

II. مداخل عامة للثقافة الاتصالية الفعالة

تمهيد

من المتفق عليه أن الثقافة الاتصالية الفعالة داخل المؤسسة هي تلك الثقافة الرامية إلى خدمة أهدافها، حيث يعمل كل فاعل في المؤسسة حسب دوره الوظيفي فيها وكذا مرجعياته الفكرية والقيمية التي يحملها، على أداء مهامه بالشكل المطلوب من خلال تنسيق جهوده مع جهود غيره من الفاعلين ممن تربطهم به علاقة وظيفية مباشرة أو غير مباشرة في المؤسسة، وذلك قصد المساهمة في خدمة الهدف العام للمؤسسة ومنه بناء صورة جيدة عن المؤسسة لدى جمهورها الداخلي والخارجي على حد سواء، حيث سنعمل ضمن هذه المحاضرة على عرض آليات إرساء ثقافة اتصالية فعالة داخل المؤسسة، وكذا العوامل المساعدة على تبنيها.

II. 1. أهمية وجود ثقافة اتصالية فعالة داخل المؤسسة:

- ترتبط مكانة المؤسسة في محيطها بوجود ثقافة اتصالية واضحة تجمع الفاعلين فيها، وتخدم أهدافها، لذلك فإن وجود ثقافة اتصالية فعالة يؤثر بشكل إيجابي في عدة مستويات داخل المؤسسة نذكر منها:
- ✓ تسمح بزيادة سرعة وحجم المعلومات المتبادلة بين الفاعلين في التنظيم .
- ✓ تحقق التفاهم والانسجام بين الفاعلين نتيجة تقارب وجهات النظر ووضوح الأهداف التي يعمل الفاعلون من أجلها.
- ✓ انتشار روح التعاون والعمل الجماعي بين الفاعلين فيما بينهم .
- ✓ وضوح الأفكار والموضوعات المتعلقة بمختلف مجالات العمل والتي من شأنها الدفع بالمؤسسة إلى الأمام.
- ✓ احداث التغييرات المطلوبة في الأداء والسلوك نتيجة وجود نوع من المرونة في استجابات الفاعلين لمتطلبات العمل¹ .
- ✓ أداء الأعمال بطريقة أفضل نتيجة مرونة الأساليب الاتصالية الموظفة وسرعة الحصول على الاستجابات المطلوبة في العمل.
- ✓ منع حدوث الازدواجية أو التضارب في العمل من خلال التشاور والتفاهم بين الفاعلين.
- ✓ تمكين الجهات القيادية في المؤسسة من إيصال توجيهاتها وأفكارها، ونصائحها إلى الفاعلين، وفي الوقت نفسه تمكين الفاعلين من توصيل مقترحاتهم وآرائهم ووجهات نظرهم وشكواهم إلى القادة.
- ✓ تغليب المصلحة العامة على المصلحة الشخصية في العمل.
- ✓ تعزيز روح الولاء والانتماء عند الفاعلين لمؤسستهم نتيجة وضوح أساليب العمل والاتصال والتفاهم².

¹ -Cardon Aline, op. cit, p 61.

II. 2. شروط الثقافة الاتصالية الفعالة داخل المؤسسة:

يعتبر وجود ثقافة اتصالية فعالة مطلب أساسي لأي مؤسسة مهما كانت طبيعة نشاطها وذلك بالنظر للدور الكبير الذي تلعبه هذه الأخيرة في تنسيق جهود الفاعلين الاتصالية من أجل تحقيق أهداف المؤسسة، حيث يرتبط تحقق فعالية الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة بفعالية عناصر العملية الاتصالية من مرسل ومتلقي ووسيلة وكذا الرسالة الاتصالية والاستجابة وفيما يلي عرض مفصل لشروط ومتطلبات كل عنصر من عناصر عملية الاتصال.

II. 2. 1. شروط تتعلق بالمرسل:

يلعب المرسل دورا هاما في نجاح عملية الاتصال و منه تحقيق ما يسمى بالثقافة الاتصالية الفعالة وخاصة إذا ما إذا كان المرسل فاعل يتسم بالموضوعية في نقل الرسالة الاتصالية من خلال القيم التي يتحلى بها من مسؤولية، والتزام، وأمانة حيث تنعكس هذه القيم بشكل ما على مصداقية الرسالة الاتصالية مما يعني خلوها من التحريف والتشويش والتزييف، حيث ترتبط فعالية المرسل بمجموعة من الشروط نذكر منها.

