاهیم عمومی ما در مورد آنچه می دانیم و چگونه می دانیم آنچه را می دانیم را شدیداً مورد سوال قرار می دهد. از این رو فهم عمومی ما از جهان در برابر منظرهای چندگانه دیگر "آسیب پذیر" است.

برای فهم آنچه که محققین آن را "عارضه پست مدرن" می نامند (۲۴) باید بین دو اصطلاح متمایز اما مرتبط تمایز قائل شویم. اول پست مدرنیته، همانگونه که از عبارت پست مدرنیته می توان دریافت عموماً به دوره تاریخی خاصی بعد از مدرنیته اشاره دارد. زمان دقیق شروع این دوره کاملاً سلیقه ای است (بعضی برای این باورند که هنوز دوره آن فرا نرسیده و هم اکنون نیز در عصر مدرنیسم قرار داریم). بعضی ریشه های آن را در اواخر قرن ۱۹ می دانند همزمان با نوشته های نیچه و اعلان "مرگ خدا"^۲ از طرف او (مثلاً، مرگ هرگونه جهان شمولی حقیقت و ظهور منظرهای چندگانه از جهان). عده ای نیز پست مدرن را پدیده ای نوظهورتر می دانند.

1 Corporate Colonization

2 Death of God

برای مثال چارلز جنکز تولد نمادین پست مدرن را در ساعت ۳ و ۳۳ دقیقه عصر روز ۱۸ جولای ۱۹۷۳ اعلام کرد، زمانی که پروژه ساختمانی پرویتیگو در خیابان لوئیس ویران شد، می داند (۱۸). چرا این لحظه نشانه‌هایی از تولد پست مدرن را داشت؟ جنکز ویرانی این پروژه ساختمانی را نشانی نمادین از شکست ایده‌های اصلی مدرنیته - کاربرد اصول عقلانی برای مسائل انسانی اجتماعی - می داند. در واقع ساختمان‌های عظیم و یکسان برای فراهم ساختن مسکن‌های ارزان قیمت به نظر راه حل مناسبی برای مشکل رشد شهری می آمد. بعلاوه با ایجاد محیط‌های همسان و قابل پیشبینی، نگرانی مدرنیست‌ها را برای قطعیت و کنترل نیز برطرف می کرد. اما طراحان چنین پروژه‌هایی درک نکردند که تا چه اندازه مردم با اینگونه ساختارهای عقلایی بیگانه هستند. این ساختارها با در نظر نگرفتن اجتماعات بیشتر مانند زندان بودند تا مسکن (۲۲، ص ۱۶۴). تلاش طراحان و بروکرات‌ها برای توسعه به نام کارایی سیستم سازمانی ای ایجاد می نمود که آنچه موجب انسانیت ماست را کاملاً حذف می کرد و این سیاه‌ترین جنبه مدرنیته به نظر می رسد.

دوم آن که پست مدرنیسم به دوره تاریخی خاصی اشاره ندارد بلکه به شیوه‌ای از اندیشیدن در مورد جهان گفته می شود. پست مدرنیسم رابطه نزدیکی با جنبش فکری ای دارد که در دهه ۱۹۶۰ توسط گروهی از محققین فرانسوی - نامدارترینشان میکائیل فوکالت و جاکوب دریدا - شکل گرفت. در میان سوالاتی که در این جنبش مطرح شد سوالاتی در مورد اصول اساسی مدرنیسم نیز مطرح شد. از همه مهم تر پست مدرنیسم باور مدرنیست‌ها را که عقلانیت و علم لزوماً موجب پیشرفت و رهایی می شود را مورد چالش قرار داده و مردود دانستند. بسیاری از پست مدرنیست‌ها این باور غیر قابل اعتراض در روش علمی و اصول عقلایی در تحقیقات را موجب رنجش انسان‌ها می دانند. پروژه ساختمان سازی پرویتیگو که قبلاً اشاره کردیم گواه این مدعاست که اصول مدرنیست به جای این که راه حل باشند، خود مسئله ساز شدند.

حال این سوال مطرح می شود که محققین پست مدرن به چه چیزی باور دارند؟ در جواب به این سوال به این مسئله برمی خوریم که ایجاد مجموعه اصول پست مدرن خود متناقض با تفکر پایه‌ای پست مدرن است لذا هیچ اصلی وجود ندارد! (۲۲، ص ۲۰۰) لذا تلاش‌ها به سمتی سوق داده می شود که برای دیدن جهان روش‌های مختلفی وجود دارد در نتیجه واقعیات چندگانه بالقوه ای وجود دارد.

