

مقومات بناء الهوية التنظيمية

Elements of building an organizational identity

بوودن نبيلة¹، غليط شافية²

¹ جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة-2- (الجزائر)، nabila.bououden@univ-constantine2.dz

² جامعة عبد الحميد مهري قسنطينة-2- (الجزائر)، chafgh3@gmail.com

تاريخ الاستلام: 2022/03/01 تاريخ القبول: 2022/03/03 تاريخ النشر: 2022/05/10

ملخص:

تحتاج كل منظمة إلى أن تكون لها شخصية متميزة عن غيرها من المنظمات المتشابهة معها في طبيعة عملها من خلال تحديد موقعها بين المنظمات الأخرى بما يمكنها من التفاعل معها بشكل أفضل، لذلك يجب على كل منظمة قبل أن تعرف ما يتوجب عليها عمله أن تدرك ما هي؟ أو ما ماهيتها وما هويتها أي على المنظمات أن تولي قدرا من الأهمية لتكون لنفسها هوية تنظيمية قوية تميزها عن غيرها.

كما أن للهوية التنظيمية تأثير على سلوك العاملين وأدائهم لأنها محصلة العلاقة القائمة بين الفرد العامل والتنظيم من خلال تفاعله مع الزملاء والإدارة العليا، وتعمل هذا الأخيرة على تنشئة أفراد المنظمة وتكوينهم وكيفية إدراكهم وفهمهم من نحن؟ وماذا نمثل كمنظمة؟ بحيث يتم تعريف العاملين لأنفسهم بالانتماء إلى المنظمة ككل وليس لوحدة أو مجال تخصصهم، لذلك سنسلط الضوء على ماهية الهوية التنظيمية ومقومات بنائها. كلمات مفتاحية: الهوية، المنظمة، الهوية التنظيمية، مقومات الهوية التنظيمية.

Abstract:

Each organization needs to have a distinct personality from others that are similar in nature by positioning it self among others to better interact with them, so before each organization knows what to do, it needs to know what it is? or what it is and what it is that organizations have to give some weight to having a strong organizational identity that sets them apart.

organizational identity also has an impact on the behavior and performance of employees, because it is the result of the relationship between the individual worker and the organization through its interaction with colleagues and senior management. the latter works to raise and from the organization's members and how do they understand who we are? what do we represent as an organization? Workers are defined as belonging to the organization as a whole and not to their unit or area of specialization, so we will shed light on the organizational identity is and what it means to build it.

Keywords: identity; organization; organizational identity; elements of organizational identity.

المؤلف المرسل: نبيلة بوودن

1. مقدمة:

إن لكل منظمة إطارها الثقافي والاجتماعي والاقتصادي والتكنولوجي الذي تتعامل معه، ويشمل هذا الإطار القيم والمعتقدات والعادات وأنماط الاتصال وطرق العمل وغيرها، لذلك يجب على كل منظمة قبل أن تعرف ما يتوجب عليها

عمله ، يجب أن تدرك ما هي؟ أو ما ماهيتها وما هويتها؟ أي على المنظمات أن تولي قدرا من الأهمية لتكون لنفسها هوية تنظيمية قوية تميزها عن غيرها.

ففي الآونة الأخيرة زاد اهتمام الباحثين والدارسين في العلوم الإدارية والتنظيمية بالهوية التنظيمية، وذلك لما تشهده البيئة التنظيمية من أحداث وتغيرات في أساليب العمل وظهور قيم وعادات وأهداف جديدة للمنظمة، وكذلك لأن للهوية التنظيمية لها تأثير على سلوك العاملين وأدائهم، فهي محصلة العلاقة القائمة بين الفرد العامل والتنظيم من خلال تفاعله مع الزملاء والإدارة العليا ، وتعمل هذا الأخيرة على تنشئة أفراد المنظمة وتكوينهم وكيفية إدراكهم وفهمهم من نحن؟ وماذا نمثل كمنظمة ؟ بحيث يتم تعريف العاملين لأنفسهم بالانتماء إلى المؤسسة ككل وليس لوحدة أو مجال تخصصهم ، من خلال سعي الإدارة العليا لتأثير على مشاعرهم واتجاهاتهم وإدراكهم حتى تكون لهم اتجاهات ورؤى مشتركة حول خصائص المنظمة، وكيفية رؤية أنفسهم في إطار سياق عمل المنظمة، باعتبار الهوية التنظيمية مجموعة من القيم والمعتقدات التي توجه تصرفات العاملين بالمنظمة، والتي تنعكس بدورها على أداء المنظمة وقدرتها على مواجهة التحديات المختلفة، فهي المرآة العاكسة لحقائق متصلة بمسار المنظمة وتطورها وفعاليتها، كما ترتبط بالسيرورة الوظيفية لقادتها فهم ملزمون بالعمل على تدعيم الهوية من أجل دمج وتكييف العاملين.