✓ يجب أن يكون المرسل أمينا في مهمته الخاصة بالعمل غير متحيزا وأن يكون صادقا فيما يراه، أو يسمعه، أو يحسه، أو ينقله، وأن يكون موضوعيا فيما يروييه، أو يصوره لغيره من الفاعلين ممن تربطه بهم علاقات عمل داخل المؤسسة³.

وهناك عدة عوامل تؤثر في كفاءة المرسل وقدرته على تحقيق ثقافة اتصالية فعالة داخل المؤسسة وأهمها ما يلي:

✓ المهارات الاتصالية للمرسل:

وهذه المهارات تؤثر على فعالية الثقافة الاتصالية للمرسل بطريقتين:

- **الطريقة الأولى:** أنها تؤثر في مقدرة الفاعل المرسل على تحليل أفكاره ونواياه وقدرته على أن يقول شيئا عندما يريد الاتصال بغيره من الفاعلين في المؤسسة.
- **الطريقة الثانية:** وهي تؤثر في مقدرة المرسل على ترجمة الرسائل والأفكار التي تعبر عما يريده بالضبط لباقي الفاعلين في المؤسسة⁴.

✓ اتجاهاته المرسل:

هنالك ثلاثة أنواع من الاتجاهات تؤثر على فعالية وكفاءة الثقافة الاتصالية للمرسل وتتمثل في:

- اتجاهات المرسل نحو نفسه .

² - **Andrew D, Brown Ken Starkey**, The effect of organizational culture on communication and information, journal of Managment Studies, volume 31, issue 6, wiley library, 1999, p 307.

³ - **مصطفى حجازي**، الاتصال في العلاقات الإنسانية والإدارة، الطبعة الأولى، دار الطليعة، بيروت، 1982، ص 14.

⁴ - **Halvor Nordby**, Communication and organizationl culture, edited bu suleyman Davut Goker, 2020, p 58.

- اتجاهات المرسل نحو الموضوع .

- اتجاهات المرسل تجاه المستقبل .

✓ **المستوى المعرفي للمرسل :**

حيث يؤثر حجم المعلومات التي يعرفها المرسل حول الموضوع الذي يشكل الرسالة الاتصالية على كفاءة الثقافة الاتصالية، فكلما كان المرسل متخصص وملم بمختلف جوانب الموضوع محل النقاش كلما كانت قدرته على الإقناع أكبر وكلما حضي بقبول أكبر من طرف المتلقي.

✓ **النظام الثقافي والاجتماعي للمرسل:**

يتأثر المرسل بوضعه ومكانته في المؤسسة وكذلك بالأدوار الوظيفية التي يقوم بأدائها في مختلف المستويات التنظيمية، والمكانة التي يضع نفسه فيها أو التي يضعه فيها غيره من الفاعلين الآخرين، كما يجب معرفة ثقافة المجتمع الذي نشأ فيه، وما فيه من قيم ومعتقدات وأنماط سلوكية تؤثر على أفكاره وقيمه ومعتقداته وما يؤمن به من قيم تنظيمية تنعكس على الرسائل الاتصالية التي يرسلها إلى غيره من الفاعلين في المؤسسة⁵.

II. 2.2. شروط تتعلق بالمتلقي:

يلعب المتلقي دور كبير في التأثير على فعالية الثقافة الاتصالية من خلال قدرته على فهم وإستيعاب مضمون الرسالة مما يضمن استجابة فعالة لها، حيث يتوقف جزء كبير من نجاح الممارسات الاتصالية على طريقة استجابته لها وفيما يلي عرض للشروط التي تضمن فعالية الثقافة الاتصالية على مستوى المتلقي.

- وضوح موضوع الرسالة للمرسل والمتلقي فكلما كان الموضوع واضحا كلما كانت القدرة على الاستجابة له وتحقيق الفهم المتبادل أكبر.

-صدق المرسل يؤثر بشكل كبير على قناعات المتلقي في الرسالة وإيمانه بها وتبنيه لها في شكل ممارسات تخدم أهداف المؤسسة.

- الثقة في المرسل تدفع المتلقي إلى قبول أفكاره وتبنيها في عمله وكذا فهم رسائله وطلب توضيحات أكثر حولها في حال عدم وضوحها.

-جاذبية المرسل تؤثر بشكل كبير على قبول المتلقي له ولأفكاره من خلال تبنيها في ممارساته الاتصالية داخل المؤسسة⁶.