برای پست مدرنیست ها دیگر یک "روایت بلند" که حقیقت جهان را آشکار می سازد وجود ندارد بلکه "قصه های کوتاهی" وجود دارند که هرکدام شیوه خاصی از تماشای دنیا را شامل می شوند. چنین قصه های چندگانه موجب واقعیات جایگزینی می شود که دیدگاه مدرنیست در مورد حقیقت جهانی و واحد را مورد چالش قرار می دهد.

پست مدرنیست ها به ارتباطات چگونه می نگرند؟ تعجیبی ندارد که دیدگاه بازنمایی ای را که پیشتر مورد بحث قرار گرفت را رد کنند. درواقع پست مدرنیست ها هرگونه رابطه ای را بین ارتباطات و جهان "آنجایی" را رد می کنند. به عبارت دیگر پست مدرنیست هرگونه دید مشابهی از ارتباطات را که در آن عبارات بطریقی مجموعه حقایق موجود در مورد اوضاع جهان را منعکس می کنند را رد می کند. در حقیقت بعضی پست مدرنیست ها رابطه فهم عامه میان ارتباطات و واقعیت را نقض می کنند و عنوان می کنند که ارتباطات بجای اینکه بازنمایی ای سمبولیک از یک جهان واقعی باشد خود ارتباطات است که حقیقت است و جهان جایگاه دوم را دارد. همه ما به مباحثات دسترسی داریم. همانگونه که فیلسوف فرانسوی جاکوب دریدا (۱۹۷۶) در قول معروفش می گوید: "چیزی خارج از متن وجود ندارد" (ص ۱۵۷).

این معنا در مطالعات سازمان چگونه تفسیر می شود؟ چندین محقق پست مدرن در مورد متون سازمانی مانند داستان ها تحلیل هایی انجام دادند و نشان دادند که آنها معنای خاصی را به اعضای سازمان تحمیل می کنند و معانی دیگر را نیز کم رنگ می کنند (۸). این تحلیل ها نشان دادند که سازمان ها ساختارهای پایداری نیستند اما در واقع سیستم های نسبتا محتاطی از معانی هستند که بیشتر توسط جهان بینی خاصی که مسلط است تحکیم می شود.

فمینیسم: مباحثه ای از توانمند سازی

از رویکرد فمینیست به سازمان ها زمان زیادی نمی گذرد و از دهه ۱۹۹۰ برجسته شد. در نقد بازنمایی متمایز ترین ویژگی های فمینیسم سوالی است که در مورد چگونگی پرداختن به مقوله صداها مطرح می کند. محققین فمینیست معتقدند که اکثر تحقیقات سازمانی نسبت به مسئله جنسیت نخواستند اند بینا و شنوا باشند (۳۶). به عبارت دیگر رشته مدیریت در اغلب عمر تاریخی اش زندگی سازمانی را همانند یک موجودیت تک جنسیتی

1 Grand narrative

مردان) مورد بررسی قرار داده است. بعلاوه خود سازمان ها تا چندی پیش زنان را در زمره حقوق بگیران با پرداختی کم و سطح تازه واردان قرار می دادند.

یکی از اهداف رویکردهای فمینیست به ارتباطات سازمانی استخراج صداهای زنان از زندگی سازمانی و توسعه رویکردهای مطالعاتی که صداهای زنان را برجسته نمایند است (۷). البته منظرهای فمینیستی چندگانه ای در عالم واقع وجود دارد که هرکدام دیدگاه های متفاوتی نسبت به نقش زنان و مردان در سازمانها دارند. فمینیسم لیبرال بدنبال ایجاد یک سطح برای حمایت از صداهای زنان در سازمان ها است. فمینیسم رادیکال معتقد است ایجاد یک سطح سطوح پدرسالار (تسلط مردان) را دست نخورده باقی می گذارد لذا زنان به ایجاد شکل های سازمانی جایگزین که از ظلم مردان در امان است نیاز دارند. در آخر فمینیسم انتقادی بر این باور است که سازمان ها ساختارهای جنسیت یافته ای از قدرت اند. جنسیت ویژگی ای معمول و ترکیبی از زندگی سازمانی اند که هم مردان و هم زنان را شامل می شود.