لذلك تحتاج كل منظمة إلى أن تكون لها شخصية متميزة عن غيرها من المنظمات المتشابهة معها في طبيعة عملها، من خلال تحديد موقعها بين المنظمات الأخرى بما يمكنها من التفاعل معها بشكل أفضل، وتكون المنظمة ذات هوية جذابة وقوية حتى تبقى في بيئة العمل لمدة طويلة، فالهوية التنظيمية تساعد على تعزيز شعور العاملين بالانتماء وتنمية روح الابتكار والإبداع، فكلما زاد شعور العاملين بالهوية التنظيمية زاد إيمانهم بأهداف المنظمة. ونظرا للأهمية التي تكتسبها الهوية التنظيمية على مستوى المنظمة سنسلط الضوء على ماهية الهوية التنظيمية وخصائصها وأشكالها ومستوياتها وكيفية بناء وتفعيل آليات ومقومات بنائها.

2. مفهوم الهوية التنظيمية:

إن البحث في مسألة الهوية يطرح مجموعة من التساؤلات، إذ قلما نجد اتفاقا بين الباحثين والدارسين في هذا المجال، وذلك بسبب المنطلقات الفكرية التي يتبناها كل طرف، لذلك وقبل التطرق لتعريف الهوية التنظيمية لابد من توضيح مفهوم الهوية.

1.2 الهوية لغة:

يشق المعنى اللغوي لمفهوم الهوية من الضمير "هو" كما يقصد بالهوية حقيقة الشيء وصفاته التي يتميز بها عن غيره، وأيضا تستخدم للإشارة إلى المعالم والخصائص التي تتميز بها الشخصية الفردية. (الطب21، 2019)

2.2 اصطلاحا:

تتعلق بفهم الناس وتصورهم لأنفسهم لما يعتقدون أنه مهم في حياتهم. (غيدنز، 2005، صفحة 90) كما تعرف الهوية بأنها وحدة أو كتلة ذات علاقة ضيقة مع حالات اجتماعية، حيث يجد الفرد نفسه في حالة اندماج وسط هذا المجتمع الذي ينتمي إليه. (هولبورن، 2010، صفحة 93)

فالهوية التنظيمية تتعلق بمدى انتماء الموظفين للمنظمة ككل بدلا من الوحدات التي يعملون فيها أو مجال تخصصهم المهني. (حريم، 2004، صفحة 328)

كما تشير الهوية التنظيمية إلى الفهم المشترك بين أعضاء المنظمة، فيما يتعلق بخصائصها ومهمتها ومجال نشاطها، والصورة التي يرى بها الأعضاء داخل المنظمة، وكذلك الأفراد من خارج المنظمة ذاتها فيما إذا كانت ناجحة أو غير ناجحة (عبدالرحمان، 2010، صفحة 29)

كما أن الهوية التنظيمية تشكل الصورة الانطباعية في أذهان الأفراد تجاه منظماتهم بجوانبها السلبية والإيجابية، إذن يمكننا القول بأن الهوية التنظيمية هي الصورة الانطباعية الداخلية، وتعتبر تلك الصورة انعكاساً ديناميكياً لطبيعة الثقافة التنظيمية. (البريدي، 2007)

وتعرف الهوية التنظيمية بأنها ذلك العنصر أو المكون الذي يشير إلى السلوك الجماعي، والذي من خلاله يعبر أعضاء المنظمة عن علاقتهم بخصائص المنظمة الأساسية وأبعادها كالقيم والمعتقدات والمبادئ والقيادة وما يشكل معني لأولئك الأعضاء (رشيد م.، 2003، صفحة 35)

من خلال التعاريف السابقة نستنتج أن الهوية التنظيمية هي مجموعة القيم والمعتقدات والمبادئ التي تسعى الإدارة العليا ترسيخها لدى العاملين بالمنظمة، وذلك بالتأثير على اتجاهاتهم وإدراكهم حتى ينعكس ذلك على تصرفات وأداء العاملين بالمنظمة.

3. المفاهيم ذات الصلة بالهوية التنظيمية:

3.1. السمعة التنظيمية:

هي الانطباع الذهني الشامل الذي يشكل من قبل أصحاب المصلحة العاملين مع المنظمة حول أنشطتها وأنظمتها وقراراتها وسياساتها والذي يتحدد في ضوء استمرار علاقاتهم وتعاملهم ودعمهم من عدمه. (رشيد و الزياي، 2012، صفحة 18)

يتبين من خلال مفهوم السمعة التنظيمية أن هنالك اختلافاً جوهرياً بين هذا المفهوم ومفهوم الهوية التنظيمية، فالسمعة تعكس تقييم أطراف من خارج المنظمة (أصحاب المصالح الخارجيين) لأداء المنظمة ومخرجاتها، في حين يعكس مفهوم الهوية التنظيمية تقييم وإدراك أصحاب المصالح الداخلية (العاملين في المنظمة) لخصائص وقيم المنظمة.

