

## دور التنمية المستدامة في ترقية الإتصال

أ. عيشوش أعمر\* أ.د. بوكساني رشيد\*\*

### الملخص:

من خلال هذه الورقة البحثية سنحاول إبراز مدى مساهمة التنمية المستدامة في إرساء قواعد اتصال كفئة وفعالة في المؤسسة، فللاتصال أهمية كبيرة في المؤسسة حيث يعتبر من أهم الوظائف التي تقوم بها المؤسسة للتعريف بمنتجاتها وخدماتها والتعامل مع كل جماهيرها، داخليين كانوا أم خارجيين، إضافة إلى القيمة المضافة التي تقدمها التنمية المستدامة إلى هذه الوظيفة الحساسة.

إن قطاع الاتصال لم يول الأهمية اللازمة وبقي لمدة طويلة في آخر اهتمامات القائمين على المؤسسة لأسباب مختلفة ومنها عرقلة إرادة التغيير خاصة في وسائل الإعلام والوكالات والمعلنين، فهل يمكن تجاهل ولمدة طويلة التغيير الحالي في الذهنيات، في الآراء والسلوكيات؟

تبدو هذه التحولات (الاهتمام المتزايد بقطاع الاتصال) واقعية كون أن هذه التطورات تستند على دوافع المواطن حيث من مصلحة الفاعلين في عالم الاتصال الاستجابة لتوقعات وتوجهات المجتمع والحرص على تلبيةها كما أن على الاتصال القيام بوظيفته باعتباره مركز خبرة وإبداع للمجتمع وتكيفه مع رهانات التنمية المستدامة.

انطلاقا مما سبق، سنحاول التعرف على وظيفة الاتصال وإسهامات التنمية المستدامة على هذه الوظيفة.

الكلمات المفتاحية: التنمية المستدامة - الاتصال المستدام - المسؤولية الاجتماعية - الاحتباس الحراري

### Abstract:

In this research paper, we try to present how sustainable development contributes to found communicative rules as an effective group in the company. Communication is of a great importance as it is considered as the most important job the company does to exhibit its products, to offer services and to deal with all publics, whether domestic or outsiders, adding the plus-value that the sustainable development provides with this delicate function..

The sector of communication hasn't been given the necessary importance in the company, and yet remained for a long time an ultimate preoccupation to those

\* طالب دكتوراه - جامعة أكلي محمد أولحاج - البويرة .  
\*\* أستاذ التعليم العالي - جامعة محمد بوقرة - بومرداس .

responsible for different reasons, such as, impeding the will of change, especially in the mass media, the agencies and the advertisers.

So do we disregard the actual change in mentalities, in opinions, and in behaviors? These changes seem to be realistic (the increasing interest of the sector of communication) because these evolutions are based on motives of citizenship, where it is in the favor of the actors in the world of communication to comply with expectations and tendencies of society.

Just as the communication has to do a job provided that it is a centre of competence and creativity for society and its adaptation to sustainable development challenges. Basing on what is said before; we try to acknowledge the function of communication and the contributions of the sustainable development to it.

**Keywords:** Sustainable development - Durable communication - Social responsibility - Global warming

#### المقدمة :

إذا كانت التنمية لا تعكس احتياجات ومطالب المجتمع وتحقق الأهداف الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والأمنية والبيئية لكل مجتمع، فإن هذه التنمية سوف لا تنعكس سلبا على أوضاع الإنسان فحسب، بل إنها سوف تؤدي إلى إحداث أزمات ومشاكل إنسانية وبيئية معقدة، كما سينتج عنها معضلات مكلفة قد تتطلب رصد موارد ضخمة لمجابهتها.

على هذا الأساس، تقتضي التنمية المثلى ضرورة التكامل والتفاعل والتعايش المستمر بين الإنسان وبيئته والحفاظ على الموارد الطبيعية وتجديدها وكذا ترشيد استهلاكها وعدم استنزافها، ولن يتأتى هذا إلا عن طريق اتصال فعال يحترم أبعاد التنمية المستدامة.

إن الأمر يتعلق من خلال هذه الورقة البحثية بمرافقة تغيير عميق للممارسات الاتصالية وهذا مهما كان محتوى أو شكل الرسالة الاتصالية وإطلاق أسلوب حقيقي لإدراج التنمية المستدامة فيها، فتحدي التنمية المستدامة يمكن أن يرفع من خلال انتهاج مسار اتصالي مسؤول اجتماعيا يحترم أبعاد التنمية المستدامة .

حقيقة العمل المنتظر كبير والإطار الراهن ليس مشجعاً، فبجانب النوايا الأيكولوجية والاجتماعية الجيدة المعلنة من طرف المواطنين، نجد أن التيار الاستهلاكي وثقافة « أنا أولاً » لم تبتل من قبل بشكل أكبر مما هي عليه اليوم، ولا حتى المنتجات الملوثة لم تكن أكثر إنتاجاً وشراءً مما هي عليه اليوم إضافة إلى هذا، هذه الأزمة التي تميل إلى جعل الضمير البيئي في مستوى ثان.