در نتیجه از منظر ارتباطات سازمانی تحقیقات فمینیستی بدنبال بررسی روابط میان جنسیت، قدرت و سازمان است تا ساختارها و فعالیت های سازمانی را بگونه ای منصفانه تر توسعه دهد. از این رو فمینیسم مباحثه ای از توانمندسازی توسط تمرکز بر جنسیت به عنوان سازه ای که حول آن قدرت بکار گرفته می شود است.

اکثر تحقیقات فمینیستی از تمرکز صرف بر روی زنان فاصله گرفته و بیشتر به چگونگی دخالت ارتباطات سازمانی و قدرت در ایجاد انواع مختلف هویت های جنسیتی اعم از زنانه و مردانه علاقه مند شده اند. امروزه فمینیسم برخلاف مفهوم شناخته شده اش بیشتر بدنبال فهم چگونه مردان و زنان زندانی جنسیت می شوند، هستند. از این رو بسیاری از محققان علاقه مندند بدانند که مردان و زنان چگونه در زندگی سازمانی روزمره جنسیتی رفتار می کنند (مثلا هویت های جنسیتی را ایفا می کنند) (۲؛ ۹).

نتیجه گیری

همانگونه که در بعضی از منظرهای بحث شده مشاهده شد، تمایل به پرسش در مورد فهم عامه ما از جهان افزایش یافته است. از فرضیه ای ثابت مورد پذیرش اکثریت که ما به گونه ای ارتباط برقرار می کنیم که یک جهان عینی و پایا را منعکس نماید به تدریج به آنجا می رسیم که رابطه بین ارتباطات و جهانی که در آن زندگی می کنیم پیچیده و گیج کننده می نماید. هدف اصلی ما از این بحث ساده سازی برای شناخت رابطه میان

ارتباطات و سازمان بوده است. همانگونه که پیش تر بیان شد اگر ما ارتباطات را تنها واقعه ای درون سازمان ببینیم نخواهیم توانست پیچیدگی های ارتباطات سازمانی را کاملا درک نماییم. جدول ۱ خلاصه مفیدی از پنج منظر را ارائه می دهد.

جدول ۱: خلاصه ای از دیدگاه های منظرهای پنجگانه در مورد ارتباطات (۲۶)

منظر	مدل ارتباطات	دید نسبت به سازمان	رابطه متصور برای ارتباطات و سازمان	تصور از حقیقت یا دانش	استعاره های معرف	اهداف تحقیق
کارکرد گرا	- ارتباطات به عنوان انتقال دهنده اطلاعات؛ مدل مجرای	- ساختارهای هدف محور مستقل از فعالیت های افراد	- ارتباطات در سازمان ها شکل می گیرند؛ سازمان ها بستر ارتباطات اند	- خارج از انسان ها هستند و در انتظار کشف شدن؛ حقیقت جهان شمول و قابل تعمیم است	- ماشین - آینه - ذهن عقلایی - مجرا	- پیش بینی و کنترل - ادعاهای دانشی قابل تعمیم - ایجاد رابطه های مقطعی
تفسیری	- ارتباطات به عنوان مخلوق محاوره ای سیستم های معنا	- مخلوقات اجتماعی / سمبولیک فعالیت های جمعی و هماهنگ شده	- سازمانها و ارتباطات همزمان ساخته می شوند	- توسط اعضای یک اجتماع بصورت بین الادهانی تولید می شود؛ از طریق اجماع ظهور می کند	- فرهنگ - اجتماع - شبکه - مکالمه - روایت	- توسعه دستورالعمل های مفصل از فرهنگ - بینش و شناخت
انتقادی	- ارتباطات به عنوان ایجاد سیستم های معنای ایدئولوژیک که توسط روابط قدرت تعدیل می شود	- محصولات اجتماعی / سمبولیک علائق مختلف سیاسی و تلاش های قدرت	- سازمانها و ارتباطات همزمان ساخته می شوند؛ هر دو واسط و محصول روابط عمیق ساختار قدرت هستند	- از طریق نقد ایدئولوژیک بصورت بین الادهانی تولید می شود؛ حقیقت به عنوان اجماع عقلایی بدون مداخله ایدئولوژی	- سیستم سیاسی - زندان روحی - عدالت - تعارض	- نقد سیستم های نا عادلانه قدرت - رهایی از ساختارهای سازمانی ظالمانه