3.2. التماثل التنظيمي:

التماثل التنظيمي يعني تداخل الخصائص المستخدمة في وصف الهوية الذاتية المدركة المعبر عنها بالسؤال من أنا؟ مع الخصائص المستخدمة في وصف الهوية التنظيمية المدركة المعبر عنها بالسؤال من نحن؟، وكلما كان هذا التداخل كبيراً كان التماثل كذلك. (العازي و العطوي، 2010، صفحة 12)

ويكمن الفرق بين مفهوم التماثل التنظيمي والهوية التنظيمية في كون التماثل يدل على شعور الموظف بوجود روابط تربطه بالمنظمة التي يعمل فيها، حيث يتجاوز الاختلاف الثانوي مع المنظمة لكي يتوصل إلى الأمور التي يتفق فيها مع الآخرين، أما الهوية التنظيمية فهي الخصائص أو سمات موروثية ومتميزة طورت عبر الزمن من خلال تاريخ المنظمة، وهي تركز على محاولة إجابة الأفراد عن السؤال المتعلق بمن نحن كمنظمة أي ماذا يميزنا عن غيرنا من المنظمات المماثلة؟، وما الإدراك المشترك بين العاملين فيما يخص السمات الجوهرية للمنظمة. (عبداللطيف و جودة، 2010، صفحة 130)

3.3. الصورة الذهنية

هي إجمالي الانطباعات الذاتية للجماهير عن المؤسسة، وهي انطباعات عقلية غير ملموسة تختلف من فرد إلى آخر، وهي المشاعر التي تخلقها المؤسسة لدى الجماهير بتأثير ما تقدمه من منتجات وتعاملاتها مع الجماهير وعلاقتها مع المجتمع (كريمان و عجوة، 2005، صفحة 128)

ومن هنا يتبين الفرق بين الهوية التنظيمية والصورة التنظيمية إذ أن الهوية التنظيمية تشمل القيم والمعتقدات التي تستهدف العاملين في المنظمة ليعتقدوا بها ويحولوها إلى واقع عملي من خلال الأداء، أما الصورة التنظيمية فهي ما تريد المنظمة لمن هم خارجها الاعتقاد بها أو هي الانطباعات والتصورات التي تريد إيصالها إلى الأطراف الخارجية حول شخصيتها.

4.3. المكانة الخارجية:

ويطلق عليه الصورة الخارجية المفسرة أو تقييمات أصحاب المصالح المنعكسة، ويقصد بالمكانة الخارجية المدركة الكيفية التي يفكر أو يعتقد بها العامل حول نظرة وانطباعات الأطراف الخارجية بخصوص المنظمة التي يعمل فيها. (العطوي، 2010، صفحة 10)

وبهذا يتضح الفرق بين المكانة الخارجية المدركة والهوية التنظيمية، حيث تمثل الهوية التنظيمية مجموعة القيم والمعتقدات الخاصة بالمنظمة، والتي تعزز لدى العاملين من قبل الإدارة العليا، أما المكانة الخارجية المدركة فهي الانعكاس للانطباعات والتقييمات الخاصة بالمنظمة المتأتية من خارجها ويشعر بها العاملون فيها.

4. خصائص الهوية التنظيمية

- السمات المركزية للمنظمة: هي تلك السمات التي يمكن عدّها جوهرية، وهي التي من المفروض توافرها في أي مؤسسة.
- السمات المتفردة: هي السمات التي تميز المنظمة عن المنظمات الأخرى، وقد تعرف بعض المنظمات بسمة مميزة لها مثل شركة IBM تميزت بجودة خدماتها في مجال عملها بالحاسبات الإلكترونية.
- الاستمرارية: تعني استمرار وجود السمات المركزية والمتفردة في المنظمة بمرور الزمن، وهذه السمات لها صفة الديمومة ولا تتأثر سريعا بتغيرات البيئة.