انطلاقاً مما سبق يمكن أن تبرز معالم إشكالية دراستنا من خلال السؤال المحوري الآتي:  
ما هو دور التنمية المستدامة في إحداث اتصال فعال؟

للإحاطة بجوانب الإشكالية تم دعمها بالأسئلة الفرعية التالية:

- ما المقصود بالتنمية المستدامة ؟

- هل يمكن للقطاع الاتصال تلبية تحديات التنمية المستدامة وإدماجها في ممارساته؟

ولالإجابة عن الأسئلة الفرعية السالفة الذكر، تم وضع خطة تضمنت المحاور الآتية:

أولاً: الخلفية النظرية للتنمية المستدامة وأبعادها ؛

ثانياً: الإطار النظري للاتصال ؛

ثالثاً: الاتصال المستدام وسبل تحقيقه

أولاً: الخلفية النظرية للتنمية المستدامة وأبعادها

بدأ استخدام مصطلح التنمية المستدامة كثيراً في الأدب التنموي المعاصر حيث تعتبر الاستدامة نمط تنموي يمتاز بالعقلانية والرشد، ويتعامل مع النشاطات الاقتصادية التي ترمي للنمو من جهة ومع إجراءات المحافظة على البيئة والموارد الطبيعية من جهة أخرى، فقد أصبح العالم اليوم على قناعة بأن التنمية المستدامة التي تقضي على قضايا التخلف هي السبيل الوحيد لضمان الحصول على مقومات الحياة في الحاضر والمستقبل.

سنحاول تحليل هذا المحور من خلال التطرق إلى مفهوم التنمية المستدامة وتحليل أسسها.

**1** - مفهوم التنمية المستدامة: تمثل التنمية المستدامة نموذجاً للتطور الاقتصادي يركز حول الإنسان، حاجياته وتطلعاته كما تساهم في اكتشاف عالم معترف به في تعدديته ومتشعب باحترام حقوق الإنسان والحقوق والواجبات التكنولوجية والاجتماعية وهو يبحث كذلك في الإبقاء على ثروة التنوع الثقافي الملازم لنفس إرادة السمو بالإنسان نحو الإنسانية، هذا الإنسان سيجد الرغبة في الحياة وتقاسم الأرض المشتركة ذات الموارد المحدودة.

أ - تعريف التنمية المستدامة: التعريف الأكثر كلاسيكي لمفهوم التنمية المستدامة هو التعريف الذي جاء سنة 1987 في تقرير برونتلاند <sup>\*</sup> Brundtland الذي اعتبر أن التنمية المستدامة هي >> التنمية التي تستجيب لحاجات الأجيال الحالية دون المجازفة بقدرة الأجيال القادمة على الاستجابة لحاجاتهم <sup>1</sup> <<، يقترح هذا التعريف الملاءمة بين رهانات التنمية المستدامة مع حماية موارد الطبيعة وفي هذا المضمون التنمية المستدامة تعني تحقيق توازن جديد، بين الفقراء والأغنياء، بين الجيل الحالي وأجيال المستقبل وبين البشرية والطبيعة.<sup>2</sup>

\* من اسم قروأرام بورتلاند Gro Harlem Brundtland، وزيرة البيئة النرويجية التي ترأست اللجنة العالمية للبيئة والتنمية، تم عرض هذا التقرير الموسوم بـ" مستقبلنا المشترك " في الجمعية العامة للأمم المتحدة سنة 1986

<sup>1</sup> Schneider, Ludovic, **100 questions pour comprendre et agir Le développement durable territorial**, AFNOR, Paris, 2010, P : 05

<sup>2</sup> Frits Mulder, Karel, **L'ingénieur et le développement durable**, Presses de l'Université du

أما "الاتحاد الدولي لحماية الطبيعة" Union international pour la protection de "la nature" فيعتبر أن التنمية المستدامة هي «تحسين نوعية الحياة مع العيش ضمن القدرة الاستيعابية للنظم البيئية الداعمة»<sup>1</sup>.

في حين أن البرنامج الخامس المشترك للاتحاد الأوروبي الخاص بالبيئة (نحو تنمية مستدامة 1993-2000) يعرفها على أساس أنها «سياسة أو إستراتيجية تهدف إلى ضمان الاستمرارية في الوقت للتنمية الاقتصادية والاجتماعية واحترام البيئة دون المجازفة بالموارد الطبيعية الضرورية للنشاط البشري»<sup>2</sup>.

كما عرفت التنمية المستدامة على أنها «مفهوم عام وشامل يرتبط بمختلف الجوانب التي تمس العملية التنموية للمجتمع والتي تنعكس على أفراد ومؤسساته وتمكينهم من تلبية حاجياتهم المستمرة والمتنوعة؛ في إطار علاقة مستمرة وإيجابية بين المجتمع والمحيط الذي يعيش هذا المجتمع؛ بما يكفل العيش الكريم لأفراده في إطار العدالة والمساواة ويراعي فيه متطلبات الأجيال القادمة»<sup>3</sup>.

