

Wstęp

Współczesność z jej żywością i turbulentnymi zmianami wymaga coraz większego przywiązywania wagi do społecznych aspektów funkcjonowania organizacji. W warunkach organizacji, których „core business” opiera się na tworzeniu i przekazywaniu wiedzy, „społeczna tkanka” relacji organizacyjnych odgrywa zasadniczą rolę w kształtowaniu jej efektywności komunikacyjnej. Duża zmienność sytuacyjna, dynamika przeobrażeń w technologiach komunikacyjnych oraz inne nastawienia mentalne i przyjmowane paradygmaty zachowań powodują, że znajomość kultury organizacyjnej, jej orientacji oraz idących za tym pakietów postaw i działań staje się elementem istotnym w koordynacji strategii społecznego komunikowania się uczelni wyższych w odniesieniu do otoczenia oraz bezpośrednio w samych uczelniach.

Kultura organizacyjna jest zjawiskiem wysoce złożonym. Nie jest ona przy tym odseparowana od innych elementów organizacji. Wielokierunkowe relacje ze strategiami personalnymi, otoczeniem oraz wewnętrznymi podsystemami powoduje, że nie poddaje się ona łatwo analizie. Duża część relacji i zależności jest niewidocznych, czasami nieuświadomionych wręcz, a przez to trudnych do obserwacji i jednoznacznego zdiagnozowania. Kultura organizacyjna decyduje o sposobie i tempie dokonywania zmian, wzorcach komunikacji i metodach rozwiązywania problemów, przy występującej niepewności w odniesieniu do skuteczności podejmowanych działań, przy częstokroć braku poprawnej interpretacji wszystkich elementów tworzących organizację. Poprzez zaakceptowanie w organizacji wzorców postaw i zachowań członkowie organizacji mogą planować i przewidywać swoje działania. Kultura organizacyjna może determinować przyjęcie i wdrożenie konkretnych rozwiązań zarządczych, które z kolei mogą wpływać na wzorce komunikowania się. Do wyzwań, które towarzyszą procesowi wprowadzania zmian, należy zaliczyć opór członków organizacji wobec tego co nowe i niepoznane na początku; opór ten prowadzi do wytworzenia silnych barier mentalnych przed wprowadzaniem nowych form komunikowania się oraz wykorzystywania do tego celu mediów społecznościowych.

Kultura organizacyjna, nadając znaczenie i ukierunkowanie aktywności jednostek, pozwala z jednej strony na osiągnięcie spójności organizacji, eliminuje stany niepewności, ale jednocześnie z drugiej strony może tworzyć skuteczną barierę przed zmianami, szczególnie kiedy zmiany naruszają istniejące status quo, lub gdy wymuszają naruszenie ugruntowanych kulturowo wzorców zachowań.

Tworzenie układów komunikacji, z punktu widzenia relacji student – wykładowca, to proces relacji systemowych, nieprzebiegających linearnie, pochłaniający czasami wiele psychicznego zaangażowania i uwagi. Komunikacja wykładowcy – studenci rzutuje na postrzeganie organizacji zarówno przez głównych interesariuszy, jak i szersze otoczenie, nie może więc abstrahować od nowych technologii

komunikacyjnych, szczególnie tych wykorzystywanych na szeroką skalę przez młode pokolenie studentów. Uczelnie wyższe, przed którymi stawia się coraz to nowe wymagania, muszą nie tylko stawić czoła wymaganiom rynku pracy i otoczenia biznesowego, ale również wymaganiom tych, do których kierowana jest oferta edukacyjna. Łatwość komunikowania dzięki rozwojowi mediów społecznościowych, opartych na uczestnictwie i współtworzeniu treści, powoduje, iż studenci mają coraz większy udział w kreowaniu opinii o uczelni, bez względu na to, czy są to uczelnie publiczne, czy niepubliczne. Ważnym czynnikiem wydaje się więc to, w jaki sposób postrzegają kulturę organizacyjną uczelni, relacje wykładowcy – studenci, jak również to, jakie narzędzia komunikowania i w jaki sposób są wykorzystywane. Nienadążanie za zmianami technologicznymi w zakresie komunikacji przez część wykładowców może prowadzić do zachwiania ich autorytetu jako mentorów. Niepowodzenia komunikacyjne, trudności w wykorzystywaniu nowoczesnych narzędzi komunikowania się wynikać mogą z niedostatku refleksji nad kompetencjami informatycznymi oraz ugruntowanymi wzorcami komunikacyjnymi, szczególnie w jednostkach o silnej tożsamości wewnętrznej i utrwalonej historii, ze spetryfikowanymi orientacjami kulturowymi. Procedury wewnętrzne, model postrzegania relacji wykładowca – student, ukształtowane i zakodowane komunikacyjnie nie wytrzymują częstokroć współczesnych rygorów utylitaryzmu i są hermetyczne wobec otaczających nas rzeczywistości.

Niniejsza monografia podejmuje próbę wskazania zależności między kulturą organizacyjną a wykorzystywanymi narzędziami komunikacji w układzie odniesień wzajemnych zarówno wykładowców, jak i studentów. Główną osią zainteresowania uczynili autorzy postrzeganą i preferowaną kulturę organizacyjną uczelni oraz deklarowane sposoby komunikacji.