فمن الضروري استمرار وجود الخصائص المركزية والمتفردة للمؤسسة، إذ يعد بعد الاستمرارية شرطا أساسيا في تفعيل الهوية التنظيمية، فإذا لم يتحقق هذا الشرط فإن مفهوم الهوية التنظيمية يكون ضعيفا، وتظهر سمات المؤسسة بشكل واضح وجلي أمام العاملين فيها والمتعاملين معها بمرور الوقت بعد أن ترسخ المؤسسة لنفسها ثقافة تنظيمية واضحة المعالم تكون الهوية التنظيمية من أهم إفرزاتها. (عبدالستار، 2014، صفحة 236)

من خلال ما سبق نجد أنه هناك سمات وخصائص خاصة بالهوية التنظيمية توجد في كل المنظمات، في المقابل هناك سمات تنفرد بها كل منظمة لها شخصية تميزها عن المنظمات الأخرى، ويكون لها موقع بين تلك المنظمات مما يسمح لها بالتفاعل بشكل أفضل حتى تضمن استمرارها وبقائها لمدة طويلة في البيئة التنظيمية.

5. أهمية الهوية التنظيمية:

تبرز أهمية الهوية التنظيمية فيما يلي:

- من خلال دورها الأساسي في التأثير على مشاعر واتجاهات وإدراكات الأفراد العاملين الذي بدوره يؤثر على المنظمة وقدرتها على مواجهة التحديات المختلفة من دون أدنى شك، وهذه الأهمية تقترن بوجود هوية تنظيمية قوية فقط.

مقومات بناء الهوية التنظيمية

- تعمل الهوية التنظيمية على رفع روح الانتماء والتعاون بالنسبة للعاملين، كما تزيد من المشاركة الفاعلة وتسهل التنسيق والاتصال، وتقلل من دوران العمل، مما ينعكس على سلوكهم وتصرفاتهم، وهو ما يعزز من الخصائص الجوهرية للمنظمة ويميزها عن غيرها من المنظمات.

- إن قوة الهوية التنظيمية وشعور العاملين بروح الانتماء والتماثل التنظيمي مع مرور الزمن تساعد الإدارة ككل على تجاوز الأزمات التي تواجهها هذه المنظمات، وبالتالي تسهم في نجاح إدارة المنظمة وزيادة مستوى أداؤها.

- عندما تكون دوافع الأفراد قوية لتحقيق الأهداف التنظيمية، ويكون رضاهم الوظيفي عالي، فهم يبذلون جهدا كبيرا في العمل. فضلا على أنهم يشاركون في المزيد من النشاطات الإضافية التي تتطلبها أدوارهم دون المطالبة بتعويض مباشر، إضافة إلى أنهم يكونون بمثابة سفراء لمنظماتهم يدافعون عن المنظمة وعن سمعتها خارج العمل، الأمر الذي يعزز ويرفع من شأن الفرد ويزيد من رفعه لمعنوياته اتجاه المنظمة. (الشامي، 2014، صفحة 74)

6. مستويات الهوية التنظيمية:

يمكن تصنيف الهوية التنظيمية إلى مستويين رئيسيين هما:

1.6 الهوية التنظيمية الضعيفة: يكون شعور الأطراف المعنيين بالهوية التنظيمية ضئيلا إذ قد تتوافر السمات الجوهرية وقد تكون السمات مميزة في المنظمات كلها، إلا أنه لم يمض الزمن الكافي (عامل الاستمرارية) لتعميق هذا الشعور.

وقد تتغير هوية المنظمة نتيجة لتبني أنماط سلوكية جديدة مما يتطلب بروز هوية أخرى أو تغييرات في الهوية السائدة. لكن هذا التغيير في هذه الهوية سيكون ضعيفا حتى يمر عليه وقت طويل لكي يترسخ في أذهان كافة الأطراف المعنية.

2.6 الهوية التنظيمية القوية: يكون شعور الأطراف المعنيين بالهوية التنظيمية القوية عند وجود السمات الجوهرية التي تميزها عن غيرها من المنظمات مع مرور زمن طويل على تلك السمات. (عبداللطيف و جودة، 2010، صفحة 131)

إذن فالهوية التنظيمية الضعيفة لها انعكاسات سلبية على المؤسسة في تنفيذ أعمالها وعلى أداء العاملين بها، على عكس الهوية التنظيمية القوية الايجابية، حيث يكون أداء أعمالها بشكل مدروس وعلني نتيجة سماتها واتجاهاتها الواضحة والمدروسة، فكلما كانت هوية المنظمة قوية استطاعت الوصول إلى أفضل النتائج في تحقيق أهدافها.

7. أشكال الهوية التنظيمية:

يتجلى تعدد الهوية التنظيمية والحكم عليها بتقسيمها إلى نوعين من الهويات هما الهوية المعيارية والهوية النفعية كما هو

موضح:

1.7 الهوية المعيارية: وهي تلك الهويات التنظيمية التي تركز عملها ونشاطها على معايير معينة كالأنشطة الثقافية والتعليمية والدينية.