<ul style="list-style-type: none"> - تخریب و ناپایدار ساختن فهم عامه از جهان - رد روایت های بلند و ترفیع قصه ها کوتاه 	<ul style="list-style-type: none"> - کارناوال - حقیقت برتر - ریشه - تقلید ادبی 	<ul style="list-style-type: none"> - حقایق چندگانه از مباحثات و گروه های اجتماعی مختلف؛ حقیقت محلی است نه جهانی؛ خارج از متن چیزی نیست 	<ul style="list-style-type: none"> - سازمان ها به عنوان محصول سیستم های متغییر و ناپایدار معنا و متون 	<ul style="list-style-type: none"> - سازمان ها از روابط چندگانه، رقیب و چند پاره تشکیل شده اند 	<ul style="list-style-type: none"> - ارتباطات به عنوان سیستم معانی ناپایدار و تبدیل پذیر 	<p>پست مدرن</p>
<ul style="list-style-type: none"> - برابری جنسیتی - ارزیابی دوباره از روش های دانستن زنان - تضعیف منطق پدرسالارانه - عبور از تفکر دودویی 	<ul style="list-style-type: none"> - جنسیت - توانمندسازی - مهرورزی - اتصال - اختلاف - پدرسالاری 	<ul style="list-style-type: none"> - برتری دادن به تجارب زنان؛ شخصیت سیاسی است؛ مردان و زنان به عنوان زندانیان جنسیت 	<ul style="list-style-type: none"> - ارتباطات به عنوان کامل کننده فعالیت ها و ساختارهای هماهنگ و جنسیتی شده 	<ul style="list-style-type: none"> - سازمان ها به عنوان سیستم های هماهنگ و جنسیتی شده از روابط قدرت و ساختارهای پدرسالارانه 	<ul style="list-style-type: none"> - ارتباطات به عنوان مخلوق هویت ها و معانی جنسیت داده شده؛ انسان ها از طریق ارتباطات جنسیتی عمل می کنند 	<p>فمینیست</p>

این مقاله بعضی مفروضات اولیه در مورد ارتباطات سازمانی به عنوان رشته ی مطالعاتی را طرح نمود. زمانی که ما بدنبال شناخت رشته خاصی هستیم نیاز داریم تا تصویری از فرضیات مختلفی که منظرهای متفاوت بر اساس آن ها بنا شده اند را بدست آوریم. واضح است که روایات متعددی از مطالعات ارتباطات سازمانی منقول است که پیچیدگی این پدیده را نشان می دهد.

برای شناخت این رشته پنج رویه متفاوت تحقیقاتی را معرفی کردیم: کارکردگرایی، تفسیری، تئوری انتقادی، پست مدرنیسم و فمینیسم که هر کدام بر پایه مجموعه فرضیاتشان در مورد ماهیت ارتباطات، سازمان ها و حقیقت عمل می کنند. با شناخت این رویه های تحقیقاتی می توان تحقیقات انجام شده در زمینه ارتباطات سازمانی در چند دهه گذشته را دقیق تر مورد بررسی قرار داد.

منابع

1. Alvani, S. M. (2000). General management. *Tehran: Nay Publications*.
2. Ashcraft, K. L. (2005). Resistance through consent? Occupational identity, organizational form, and the maintenance of masculinity among commercial airline pilots. *Management Communication Quarterly*, 19(1), 67-90.
3. Axley, S. (1984). Managerial and organizational communication in terms of the conduit metaphor. *Academy of Management Review*, 9, 428-437.
4. Barrett, F. J., Powley, E. H., & Pearce, B. (2011). Hermeneutic philosophy and organizational theory. *Research in the Sociology of Organizations*, 32, 181-213.
5. Boudens, C. J. (2005). The story of work: A narrative analysis of workplace emotion. *Organization Studies*, 26(9), 1285-1306.
6. Burrell, G. G. Morgan. 1979. *Sociological paradigms and organizational analysis*.
7. Buzzanell, P. M. (1994). Gaining a voice feminist organizational communication theorizing. *Management Communication Quarterly*, 7(4), 339-383.
8. Calás, M. B., & Smircich, L. (1991). Voicing seduction to silence leadership. *Organization Studies*, 12(4), 567-601.
9. Collinson, D. L. (1988). 'Engineering humour': masculinity, joking and conflict in shop-floor relations. *Organization Studies*, 9(2), 181-199.
10. . Deetz, S. (1992). *Democracy in an age of corporate colonization: Developments in communication and the politics of everyday life*. SUNY Press.
11. Deetz, S. (2001). Conceptual foundations. *The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods*, 3-46.
12. Derrida, J. (1976). *Of grammatology*, trans. G. Spivak. Baltimore: Johns Hopkins University.
13. Foucault, M. (1972). The eye of power. *Power/knowledge: Selected interviews and other writings, 1977(1980)*, 153-154.
14. Foucault, M. (1973). *The order of things. An Archaeology of the human sciences*.
15. Foucault, M. (1980). *Power/knowledge: Selected interviews and other writings, 1972-1977*. Random House Digital, Inc.