إن التنمية المستدامة تبعا للتعريف السابقة هي الاهتمام بأجيال المستقبل (أبنائنا، أحفادنا وكل الذين سيلحقون من بعدنا، هنا وفي كل مكان) وتأمين لهم ظروف حياة على الأقل أحسن من تلك التي كانت لدينا، ففكرة الرفاهية الاجتماعية في التنمية المستدامة كل مدلوليتها ونفس الشيء بالنسبة للحفاظ على البيئة، فكيف نستطيع أن نتصور تسليم أرض مرهقة من موادها الأولية الغير متجددة ومملوءة بالنفايات، هل نحن دائمون؟ هل لدينا حقوقا أكثر من الأجيال التي سبقتنا أي حوالي ثمانين مليار شخص الذين سلكوا هذا الكوكب قبلنا؟ هل لدينا حقوقا أكثر من مئات الملايين من الأشخاص الذين سيأتون بعدنا في هذه المركبة الصغيرة التي تملح في وسط هذا الكون الشاسع.

ت - أبعاد التنمية المستدامة: تمثل أبعاد التنمية المستدامة في الأبعاد الثلاثة الآتية<sup>4</sup>:

- البعد الاقتصادي: يعني زيادة رفاهية المجتمع والقضاء على الفقر من خلال إيقاف تبديد الموارد الطبيعية وعدم تصدير الضغط البيئي إلى البلدان النامية إضافة إلى تقليص تبعية هذه الأخيرة حيث كلما تقلص استهلاك الموارد الطبيعية من طرف البلدان الصناعية كلما كان له تأثير على صادرات الدول النامية من هذه الموارد ما يعني انخفاض الأسعار الذي ينعكس سلبا على إيرادات هذه الدول.

Québec, Canada, 2009, P : 08

<sup>1</sup> عودة راشد الجبوسي، الإسلام والتنمية المستدامة رؤى كونية جديدة، مؤسسة فريدريش ايبرت، عمان، 2013، ص: 22

<sup>2</sup> Smouts, Marie-Claude, **Le développement durable**, Armand Colin, Paris, 2008, P : 12

<sup>3</sup> تواتي ادريس: دور الجامعة في التنمية البشرية المستدامة، مجلة معارف: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم العلوم التسيير، جامعة البويرة، العدد 18، جوان 2015، ص: 20

<sup>4</sup> مصباح بلقاسم، دور الحكم الراشد في تحقيق التنمية المستدامة، مجلة معارف: مرجع سبق ذكره، ص: 232

- البعد الاجتماعي: يعني تحقيق نمو متوازن للسكان الذين يكون لمجتمهم النهائي تأثيرا على قدرة الأرض في إعالة هؤلاء السكان بالإضافة إلى ضرورة التوزيع المتوازن للسكان من ناحية خطورة عملية توسيع المناطق الحضرية الذي ستكون له نتائج وخيمة على البيئة كما لا ننسى الاستخدام الكامل للموارد البشرية من خلال تحسين التعليم وتوفير خدمات الصحة ومحاربة الفقر.

- البعد البيئي: يمثل البعد البيئي للتنمية المستدامة في ضرورة الحفاظ على الموارد الطبيعية من خلال حمايتها لإنتاج المواد الغذائية إضافة إلى حماية المحيط المائي حيث يعتبر الماء قضية حيوية تستدعي الاعتماد على مصادر المياه المتجددة والتقليدية وأخيرا حماية المناخ من ظاهرة الاحتباس الحراري الناتجة عن التركيز الكبير لبعض الغازات في الغلاف الجوي ومن بين الحلول لهذا المشكل هو التركيز على استخدام الطاقات المتجددة.

2 - أسس التنمية المستدامة: يمكن حصر أهم الأسس التي تقوم عليها التنمية المستدامة في العناصر الآتية<sup>1</sup>:

أ - تصاعد الانشغالات البيئية والاجتماعية: ظهرت الكثير من المشاكل البيئية والاجتماعية منذ حلول ظاهرة ما يعرف بالاستهلاك الكبير في سنوات الستينات ، فمع التطور الاقتصادي العالمي أصبح العالم يشعر أكثر بالضعف حول التوازنات الطبيعية: إستنفاد الموارد الطبيعية، تآكل الغابات، الإضرار بالتنوع البيئي، الاحتباس الحراري، أمطار حمضية، انخفاض في طبقة الأوزون...، إذن كل الدول معرضة إلى تفاقم مشاكلها من ناحية الفقر، سوء التغذية، الأمراض، الأوبئة... الخ

- الانشغالات البيئية: أدى تضاعف النشاطات البشرية إلى أضرار معتبرة للموارد الطبيعية هي موارد فانية وليس من المنطق المساهمة في الإخلال بالتوازنات الطبيعية من خلال الاستغلال المكثف للموارد الحفرية (فحم، ببتروول وغاز)، إضافة إلى الاستغلال غير المنتظم للغابات والمياه العذبة التي كميته لم تزداد منذ ظهورها على الأرض كما أن التزايد الديمغرافي والصناعي يؤديان إلى نفاذها، إضافة إلى وجود بعض النشاطات تعد من مسببات التلوث البيئي والتي يقف من ورائها طبعاً الإنسان