ويعمل هذا النوع على أساس إيديولوجي معين وثقافي ما وفق نظام قيمي، تحاول المنظمة على أساسه الاستقرار والتثبيت به، وهذا النسيج الثقافي الإيديولوجي يخدم المبادئ المثلى للعاملين ليحفزهم على اتخاذ القرارات اليومية التي تصب في مصلحة المنظمة، فقوة المثل والمعايير هي المصدر الأساسي للإشراف على العاملين.

2.7 الهوية النفعية: يكتسي هذا النوع من الهوية في التنظيم أهمية كبيرة في أغلب المنظمات ذات التخصص الربحي والاقتصادي بشكل أكثر وضوحا، وهذا النوع من الهوية التنظيمية يحاول التكييف والوصول إلى أكبر قدر ممكن من الربح

في تحقيق المنفعة، من زيادة في فائض الإنتاج وتحقيق الربح والمنفعة الذاتية سواء للفرد في حد ذاته أو للمنظمة ككل، وبمدى ومقدار ونوعية الجهد المبذول في ظل التنافس وكسب العملاء والزبائن. (سعد و العنزي، 2013، صفحة 156) والجدول التالي سيوضح الفروق والاختلافات بين الهوية المعيارية والهوية النفعية:

الجدول رقم (1): الاختلافات الأساسية بين الهوية المعيارية والهوية النفعية

البيان	الهوية المعيارية	الهوية النفعية
الأنشطة التي تجسدها	الأنشطة الثقافية أو التعليمية أو التعبيرية أو الدينية	أنشطة منشآت الأعمال
الأهداف العليا	السير وفق المعايير والقيم العليا	تعظيم الأداء الاقتصادي
معياري النجاح	خدمة المجتمع بالايديولوجيا التي تؤمن بها	مقدار العوائد المالية
تقسيم العاملين	الالتزام بالمعايير والمثل والقيم العليا	مقدار ونوعية الجهد المبذول
التنافس لكسب العملاء	غير مقبول	مقبول

المصدر: (سعد و العنزي، 2013، صفحة 158)

8. آليات بناء وتشكيل الهوية في المنظمة:

حسب " فيليب يرنو" هناك ثلاث آليات أساسية يتمكن من خلالها العامل أن يتحصل على هوية من المنظمة التي يعمل فيها وهي:

1.8 التكوين: إذا تم إعداد مضمونه جيدا من طرف المؤسسة بهدف إعطاء العامل قناعة واسعة بأن نجاحه مرتبط بنجاح المؤسسة التي يعمل فيها وأن تطوره مرتبط بتطورها، وبذلك يصبح التكوين عاملا من عوامل بناء المسارات المهنية للعمال هذا لا يعني بأن مضمون التكوين يجسد فقط قيم وقناعات الهيئة المديرة في المؤسسة بل قد يكون مضمون اقتراح من طرف العامل ذاته ولكن لا بد أن يكون ذلك ترجمة حقيقة وتعبيرا منه عن روح الانتماء للمؤسسة التي يعمل فيها . يتضح أن التكوين مهم للعمال في المؤسسة لأن يؤهل العمال لبناء علاقة انتماء وانتساب للمؤسسة كعضو يساهم في تحقيق أهدافها، والتكوين لا يقتصر على تلقي المعارف بالنظريات فقط، بل يسعى إلى إعطاء العامل فرصة للتعرف عن قرب من خلال العمل في الميدان وتفاعل مع ذوي الخبرة.

2.8 الخبرة المهنية: الهوية يشكلها العامل من خلال حياته المهنية في المؤسسة، فالسلطة والقيادة لها تأثير على سلوك العامل وثقافته في العمل، والوضعية التنظيمية والمهنية كذلك لها دور في تحديد الهوية والشخصية المهنية والاجتماعية والتنظيمية للعامل في العمل، بل أكثر من ذلك كتمارس مهنة معينة أو التحكم في تقنية معينة بمعايير العلاقة التي تحكمه بالآخرين أي أن كفاءة العامل في إنجاز عملة مرتبط بدرجة وطبيعة العلاقة الاجتماعية والتنظيمية التي تربط بينه وبين الإدارة.

3.8 الاعتراف بالانتماء: الكثير من الباحثين يبينون أن هناك علاقة وطيدة بين الاعتراف بالانتماء وتشكيل الهوية، بحيث لا يمكن أن تتشكل هوية الانتماء لمجموعة معينة دون أن تعترف وأن تتقبل هذه المجموعة انتماء الشخص لها، لأن القضية قضية وجود فأى شخص يمكن أن يدخل في الصراع مع الآخرين من أجل اعتراف المجموعة به وإثبات وجوده. فإعطاء الهوية وتشكيل مجموعة الانتماء هو أساس من أسس بناء الروابط الاجتماعية في أي مجال تنظيمي ومن هنا يتضح أن المؤسسة أصبحت تشكل هذا المجال التنظيمي المنتج للروابط الاجتماعية. (بن عيسى، 2010، الصفحات 239-240)

من خلال هذه الآليات الثلاث المذكورة يمكن لأي منظمة أن تقوم بتشكيل هويتها التي تجعل العامل يشعر بأن المنظمة جزء منه وهو جزء منها، كما أن نجاح المنظمة مرتبط بنجاح العمال، وأن قيمها ومعتقداتها ومبادئها لا تتعارض مع شخصيته ويظهر ذلك من خلال سلوكاته وتصرفاته اتجاه المنظمة.