16. Gadamer, H. G. (1989). *Truth and Method*, trans. Joel Weinsheimer and Donald G. Marshall. New York: Continuum.
17. Giddens, A. (1979). *Central problems in social theory: action, structure and contradictions in social analysis* (Vol. 241). University of California Pr.
18. Harvey, D. (1989). *The condition of postmodernity* (Vol. 14). Oxford: Blackwell.
19. Hatch, M. J. (2012). *Organization theory: modern, symbolic and postmodern perspectives*. Oxford university press.
20. Jablin, F. M., & Putnam, L. (Eds.). (2001). *The new handbook of organizational communication: Advances in theory, research, and methods*. Sage.
21. Jameson, F. (1984). Periodizing the 60s. *Social Text*, (9/10), 178-209.
22. Johnson, P., & Duberley, J. (2000). *Understanding management research: An introduction to epistemology*. Sage.
23. Krone, K. (2005). Trends in organizational communication research: Sustaining the discipline, sustaining ourselves. *Communication Studies*, 56(1), 95-105.
24. Lyotard, J. F. (1984). *The postmodern condition: A report on knowledge* (Vol. 10). U of Minnesota Press.
25. Mumby, D. K. (1988). *Communication and power in organizations: Discourse, ideology, and domination*.
26. Mumby, D. K. (2012). *Organizational Communication: A Critical Approach*. Sage.
27. Putnam, L. L. (2008). Images of the communication—discourse relationship. *Discourse & Communication*, 2(3), 339-345.
28. Putnam, L. L., & Pacanowsky, M. E. (Eds.). (1983). *Communication and organizations: An interpretive approach*. Sage Publications.
29. Rosen, M. (1985). Breakfast at Spiro's: Dramaturgy and dominance. *Journal of Management*, 11(2), 31-48.
30. Rosen, M. (1988). YOU ASKED FOR IT: CHRISTMAS AT THE BOSSES' EXPENSE [1]. *Journal of Management Studies*, 25(5), 463-480.
31. Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication* (Urbana, IL. University of Illinois Press, 19(7), 1.

32. Smith, R. C., & Eisenberg, E. M. (1987). Conflict at Disneyland: A root-metaphor analysis. *Communications Monographs*, 54(4), 367-380.
33. Tracy, S. J., Lutgen-Sandvik, P., & Alberts, J. K. (2006). Nightmares, Demons, and Slaves Exploring the Painful Metaphors of Workplace Bullying. *Management communication quarterly*, 20(2), 148-185.
34. Trice, H. M., & Beyer, J. M. (1984). Studying organizational cultures through rites and ceremonials. *Academy of management review*, 9(4), 653-669.
35. Westwood, R., & Rhodes, C. (Eds.). (2013). *Humour, work and organization*. Routledge.
36. Wilson, F. (1996). Research note: organizational theory: blind and deaf to gender?. *Organization Studies*, 17(5), 825-842.

Investigating organizational relationships from different management perspectives

Mahmoud Shakouri Radpour¹, Azim Noubari Esfarayeni^{2*}

1. PhD student of management, University of Guilan, Iran

2. Ph.D. student of management, Shahid Chamran University of Ahvaz

Abstract

Today these organizations and communications form our lives and determine the relationships with which we have. Organizations influence our lives through our communication system and play their part. We are so immersed in these communications and organizations that we are not aware of the fundamental role they play in our lives.

Our main goal in this article is to identify organizational relationships from different management perspectives. A map of the complexity of the organizational communications process in which we are submerged. Understanding organizational relationships from different management perspectives and their definitions of organizational communication. With the communication model in each perspective, we are familiar with the relationship between communications and the organization. Functionalism, interpretation, critical theory, postmodernism, and feminism are management perspectives, each based on a set of assumptions about the nature of communication, organization, and truth. Knowing these five study courses in organizational communication and considering it as a concept, one can study more specifically the research done in the field of organizational communication in the last few decades.

Keywords: communication, organization, management perspectives

*Corresponding author: azimnoubari43@gmail.com