- الانشغالات الاجتماعية: رغم كونها أقل أهمية، فإن سوء التغذية يخفي اختلالات كثيرة: تزايد نسبة سوء التغذية في الدول التي هي عرضة لنمو ديمغرافي كبير والفقر كذلك. كما أن الآثار المباشرة لظاهرة سوء التغذية على الصحة الجسدية والعقلية للأشخاص هي آثار معتبرة تعرقل غالبا قدرة هذه الدول في تجاوز عقبة التخلف، من جهة أخرى يعتبر نقص التجهيزات مشكل عويص آخر كغياب نقاط مهياة للعلاج أو شبكات الصرف الصحي مما لا يسمح للسكان من العيش في رفاهية، كما أن المشاكل التي تعترض دول الجنوب هي مشاكل مقلقة حتى أن الفرق بين الدول الغنية والدول الفقيرة دائما في حالة تزايد وأن الفرق في مستوى المعيشة لدى هذه الدول دائما في حالة تصاعد مولدة حالات

<sup>1</sup> ORSE, Développement durable et entreprises, AFNOR, Paris, 2008, P : 03

الإقصاء والعنف ونشير هنا إلا أن الملاحظة الأخيرة هذه تنطبق كذلك على الدول النامية وأيضا الدول الأكثر صناعية.

ب - أهم محطات التنمية المستدامة: بلغت الانشغالات البيئية والاجتماعية في نهاية القرن العشرين مستوى يجعل من ضرورة البحث عن الحلول أمرا مستعجلا وحتما وهذا لإعادة النظر في النماذج الاقتصادية والعلاقات التي تربط بين الدول

يعتبر نادي روما نقطة انطلاق الرؤى حول التنمية المستدامة حيث قام هذا الأخير سنة 1972 بنشر تقرير، عنوانه: <<وقف النمو>> والذي اعتبر بداية التعبئة حول المشاكل البيئية، في نفس الفترة، كانت هناك أشغال الخبراء الدوليين المتعلقة بالكشف عن التفاعلات العديدة بين البيئة والنمو الاقتصادي والتي برهنت أنه من الممكن من تصور وتجسيد استراتيجيات سوسيواقتصادية عادلة وفي نفس الوقت محترمة للبيئة.

في سنة 1987، تبنت "اللجنة العالمية للبيئة والتنمية" "commission internationale de l'environnement et du développement" التقرير الموسوم بـ "مستقبلنا المشترك" والذي أطلق عليه تسمية تقرير "بروندتلاند" "Brundtland" الموضح لمفهوم التنمية المستدامة الذي راجع في سنوات الثمانينات: هذه الرؤية الشاملة تتعلق بالاستجابة لحاجات الجيل الحالي دون المجازفة بقدرة أجيال المستقبل في الاستجابة إلى حاجاتهم. مصطلح الحاجة هنا يعني <<الحاجات الأساسية للأكثر حرمانا: التغذية، الشغل، الطاقة، الماء، النظافة...>>، وهكذا فإن التنمية المستدامة والتنمية البشرية مفهومان مترابطين؛ النمو الاقتصادي فيهما يعتبر شرطا ضروريا لمحاربة الفقر

في سنة 1992 تم عقد ندوة الأمم المتحدة حول البيئة والتنمية بربو دوجانيرو بالبرازيل والتي تم فيها تبني بيان ريو وبرنامج أجندة 21 من طرف 172 دولة مشاركة حيث تمحور هذا الاتفاق على ثلاثة أفكار رئيسية:

- الاعتراف بحق التنمية من خلال مبدأ العدالة بين الأجيال للتقليل من الفروق الحالية لمستوى المعيشي؛

- الاعتراف بمبدأ المسؤولية وواجب التضامن بين الدول سواء من ناحية البيئة أو التنمية الاقتصادية والاجتماعية؛

- إدماج البيئة في المسار الشامل للتنمية.

ثم أتت خطوات أخرى تبعت المراحل السابقة ولعل أهمها هو بروتكول كيوتو في سنة 1997 وهي مرحلة مهمة في مكافحة ظاهرة الاحتباس الحراري حيث التزمت 38 دولة باتخاذ إجراءات عملية للحد من حجم الغازات المسببة للاحتباس الحراري وبهذا الكثير من الفقاعلين في العالم التجاري والصناعي بما فيهم القطاع المالي اعترفوا بأهمية الانشغالات البيئية.

منذ قمة ريو دوجانيرو إلى اليوم، نعيش حركة متسارعة للمبادرات لصالح التنمية المستدامة، ارتفاع وعي الهيئات الدولية إلى أعلى مستوى حيث أن أهدافها انتشرت بكثرة

لدى المجتمع وهي تخاطب كل مواطن والمطلوب من كل المجتمع الدولي من متابعة والتكثيف من الجهود الجماعية لكي في أي مكان تفرض نفس المبادئ على كل الفاعلين  
ثانيا: الإطار النظري للاتصال

يعتبر الاتصال من الأنشطة الهامة التي تحقق الاتصال بين المؤسسة وعملائها، وهو يعبر عن كافة الجهود والأنشطة المباشرة وغير المباشرة التي تقوم بها المؤسسة للتعريف بخصائص ومنافع سلعتها وخدماتها لدى جمهورها، وإيصال كافة المعلومات المعبرة عن حزمة المنافع التي يرغبون في الحصول عليها بالأسعار التي تناسبهم سننترق في هذا المحور إلى مفهوم الاتصال وكذلك مختلف الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها بالإضافة إلى تحليل كل الآثار الاجتماعية والبيئية التي يقف وراءها الاتصال وأخيرا الدور الذي يمكن أن يمثله الاتصال بالنسبة للتنمية المستدامة.