9. آليات تفعيل الهوية التنظيمية:

1.9. دراسة البعد الثقافي للعاملين:

تفيد دراسة البعد الثقافي للعاملين في المؤسسة في الاطلاع على هوياتهم الثقافية والإحاطة بقيمهم الاجتماعية التي تشكل مجتمعة جزءاً جوهرياً من الهوية التنظيمية للمؤسسة، والتي يمكن للمسيرين توظيفها في نجاح المؤسسة وتفعيل هويتها، وذلك على اعتبار هوية المؤسسة امتداداً لهوية المجتمع، كذلك هو الحال بالنسبة لثقافة المؤسسة وثقافة المجتمع، ويمكن توضيح ذلك من خلال النقاط التالية:

- تحديد القيم الثقافية التي يؤمن بها العاملون ويدافعون عنها، سواء كأفراد أو كجماعات في المؤسسة.
- تحديد القيم المتعلقة بالأفراد في مختلف مناصبهم يعطي إمكانية واسعة للتنبؤ بالسلوك الذي ينتج عنهم، سواء في الحاضر أو في المستقبل.
- الاطلاع على دوافع الأشخاص وطرق تعاملهم مع مختلف المحفزات الممكنة المادية والمعنوية، فانطلاقاً من أنماطهم الثقافية واتجاهاتهم نستطيع اختيار أحسن أنواع الحوافز التي تؤدي دورها بشكل فعال.
- المعرفة الكافية الخاصة بالأفراد في المؤسسة تمكن هذه الأخيرة من تكييفها مع نظام قيمهم المرتبطة بها طبقاً لأهدافها وثقافتها أو البحث عن أشخاص لا يبعدون عنها.

2.9. الصورة الذهنية للمنظمة:

إن الصورة الذهنية التي ترسمها المؤسسة لنفسها، يعود بالدرجة الأولى لقادتها ومسيرها بمختلف درجاتهم في السلم الهرمي وما يقومون به من إرساء لثقافة تنظيمية قوية من شأنه أن يكون انطباعاً إيجابياً على المؤسسة سواء كان ذلك لدى الجمهور الداخلي، أي العاملين فيها أو الجمهور الخارجي كالزبائن ومختلف الشركاء والمتعاملين، ذلك على أن تنطلق هذه العملية من الداخل إلى الخارج فالمؤسسات التي تعمل على هذا الأساس يسهل عليها بناء صورتها الذهنية المدركة لدى كل من يعمل ويتعامل معها، وبالتالي يسهل عليها بناء وتفعيل هويتها التنظيمية.

3.9. رسالة المؤسسة:

في هذه الأيام أصبح وجود رسالة واضحة للمؤسسة ميزة تطبع المؤسسات ذات الهوية التنظيمية القوية عن غيرها، فرسالة المؤسسة بمثابة إعلان عن رؤيتها وأهدافها وكذلك المجال الذي تعمل فيه، وما يميزها عن غيرها من المؤسسات، سواء كان الأمر يتعلق بالمنتجات أو الخدمات. (براهمية، 2018، الصفحات 201-203)

4.9. القيادة الإدارية:

تعمل القيادة الإدارية على تفعيل الهوية التنظيمية للمؤسسة وذلك بتنمية القيم والمعتقدات فعندما لا تكون القيم راسخة عن العمل يلجأ القائد إلى تنميتها ضمن برنامج محدد قد يستغرق وقتاً طويلاً، ويمكن تقصيره باستخدام جرعات مكثفة من التوعية والتأثير كزيادة الإحساس بالانتماء للمؤسسة وزيادة الشعور بالرضا وتحقيق الذات من خلال المشاركة وإقامة علاقات اجتماعية مع الآخرين، وكذا الشعور بالرضا وتحقيق الذات من خلال المشاركة وإقامة علاقات اجتماعية مع الآخرين (الطجم و السواط، 2003، صفحة 183)

5.9. اللغة:

إن علاقة اللغة بالهوية هي علاقة جد وطيدة ومتكاملة إذ لا نستطيع التعمق في فهم هوية وثقافة مجتمع ما لم نعرف لغته بكل مدلولاتها ومضامينها. ونفس الشيء بالنسبة لهوية المؤسسة، فاللغة المستعملة في المؤسسة تعكس جزءا كبيرا من هويتها التنظيمية، وتعتبر شكلا جليا لثقافتها التنظيمية.