-قدرة المرسل على الإقناع تؤثر بشكل واضح على الاستجابة الايجابية تجاه المحتوى المقدم للمتلقي وعلى الفهم الحقيقي لمعنى الرسالة.

-المنطق المؤثر والمقبول الذي يتمظهر في الرسائل التي يرسلها المرسل للمتلقي تزيد قناعته بالممارسات الاتصالية المطلوبة منه.

⁵ - Andrew D, Brown Ken Starkey, op. cit, p 306.

⁶ - مصطفى حجازي، مرجع سبق ذكره، ص 15.

- المعرفة والمعلومات الكافية والمتخصصة ذات الصلة بموضوع الرسالة تجعل المتلقي أكثر تقبلاً وفهماً لموضوع الرسالة.
- القدرة على الإلقاء والفصاحة في التعبير تحسن من إستجابة المتلقي للرسالة الاتصالية.
- الشخصية والمكانة الاجتماعية التي يحضى بها المتلقى تمنحه ثقة في الممارسات الاتصالية المرتبطة باستجاباته للرسائل الاتصالية في المؤسسة.
- القدرة على مشاركة الآخرين في أفكارهم والأخذ والعطاء معهم، وتقبل أفكارهم وآرائهم تساعد على خلق جو اتصالي مرن مع المتلقي.
- عند الاختلاف مع المرسل يجب على المتلقي إظهار الهدوء في النقاش وتقديم توضيحات وحجج عقلانية غير مرتبطة بأمور شخصية⁷.
- وبالتالي فالمتلقي هو الجهة أو الشخص الذي توجه إليه الرسالة التي يقوم المرسل بإيصالها.
- هو هدف عملية الاتصال وهو المقصود بعملية الاتصال كلها لذا فإن الرسالة يجب أن تكون مصممة لتحقيق الهدف الذي أرسلت من أجله للتأثير على المتلقي.
- يجب على المتلقي أن يتمكن من حل أو فك رموز الرسالة بغية التوصل إلى تفسير محتوياتها وفهم معناها، وينعكس ذلك عادة في أنماط السلوك المختلفة التي يقوم بها المتلقي داخل المؤسسة.
- لذلك يجب ألا يقاس نجاح عملية الاتصال بما يقدمه المرسل، ولكن بما يقوم به المتلقي من سلوكيات تدل على نجاح الاتصال في تحقيق الهدف منه⁸.

II. 2. 3. شروط تتعلق بالرسالة :

- هناك مجموعه من الشروط الواجب مراعاتها في إعداد الرسالة الاتصالية لضمان تحقيق استجابة المتلقي لها ومن ثم الحكم بفاعلية الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة.
- أن تقدم الرسالة بالشكل الذي يجذب انتباه المتلقي بعيداً عن التكلف والأسلوب العنيف واللغة الحادة.
- أن يصيغ المرسل رسالته صياغة تتناسب وخصائص المستقبل الاجتماعية والاقتصادية والنفسية والصحية... الخ، فلا يستعمل إلا الرموز واللغة التي يفهمها هذا المتلقي.
- اختيار الوقت المناسب والمكان المناسب والموقف الاتصالي المناسب، (لكل مقام مقال) .
- تحديد الفكرة الرئيسة للرسالة الاتصالية⁹.

II. 4.2. شروط تتعلق بقنوات الاتصال:

7- فضيل دليو، التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 24.

8 - Halvor Nordby, op. cit, p 59.

9- فضيل دليو، مرجع سبق ذكره، ص 25.

قناة الاتصال هي الوسيلة التي يتم من خلالها توصيل أو نقل الرسالة من المرسل إلى المتلقي وتتعدد أنواع الوسائل أو القنوات بتعدد أنواع الاتصال وأشكاله داخل المؤسسة. وقد تكون شفاهية كالاتتماعات ومقابلات العمل، كما قد تكون كتابية كالمراسلات الادارية، والتعليمات، والإعلانات والطلبات والشكاوي، كما قد تكون إلكترونية يستخدم فيها الايميل ومواقع التواصل الاجتماعي وشبكة الأنترنت الداخلية، وموقع المؤسسة.

- لذلك فإن من أهم الشروط الواجب أن تتوفر عليها قناة أو وسيلة الاتصال هي كونها مناسبة لطبيعة المعلومات التي تحملها¹⁰.

- وكذا توافقها مع احتياجات المرسل والمتلقي على حد سواء بالنظر لعامل الوقت، والجهد.