**1 - مفهوم الاتصال:** الاتصال جزء من حياة الإنسان، يتغير كلما تغيرت بيئته وكلما تغير من حوله ممن يتفاعل معهم. والواقع أن الإنسان دائم الاتصال مع غيره من أفراد مجتمعه إذ يتصل بهم ويتصلون به للتعلم والاستفادة من المعلومات وتحقيق الفهم والتأثير وما إلى ذلك من أهداف.

أ- تعريف الاتصال: حظي الاتصال بمجموعة من التعاريف يمكن أن نذكر أهمها من خلال ما يلي:

يعتبر شيري C Cherry الاتصال هو >> استعمال الكلمات أو الرسائل أو أية وسيلة مشابهة للمشاركة في المعلومات حول موضوع أو حدث.<<1.  
أما مورفي Murphy فقد عرف الاتصال على أنه >>عملية نقل وتسليم الرسائل اللفظية وغير اللفظية بهدف إحداث استجابة.<<2.

أما دافت Daft فيعتبر الاتصال >>عملية تتم من خلالها تبادل المعلومات التي تفهم من قبل شخصين أو أكثر وذلك بغرض إحداث الدافعية أو التأثير في السلوك.<<3.  
أما الاتصال من المنظور التسويقي فقد عرفه كل من "فليب كوتلر" Phillip Kotler و"برنارد دوبوا" Bernard Dubois على أنه >>مجموعة الإرسالات المرسل من طرف المؤسسة والموجهة إلى زبائنها بهدف إيصال معلومات قابلة لتغيير سلوكهم في الاتجاه المرجو.<<4.

من خلال هذا التعريف يتضح أن عملية إثارة الانتباه واستمالة الزبائن لا يمكن أن تتحقق بدون اتصال من المؤسسة الذي يدخل في إطار الترويج الذي تقوم به المؤسسة لتحقيق عمليات البيع سواء كان ذلك قبل، خلال وبعد عملية البيع.

- 1 يس عامر، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، دار المريخ، الرياض، 1986، ص: 26
- 2 درة عبد الباري وآخرون، الإدارة الحديثة، المركز العربي للخدمات الطلابية، عمان الأردن، 2002، ص 444
- 3 ثامر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006، ص: 37
- 4 علي فلاح الزعبي، الاتصالات التسويقية مدخل منهجي-تطبيقي، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2010، ص: 60



## 2 - أهداف الاتصال: يهدف الاتصال إلى تحقيق مجموعة من الأهداف يمكن حصرها في الأهداف الآتية:<sup>1</sup>

أ - الأهداف المعرفية: ترغب المؤسسة في تعريف الفئة المستهدفة بمنتجاتها وخدماتها المقدمة وتزويدها بالمعلومات الكفيلة بالإلمام بعملية الفهم لمحتوى العملية الاتصالية.

ب - الأهداف العاطفية: يطمح المسوق إلى تحبيب وتفضيل منتجاته وخدماته للمستهلك المستهدف بهدف إعطاء صورة جيدة للعلامة التي يمثلها مما يدفعه إلى العمل على إحداث الجاذبية والرغبة لدى المستهلك، بالإضافة إلى نسج علاقة قوية بين العلامة والمستهلك من خلال إيصال مشاعر طيبة بينهما، فالعلامات الجيدة تبحث دائماً في إحداث الصلة مع زبائنها.

ت - الأهداف السلوكية: تبحث المؤسسة دائماً في التأثير على القرار الشرائي للمستهلك المستهدف ليكون في صالحها من خلال بيع منتجاتها وخدماتها، فيدخل في إطار هذا الهدف عملية تجريب منتج جديد، تدوقه، لمسّه بالإضافة إلى دفع المستهلك لطلب معلومات، مقارنة منتجات وخدمات معروضة، إطلاق عملية الشراء.

ث - أهداف التقبل: تتعلق بجعل جماهير المؤسسة تنظم إلى رؤية المؤسسة في مختلف القضايا المطروحة.

3 - آثار الاتصال البيئية والاجتماعية: كبقية الوظائف في المؤسسة، للنشاطات الاتصالية آثار على المستوى البيئي، الاجتماعي والاقتصادي، ومن الملاحظ إن المختصين في الاتصال لا يعرفون جيداً الآثار البيئية والاجتماعية المرتبطة بنشاطاتهم فمن المناسب إذن مساعدتهم في تحديدها وحصرها حتى يتم معرفة متركبات الأعمال ذات الأولوية.

يمكن تصنيف الآثار المترتبة عن نشاطات وكالة الاتصال إلى مجموعتين اثنتين هما<sup>2</sup>:

- تلك المرتبطة بعمل الوكالة كمساهمة تنقلات المتعاونين في انبعاث ثاني أوكسيد الكربون وبالتالي في ظاهرة الاحتباس الحراري؛

- تلك المرتبطة بالفعل الاتصالي أي الآثار المرتبطة بمسار انجاز الحملات الاتصالية (تجسيدها عملياً) من جهة، وتلك المرتبطة بآثار الاتصال من جهة أخرى.