بالنسبة للغة المستعملة في المؤسسة الجزائرية يرى "علي غربي" و "يمينة نزار" من خلال دراسة ميدانية قاما بها حول التكنولوجيا المستوردة وتنمية الثقافة العمالية بالمؤسسة الصناعية، سيطرة اللغة الأجنبية في معظم المؤسسات وخاصة الصناعية منها...، فمن المعروف أن اللغة العربية هي اللغة الرسمية للبلاد إلا أن اللغة السائدة في معظم المعاملات هي اللغة الفرنسية. (غربي و نزار، 2002، صفحة 93)

حيث قد يؤثر ذلك سلبيا على غرس وإيصال ثقافة المؤسسة في الفرد العامل كون المستوى التعليمي للكثير منهم لا يمكنهم من استيعاب الكثير من الدلالات والرموز. وهكذا نجد غالبية الإطارات تستعمل اللغة الفرنسية في تعاملها سواء أثناء الاتصالات الرسمية، أو في تحرير الوثائق أو حتى في حديثها مع العمال البسطاء، وهي اللغة التي لا يتقنها عدد متزايد من العمال، بل حتى بعض الإطارات الشابة حديثة التخرج من الجامعات، خاصة في الحقوق والعلوم الاجتماعية. (بوفلجة، 2010، صفحة 69)

من هنا نؤكد على ضرورة تبني كل هذه العناصر التي من شأنها تفعيل الهوية التنظيمية والتي من خلالها يصبح للمنظمة وزنها الخاص بين المنظمات فتثبت وجودها في بيئة العمل، وتكون لها بذلك هوية قوية وجذابة وتبقى لمدة طويلة.

10. آثار الهوية التنظيمية:

تسعى المنظمات جاهدة ليكون موظفوها ملتصقين برسالتها وأهدافها التنظيمية ويكون هذا بتوافق سلوكياتهم، وجعلها منصبية نحو تحقيق أهداف المنظمة. ومن هنا تحقق الهوية التنظيمية مجموعة من الوظائف والآثار على الفرد في حد ذاته وعلى المنظمة ككل.

1.10 آثارها بالنسبة للفرد:

- تعزز ارتباط الفرد بمنظّمته وتزيد من احترامه لذاته والشعور بالاستقرار النفسي والاجتماعي وتزيد من المشاركة الفعالة وهذا يسهل التنسيق والاتصال.

- تجاوز الفرد لمصالحه الذاتية، مما يحقق له القدرة على الانفتاح على ذاته وتجاوزها بصورة إيجابية وبالتالي التضحية من أجل أهداف المنظمة.

- تعطي للفرد معنى لعمله وتبني لديه التماثل التنظيمي نتيجة ذوبانه ضمن الجماعة وهو مكسب فردي للعامل قبل أن يكون للمنظمة وتقلل من دوران العمل.

- ترفع من معنويات الفرد اتجاه المنظمة وبالتالي يشعر بالرضا الوظيفي مما يؤدي إلى الزيادة في الجهد والإنجاز لتحقيق النجاح للمنظمة.

2.10 آثارها بالنسبة للمنظمة:

- تصبح الهوية التنظيمية في أغلب المنظمات مصدرا للميزة التنافسية وتضفي لها قوة ومدة طويلة وبالتالي يصعب تقليدها.

- إن قوة الهوية التنظيمية وشعور العاملين بروح الانتماء والتماثل التنظيمي مع مرور الزمن تساعد

المنظمة على تجاوز الأزمات وبالتالي تسهم في نجاح إدارتها وزيادة مستوى أدائها.
- تساعد على الحفاظ على الأهداف المركزية التي أسست لأجلها المنظمة أو بعضها، والتركيز على نشاط المؤسسة واستمرارية وجودها. (رشيد م.، 2003، الصفحات 53-54)