- وكذلك مناسبة لكل من خصوصية المرسل والمتلقي على حد سواء فإذا كانت كتابية يجب أن توجه لمتلقي يتقن القراءة، وإذا كانت شفاهية يجب مراعاة عدم وجود مشاكل في السمع لدى المتلقي، أما إذا كانت إلكترونية فيستحسن مراعاة عادات المتلقي في استخدام الوسائل الالكترونية لضمان إطلاعه على المحتوى المرسل عبرها واستجابته له¹¹.

II. 5.2. شروط تتعلق ببيئة الاتصال:

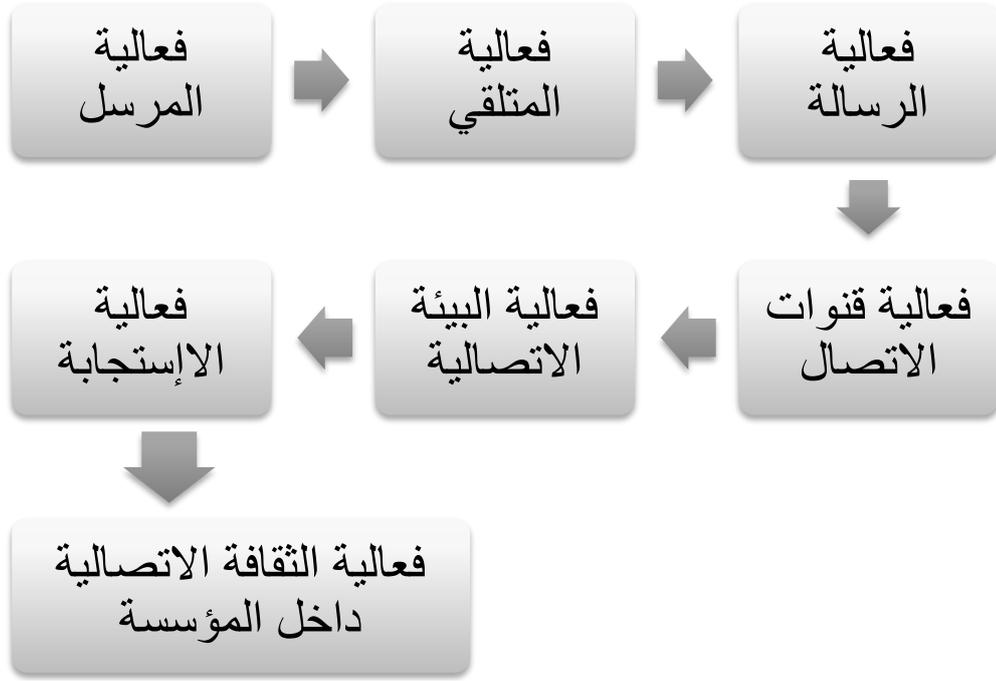
يعتبر التشويش أو الضوضاء التي قد تصدر عن البيئة الداخلية للمؤسسة، أو البيئة الخارجية (المجتمع) لها تأثير سلبي على فعالية الثقافة الاتصالية للمؤسسة. وقد يؤدي هذا التشويش أو الضوضاء أو الضجة إلى: تقليل الانتباه والتركيز والإنصات لدى كل من المرسل والمتلقي وإلى تحريف المعنى، وكذا تقليل الوضوح والدقة في الاتصال¹².

الشكل رقم 3: يمثل سيرورة تحقيق الفعالية الاتصالية داخل المؤسسة

¹⁰ -Eisenberg E, Riley P, Organizational culture in Jablin M, ptnam Le ditors, the new Handbook of organization culture, london, sage publications, 2001, p 23.

¹¹ -Eisenberg E, Riley P, Ibid, p 23.

¹² - رحيمة الطيب عيساني، مرجع سبق ذكره، ص 16.



المصدر: من إعداد الباحثة بناءً على القراءات في الموضوع

خلاصة:

تتعلق مسألة تحقيق فعالية الثقافة الاتصالية بشروط معينة يجب توفرها في كافة عناصر العملية الاتصالية حيث أن الإخلال بأحد هذه الشروط بإمكانه أن يؤثر سلباً على فعالية الثقافة الاتصالية ويحول دون تحقيقها. كما أن تطبيق القواعد التنظيمية بشكل موضوعي في المؤسسة، والتخلي بالسمات الشخصية المتوازنة في علاقات العمل بإمكانه أن يساعد أيضاً على تحقيق ثقافة اتصالية فعالة تدعم أهداف المؤسسة.