أ - الآثار المرتبطة بعمل المؤسسة: سنحاول التعرض هنا بالتحليل إلى البعد البيئي والاجتماعي في عمل المؤسسة.

- الآثار البيئية: بالنسبة لمؤسسة خدمة البعد البيئي لا يظهر كأولوية مطلقة غير أن الآثار تبقى موجودة وتساهم في القضايا العامة كإزالة الغابات وفقدان التنوع البيولوجي وأيضاً الاحتباس الحراري، إنها مرتبطة بشكل أساسي باستهلاك الطاقة والمواد الأولية الضرورية لعمل الوكالة كما أن اعتماد سياسة التقليل منها يمكن أن ينجم عنه فوائد هامة سواء كان ذلك على المستوى

<sup>1</sup> Libaert, Thierry, **Le plan de communication**, Dunod, Paris, 2013, P : 103

<sup>2</sup> Audouin, Alice et autres, **La communication responsable**, Eyrolles, Paris, 2010, P : 77



الاقتصادي (النقل، تكاليف شراء الورق إضافة إلى الطاقة) أو من ناحية تحفيز المتعاونين مع الوكالة.

- الآثار الاجتماعية: حسب أليس أودوان Alice Audouin، الكلمة النقدية تمثل ما يقارب 60% من التكاليف الكلية في المؤسسة ولهذا تدعو التنمية المستدامة المؤسسة إلى توزيع عادل ومنصف لداخلها ووعي أفضل لطموحات الهيئة الاجتماعية ومن بين أهم الرهانات الاجتماعية التي نجدها في الوظيفة الاتصالية نجد نظام المكافآت والحوكمة حيث يعرف قطاع الاتصال بكونه يكافئ مسؤوليه وكذلك المديرين الفنيين بطريقة أفضل من باقي القطاعات الأخرى فهم بذلك يعاملون كمنجم حقيقي أما الأعداء والعمال التنفيذيين فهم عكس ذلك من حيث المكافآت المخصصة لهم ولا يتم عرض عليهم فرص الترقية في المسار المهني إلا نادرا، إضافة إلى أن تسيير المؤسسة الاتصالية سيكون له حتما آثار سلبية إذا استعملت هذه الأخيرة التمييز في عملية التوظيف وكذلك اللامساواة بين الرجل والمرأة في عملية الترقية أو في قيمة المكافآت الممنوحة لهم، دون أن ننسى الصحة وظروف العمل في هذه المؤسسات التي يمكن أن تظهر للوهلة الأولى أنها غير معنية بالأمراض المهنية وأيضا حوادث العمل فتقافة الأداء، زائد الأهداف الاقتصادية المزيدة والصعب الوصول إليها لها تأثيرات حتمية على ظروف حياة عمال وكالات الاتصال.<sup>1</sup>

ب - الآثار المرتبطة بالفعل الاتصالي: يترتب عن صناعة وتحقيق الاتصال مجموعة من الآثار المرتبطة باختيار الوسائط وكذلك بالمقاولين من الباطن وغيرهم، فالآثار المتولدة من تأثير الرسائل الاتصالية هي من طبيعة اجتماعية، ترتبط بموضوع الرسالة وحجم وطبيعة الفئة المستهدفة بالإضافة إلى درجة تكرار الرسالة حيث تدخل الوسائط الإعلانية بدورها في هذا التحليل مع تعرض الأفراد للرسائل الإعلانية وشدة كثافتها بمعنى آخر التلوث المرئي والسمعي.<sup>2</sup>

4 - الاتصال، كركن محوري في التنمية المستدامة: يعتبر الاتصال مكسبا يعود إليه القليل من الملاحظين والمختصين في مسألة التنمية المستدامة، وهو للعلم وجود الأقطاب الثلاثة للتنمية المستدامة المتمثلة في القطب الاقتصادي، الاجتماعي والبيئي والتي ينجم عنها المسؤولية الاجتماعية والبيئية للمؤسسة، فالتنمية المستدامة هي تنمية تستجيب لحاجات الجيل الحالي دون المجازفة بقدرة الأجيال القادمة في الاستجابة لحاجاتهم، نشير هنا أن هذه التنمية تبقى بعيدة جدا عن الحقائق اليومية للمؤسسات دون أن ننسى أن تعريف التنمية المستدامة الذي يمثل الفضل في تسجيل فكرة التضامن كمرتكز للتنمية الحالية والمستقبلية لا يفسر كيف وبأي شروط نصل إلى الأخذ في الحسبان الأقطاب الثلاثة والمنافع التي تحملها. هل توجد يد خفية تسمح بالتوفيق بين هذه الأقطاب وإيجاد طريق التقارب والالتقاء بين هذه المنافع التي هي كما نعرف متباعدة.