11. خاتمة

إن تحقيق الهوية التنظيمية من أهم الأهداف التي تسعى لها المؤسسة لما لها من أثر إيجابي على نجاحها، وذلك من خلال الهوية التي تحملها كل منظمة والتي يحملها العاملون بها عن طريق التفاعل والاتصال بين زملاء العمل والإدارة .
فمن خلال ما سبق نستنتج بأن تشكيل الهوية التنظيمية للعاملين يمر عبر إدراكهم للسمات الجوهرية التي تعرف بها المنظمة التي يعملون بها، من خلال امثالهم لمختلف القيم والمعايير التنظيمية التي تعبر عن انعكاس قيم ومعتقدات الإدارة العليا وتمكنهم من الإجابة عن السؤال من نحن كمنظمة؟ كما أن نجاح المنظمة وفعاليتها يدل على وجود هوية تنظيمية قوية لدى العاملين بها، فأليات تشكيلها تكون عن طريق الخبرة والتكوين والاعتراف من طرف الآخرين، مما يؤدي إلى تعزيز الشعور بالانتماء لدى العاملين والتعاون بينهم، ويزيد من المشاركة الفاعلة ويسهل التنسيق والاتصال، وهو ما يعزز من الخصائص الجوهرية للمنظمة ويميزها عن غيرها من المنظمات.
فمن خلال كل ما تطرقنا إليه وجب على المنظمات العمل على نشر وترسيخ ثقافة تنظيمية تحث على تطبيق مفهوم الهوية التنظيمية، وتوفير بيئة داعمة ومساندة للعمال تشجعهم على النمو المهني، وتحفيزهم على التفاني والإخلاص لتحسين الهوية التنظيمية بشكل مستمر وتعزيز هويتها التنظيمية، كما يجب على المنظمات التوعية بأهمية الهوية التنظيمية بتوفير آليات وأساليب التحفيز المختلفة للعاملين، وذلك من خلال عقد الدورات التدريبية المتخصصة والندوات التي من شأنها زيادة مهاراتهم وقدراتهم وتعزيز مفهوم الهوية التنظيمية لدى العاملين

- أفضل عباس مهدي الشامي. (2014). *روحانية العمل وانعكاساتها في سلوك المواطنة بتوسيط جاذبية*. العراق: كلية الادارة والاقتصاد.
- أنثوني غيدنز. (2005). *علم الاجتماع*. بيروت: المنظمة العربية للترجمة.
- حسين حريم. (2004). *السلوك التنظيمي*. عمان: دار حامد للنشر.
- عبد الله عبد الغني الطجم، و طلق بن عوض الله السواط. (2003). *السلوك التنظيمي*. السعودية: دار الحافظ للنشر والتوزيع.
- علي سعد، و محمود العنزي. (2013). *الفكر التنظيمي في إدارة الاعمال*. الاردن: الوارق للنشر والتوزيع.
- علي غربي، و يمينة نزار. (2002). *التكنولوجيا المستوردة وتنمية الثقافة العملية بالمؤسسة الصناعية*. قسنطينة: مخبر علم الاجتماع والاتصال.
- غياث بوفلجة. (2010). *القيم التنظيمية وفعاليتها التنظيمات*. الجزائر: دار القدس العربي.
- فايز عبدالرحمان. (2010). *التعلم التنظيمي وأثره في تحسين الأداء التنظيمي*. الأردن: دار جليس الزمان.
- فريد كريمان، و علي عجوة. (2005). *إدارة العلاقات والصورة الذهنية*. القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع.
- مازن فارس رشيد. (2003). *الهوية التنظيمية والتماثل التنظيمي*. السعودية: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر والتوزيع.
- محمد المهدي بن عيسى. (2010). *علم الاجتماع التنظيم من سوسيولوجية العمل الى سوسيولوجية المؤسسة*. الجزائر: مطبعة إمبابلاست.
- هارلمس هولبورن. (2010). *سوسيولوجيا الثقافة*. (حاتم حميد حسن، المترجمون) سوريا: دار كيوان للطباعة والنشر.
- سعد علي العنزي، و عامر علي العطوي. (2010). *الاحتكام للمكانة: منظور معاصر في عملية تعزيز السلوك الريادي*. مجلة العلوم الاقتصادية والادارية ، 16 (58)، 10.
- صالح عبد الرضا رشيد، و صباح حسين الزبادي. (2012). *دور المسؤولية الاجتماعية في تعزيز السمعة التنظيمية المدركة*. مجلة القادسية للعلوم الادارية والاقتصادية ، 16 (1)، 18.
- صونية براهيمية. (2018). *الهوية التنظيمية وآليات تفعيلها في مؤسسة*. مجلة العلوم الاجتماعية ، 15 (27)، 201-203.
- عبد اللطيف عبد عبداللطيف، و محفوظ أحمد جودة. (2010). *دور الثقافة التنظيمية في التنبؤ بقوة الهوية التنظيمية*. مجلة جامع دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية ، 26 (2)، 131.
- عبد الله البريدي. (2007). *هوية المنظمة*. مجلة التدريب والتقنية (96).
- ماجدة عبد الاله عبد عبدالستار. (2014). *القوة التنظيمية وعلاقتها بالهوية التنظيمية ادى مدرء المدارس الاعدادية*. مجلة كلية التربية والرياضة ، 26 (58)، 236.
- موسوعة الطب 21. (2019، 12 15) [Http://teb21.com/article/identification](http://teb21.com/article/identification) تاريخ الاطلاع 25 01، 2022.