

مقياس: الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة

المحاضرة الثانية: ممارسة الثقافة الاتصالية والعوامل المؤثرة فيها

1. أسباب نشر ثقافة الاتصال:

- الحاجة للاتصال: يُعرف الاتصال على أنه حاجة إنسانية واجتماعية أي يستند على الأفراد وحاجاتهم.
- الإدارة الإستراتيجية: ينبع الاتصال من إدارة إستراتيجية للمؤسسة على اعتبار أنه سيُشارك في إعداد الإستراتيجية للمؤسسة على اعتبار أنه سيُشارك في إعداد هوية المؤسسة وتحقيق أهدافها العامة.

2. الأهداف العامة لنشر ثقافة الاتصال:

- تنمية المعلومات والفهم الجيد بين أعضاء التنظيم.
- تحفيز الموظفين وتحقيق الرضا الوظيفي من خلال تشجيع كل موقف من شأنه تحفيز الموظفين على المبادرة.
- تصحيح المعلومات الخاطئة أوالمواقف المغلوطة أو غموض في السياسات أو إشاعات مغرصة.
- إعداد وتحضير العمال لأي تغيير في الأساليب أو البيئة بواسطة تزويدهم بالمعلومات المهمة مُسبقا.
- طرح الاقتراحات والأفكار لتحسين الإنتاج أو بيئة العمل.
- تحسين العلاقات بين لعمالين والإدارة وكذا بين أطراف المؤسسة وشركائها، عن طريق ترك قنوات الاتصال مفتوحة.
- تعزيز العلاقات الاجتماعية بتعزيز قنوات الاتصال.

3. السياقات التي تُنتج فيها الثقافة الاتصالية: تُنتج الثقافة الاتصالية في إطار

- عديدة من السياقات، تتفاعل بينها ولا يمكن فصلها عن بعضها وأهمها:
- السياق المكاني: يُشير إلى الفضاء الفيزيقي الذي تتم فيه نشر مبادئ وقيم ثقافة الاتصال.

مقياس: الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة

المحاضرة الثانية: ممارسة الثقافة الاتصالية والعوامل المؤثرة فيها

- السياق الزمني: وهو الوقت، والأحداث، والمُناسبات وانتهاز الفرص في فترات معينة لتحقيق الغايات والرهانات حول نشر ثقافة الاتصال.
- السياق العلائقي: وهو نوع العلاقات التي تُحدد الاتصال التنظيمي حسب النوع، السُلطة، علاقات الود.
- السياق السوسيوثقافي: ويُقصد به المخزون القيمي، ورأس المال الثقافي، والإطار المرجعي، والثقافة المؤسسية، وطقوس الاتصال، والقيم التي توجه السلوكيات الفردية والجماعية، والانتماء الجغرافي، والأصول الإثنية.
- السياق المعياري: وهو مجموعة من الضوابط، والقوانين، وقواعد السلوك، وأخلاقيات المهنة، والسلم الهرمي.
- السياق الدلالي: ويعني المعاني المنبثقة من الدلالات والرموز والتصورات والقواسم المشتركة.

4. العوامل المؤثرة في الثقافة الاتصالية/ تضم العوامل المؤثرات التالية:

- **طبيعة العمل:** تستوجب طبيعة العمل نوعية الاتصال المستخدم في التنظيم، حيث تشجع بعض الأعمال الاتصال المباشر، لتُتيح الفرصة للمرسل بتوجيه المتلقي إلى القيام بالأعمال بالصورة المناسبة، أما الأعمال التي تمتاز بالتمطية، وتقسيم العمل الدقيق بين أفرادها، إذ أن المؤسسة في هذه الحال تؤكد على الاتصالات الرسمية.
- **درجة التعقيد التنظيمي:** تتأثر الثقافة الاتصالية بعدد الوحدات المكوّنة للتنظيم بالنسبة لمؤسساتها الفرعية التي تضمّنها المؤسسة، وبالتوزيع الجغرافي، لهذه الوحدات، فكلما بعدت هذه الوحدات عن بعضها البعض، كان الاتصال فيما بينها ضعيفا إن لم يندم.
- **حجم المؤسسة:** يرى "جاركيناس" و"جيمس ورثي" للرئيس فرصة فهم العلاقات الاجتماعية بين مرؤوسيه، أما "هربرت سيمون" فيتخذ موقفا مُعاكسا لموقف، فيرى أن التقليل من حجم فرق العمل، يفرض وجود مستويات رئاسية عديدة للتنظيم، الأمر الذي ينتج مشكلات في الاتصال. بهذا فإن "ورثي" يؤكد على أن صغر حجم فرق العمل يؤدي إلى استقلال الرؤساء عن الإدارة العليا للتنظيم، ما يؤدي إلى ضعف إحساس صغار الرؤساء