<sup>1</sup> Ibid., P : 83

<sup>2</sup> Pennequin, Gilles et autres, *L'atlas du développement durable et responsable*, Editions d'Organisation, Paris, 2011, P : 371

يعود تيري ليبيرت Thierry Libaert إلى هذا التعريف ويبين كيف وبأي شروط يمكن أن يتم التوفيق بين الأقطاب الثلاثة للتنمية المستدامة >> هو تعبير غامض أين يكون لكل فرد رؤية، حيث تفرض التنمية المستدامة نفسها على أنها تقوم بتحقيق التوازن بين الأقطاب الثلاثة، كل واحد منها له نفس الأهمية. في هذا الاتجاه الذي هو اليوم مقبول عند الكل يعتبر الاتصال في الظاهر غائبا ولكن في حقيقة الأمر يشكل محرك التنمية المستدامة الأساسي كما انه موجود في نشاطات أكثر حيوية في المجالات المرجعية الثلاث، كما ان التنمية المستدامة تضع الاتصال في المركز دون صيغة معينة ورغم ذلك دون اتصال لا يمكن أن يكون هناك تنمية مستدامة<<.

إن إدماج الاتصال في نطاق التنمية المستدامة هو قبل كل شيء توفير الإمكانيات لتجديد هذا المجال وممارساته كل هذا بهدف السماح لبروز مسار للمسؤولية الاجتماعية للمؤسسة متناسق ومنسجم. فالأمر يتعلق بوسيلة تجنب الرؤية الآلية للاتصال التي لا تحدد مجال هذا الأخير فقط في دوره في إيصال وإضفاء القيمة للمؤسسة كما أن الزاوية الترويجية للاتصال النازل والمراقب مركزيا سيعرقل كل تقدم ويحتزل فكرة التنمية المستدامة في مجرد تنمية يكون الاتصال الاجتماعي والبيئي مرافقا لها، فلا يمكن أن توجد تنمية مستدامة حقيقية قائمة على الغموض وغياب مشاركة الجمهور<sup>2</sup>

ثالثا: الاتصال المستدام وسبل تحقيقه

لا يجب على الاتصال أن يأخذ في الحسبان فقط طموحات المستهلكين بل يجب ان يأخذ في الحسبان كذلك طموحات أصحاب المصالح المرتبطين بالمؤسسة وعلى هذا الأساس تحقيق اتصال مستدام يكون باتجاه المستهلك وأصحاب المصالح.

1 - تحقيق الاتصال باتجاه المستهلك: أصبح المستهلك اليوم يطالب أكثر فأكثر بمعلومات حول الأداء المستدام للعروض المقترحة من طرف المؤسسات، خاصة تلك المعلومات المتعلقة بإمكانية التتبع والأثر البيئي للتنتجات التي يقتنيها وذلك من خلال العناصر الآتية<sup>3</sup>:

أ - نشر المعلومات حول المنتج: يرغب المستهلكون في أن تكون المعلومات المتعلقة بالمنتج موجودة على الغلاف، ويجب أن تحتوي هذه المعلومات بشكل أولوي على المعلومات التي تشير إلى مصدر المواد الأولية التي تدخل في تركيبة هذا المنتج، الشروط البيئية للإنتاج، الأثر على ظاهرة الاحتباس الحراري، مكان الإنتاج، الشروط الاجتماعية للإنتاج وتقاسم السعر بين المنتجين والموزعين.

ب - تشجيع سلوكيات الاستهلاك المستدام: بعيدا عن المزايدات، يمكن للاتصال أن يذكرنا بعدة قضايا جوهرية للتنمية المستدامة كمكافحة التلوث واحترام حقوق الإنسان ومثال عن هذا نجد الحملة الإعلانية حول "Le chat Eco Efficacite" التي تدعو المستهلك إلى تبني أفعال

<sup>1</sup> Fahd, Rita, *Le marketing durable*, *Vuibert*, Paris, 2013, P : 12

<sup>2</sup> Thierry Libaert, *Communication et environnement, le pacte impossible*, PUF, P : 25

<sup>3</sup> Reynaud, Emmanuelle, *Le développement durable au cœur de l'entreprise*, *Dunod*, Paris, 2011, P : 66

محترمة للبيئة وذلك بتشجيعه على تقليل الكميات المستعملة منه أو إعادة رسكلة الحوايات المستعملة.

يمكن لبعض العلامات الملتزمة بمسار التنمية المستدامة أن تدعم الشعور بالانتماء إلى قطاع المستهلكين المسؤولين اجتماعيا وذلك بالتوفيق بين الإعلان والحراك المدني حيث لعبت "دانون" "Danone" هذه الورقة بتشكيلها منتجاتها البيولوجية "البقرتان" "Les 2 vaches" أين تشرح بطريقة واضحة أهمية التغذية البيولوجية، إضافة إلى هذا ما تم القيام به مؤخرا في الجزائر العاصمة من خلال إطفاء الإنارة لمدة ساعة من الزمن لإظهار وبشكل رمزي القلق بخصوص ظاهرة الاحتباس الحراري.

ت - اعتماد وسائل اتصال مستدام: بشكل متناسق، تقوم المؤسسة المنخرطة في مسار للتنمية المستدامة باختيار وسائل اتصال مستدامة لتقل رسالتها المسؤولة اجتماعيا، حيث أن هذه الممارسات أصبحت مفضلة بسبب تصاعد الحركات المناهضة للإعلانات ونشير هنا أن دراسة هذه الممارسات تقترح أن تكون الوسائل المستعملة في الحملات الاتصالية غير مضرة بالطبيعة ومحترمة للجانب الجمالي فيها إضافة إلى تجنب طباعة الورق لما لها من تأثير سلبي على البيئة كما أن تطوير التسويق الإلكتروني يذهب هو كذلك في هذا الاتجاه بشرط الصبر على احترام المستهلك ومنه احترام رأي كل فرد خاصة الفئات المستهدفة غير الناضجة كالأطفال والمراهقين وتجنب التحريض التجاري من شاكلة hard selling .

