

مقدمة:

أصبح الاهتمام بالثقافة الاتصالية داخل المؤسسة موضوعاً ذو أهمية كبيرة بالنظر إلى حاجة المؤسسات الاقتصادية حالياً إلى تحسين جودة أنشطتها المختلفة والمتعلقة بموظفيها داخلياً أو بزيائنها على المستوى الخارجي، حيث يعد الاتصال وظيفة جد هامة لتحريك وتنسيق نشاط المؤسسات لخدمة أهدافها. وبحكم أن نشاط الاتصال لأي مؤسسة مهما كان نوعها يتطلب تداخل جملة من العناصر المؤثرة فيه والمشكلة له، مما يعني الحاجة إلى دراسة الثقافة الاتصالية للفاعلين داخل المؤسسة قصد التعرف على خلفياتهم، وخبراتهم، وكذا قيمهم ومعارفهم التي تتدخل بشكل مباشر في بناء ثقافتهم الاتصالية داخل المؤسسة.

ومن هنا تظهر الحاجة لدراسة مقياس الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة وذلك تلبية للإحتياجات المعرفية للطلبة الدارسين لتخصص الاتصال والعلاقات العامة وذلك رغبة منا في توضيح جملة من المفاهيم النظرية والخطوات الإجرائية المتعلقة بالممارسات ذات الصلة بالثقافة الاتصالية داخل المؤسسة والتي يمكن أن تتشكل نتيجة تداخل جملة من المصادر المعرفية والعملية لأي فاعل في المؤسسة، كما يمكن أن تكون نتيجة بعض القيم والأفكار والمرجعيات السابقة لوجود الفاعلين في المؤسسة، حيث تنتقل إليهم بمرور الوقت عن طريق العمل والممارسة.

إن البحث في الجانب العملي لوجود الثقافة الاتصالية داخل المؤسسة يعتبر مسألة هامة لذلك فإن موضوع الثقافة الاتصالية متشعب الجوانب ويتطلب الإحاطة بالممارسات التنظيمية الرسمية وكذا الممارسات غير الرسمية التي يقوم بها الفاعلون داخل التنظيم كل حسب مكانته الوظيفية فيه، كما أن هذه الممارسات الاتصالية في شقيها الرسمي وغير الرسمي تساهم في خلق عدة أنواع للثقافة الاتصالية التي تعكس بدورها أنماط الاتصال المختلفة داخل المؤسسة، وهو ما يسمح للطلاب بإدراك محتوى الثقافة الاتصالية نظرياً وعملياً، كما يمكنه من تقييم مصادرها بناءً على السلوكات والممارسات الاتصالية المنتشرة في المؤسسة، مما يسمح له في الأخير من توجيه الثقافة الاتصالية للفاعلين وفقاً لخدم أهداف المؤسسة .