مقياس: الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة

المحاضرة الثانية: ممارسة الثقافة الاتصالية والعوامل المؤثرة فيها

بالولاء، فمن شأن حجم التنظيم التأثير على عملية الثقافة الاتصالية، فسيرورة الاتصال تختلف في المؤسسات الصغيرة، عما هي عليه في المؤسسات كبيرة الحجم، أين تكون أكثر تعقيدا وصعوبة.

• **عمر المؤسسة:** كلما كانت المؤسسة حديثة النشأة، أثر ذلك على عملية الاتصال وأشكاله، لأن المطلوب المُلح في بداية إنشائها هو جعل عملية الاتصال ضيقة مما أمكن حتى يتم تحديد كل فرد فيها وإلا فإن المؤسسة ستعيش في فوضى تُضفي بشكل دقيق الضبابية على أدوار الوحدات المكوّنة للتنظيم.

5. خصائص الثقافة الاتصالية:

تتصف الثقافة الاتصالية بمجموعة من الخصائص التي تُعد الركائز الأساسية، وإذا غاب إحداها فقد المفهوم معناه، ونذكرها فيما يلي:

- **الإنضباط:** أي إتباع السلوك المرغوب في أداء كل مهمة مع كل فرد مرتبط بأعمال الشركة، وكذلك إنضباط الإدارة بكونها وسيط موضوعي يحقق مصالح العاملين، والإنضباط في مراقبة ومتابعة أعمال الشركة من جانب الجهات الداخلية والخارجية، والإنضباط نحو الزبائن والمتعاملين مع التنظيم، لكسب رضاهم ويكونون مروجين لصورة المؤسسة.
- **المشاركة:** وهي حق جميع العاملين في المؤسسة في المشاركة في اتخاذ القرار بطريقة مباشرة أو غير مباشرة، وكذا حرية إبداء الرأي وتوفير القدرات على المشاركة البناءة.
- **الشفافية:** وهي الإفصاح عن الأهداف المالية ونسب العائد على حقوق الملكية، ونشر التقارير المالية في موعدها دون أي تسريب قبل الإعلان، ووفق مبادئ المحاسبة المقبولة، أي تقديم صورة حقيقية لكل ما يحدث في الشركة.

مقياس: الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة

المحاضرة الثانية: ممارسة الثقافة الاتصالية والعوامل المؤثرة فيها

- **الاستقلالية:** وجود مجلس رئيس إدارة، مستقل في إتخاذ قراراته، ومُراجعين خارجيين مستقلين عن الشركة، ووضع موقع على شبكة الأنترنت يتم تحديثه بسرعة، ولا توجد تأثيرات وضغوط غير لازمة للعمل.
- **المساءلة:** أي قيام مجلس الإدارة بدور إشرافي أكثر من قيامه بدور تنفيذي، ووجود لجنة مراجعة تشرف على المراجعة الداخلية والإجراءات المحاسبية، وقدرة أعضاء مجلس الإدارة على القيام بتدقيق وبالإمكان تقييم أعمال مجلس الإدارة والإدارة التنفيذية.
- **المسؤولية:** وضع آليات تسمح بمحاسبة الموظفين التنفيذيين وأعضاء لجنة الإدارة، والتصرف بموضوعية تجاه الأفراد الذين لا يلتزمون بمهامهم، ووجود مسؤولية أمام الأفراد المرتبطون بالتنظيم.