2 - تحقيق الاتصال باتجاه أصحاب المصالح: إن الطلب عن التنمية المستدامة هو طلب متزايد في حين أن ثقة الأفراد في المؤسسات تتناقص فيجب على المؤسسة الملتزمة بمسار التنمية المستدامة أن تكون لها سياسة اتصال تهدف من ورائها إلى التقليل من حدة هذا الأثر من خلال الاتصال بخصوص ما يلي<sup>1</sup>:

أ - الاتصال بخصوص أصالة التزام المؤسسة: تقوم المؤسسة بشكل صريح وعلني بإعلان إستراتيجيتها والتزاماتها والوسائل المسخرة لتحقيق ذلك والانجازات المحققة في مسارها للتنمية المستدامة من خلال :

- إعلان إستراتيجية التنمية المستدامة وطريقة عمل المؤسسة وميثاقها من خلال الانخراط في مبادرة أكثر شمولية؛  
- جعل التقرير السنوي المفصل الخاص بالتنمية المستدامة متاحا للجميع من خلال نشر النتائج الثلاثية الأداء؛  
- إجراء مراجعة وتدقيق للممارسات المستدامة عن طريق مرصد مستقل أو أي هيئة أخرى وإعلان النتائج.

ب - الدفع إلى الانخراط في قيم المؤسسة: بعيدا عن الاتصال حول الالتزام المستدام، تستطيع المؤسسة الاتصال بخصوص قيمها أو حول قيم علامة من علاماتها، كما يمكن للمؤسسة أن تضع حيز التطبيق مشروع رمزي يمثل موضوع إستراتيجية اتصالية متقنة كما ذهبت إليه مؤسسة

<sup>1</sup> Ibid., P : 69

"دانون" "Danone" من خلال إنشاء مؤسسة "Grameen Danone Food Ltd" \* في بنغلاداش وقد أظهرت التجربة أن هذه المشاريع الرمزية من مزاياها توحيد أجراء المؤسسة حول أهدافها وتوليد معنى إضافي في القيمة التي يولونها لعملهم.

ت - تعزيز مشروعية المؤسسة عن طريق التحالفات: يحتاج هذا الأسلوب الشائع إلى الدقة في اختيار الشركاء كالمؤسسات غير الحكومية، مبدئياً يجب أن تكون قيم المؤسسة وقيم الشرك من جهة في توافق تام، وأن يتم تجسيدها من خلال أفعال ملموسة على المدى الطويل، ومن جهة أخرى حتى لا يدرك الشرك كإجراء تسويقي روتيني. يجب أن تكون هذه الأفعال متوافقة مع نشاط المؤسسة مثل ما تقوم به بعض المؤسسات مع منظمة الامم المتحدة للطفولة الغير حكومية-UNICEF-United nations international children's emergency fund في مجال تدرس التلاميذ من خلال مشروع "طريق التربة مفتوح للجميع".

أمام الشغف المتزايد للمستهلكين والمؤسسات للتنمية المستدامة، تسمح الأدوات التسويقية من الإحاطة بالطموحات والاستجابة لها ومع ذلك يبقى المستهلكون غير مخدوعين مع كثرة الحركات الاحتجاجية التي تسجل من حين لآخر، تشير إلى أنه من الأنسب عدم ممارسة تسويق للتنمية المستدامة إلا إذا كان الالتزام في التنمية المستدامة جدياً ويؤثر بشكل قوي في مهمة المؤسسة وكذلك إرادة التطور من وجهة نظر الأداء الاجتماعي والبيئي موجودة.

#### الخلاصة:

يعتبر الاتصال شقاً مهماً ولكن منسياً في غالب الأحيان في التنمية المستدامة وهذا على الأرجح بسبب إدراكه بشكل سلبى وتحت النظرة النقدية الوحيدة لهدفه في إضفاء القيمة على المؤسسة، فالالاتصال رغم كونه في الغالب مقتصر على هذا الجانب، من ناحية مساعيه في تحسين الصورة والسمعة، فإنه يجب أن يكون أكثر فأكثر إعلامياً، بيداغوجياً وعلاقياً بنظرة مستقبلية نحو تجسيد مسار المسؤولية الاجتماعية في كل المؤسسة وبصفة خاصة في المصالح التسويقية للمؤسسة .

هل يجب منع المؤسسات من الاتصال أو تأطير هذه الوظيفة التي يرفضها الغير اتصاليين الذين لا يرون فيها إلا المكر والخداع، في حقيقة الأمر بعد الاتصال عند الكثير من الرواد المؤمنين بالمسؤولية الاجتماعية من بين الركائز الأساسية لضبط نشاطات المؤسسة فالالاتصال حول المعلومات غير المالية يعتبر في غاية الأهمية لكونه يشكل أداة موضوعية يقوم عليها الحوار بين المؤسسات وأصحاب المصالح ويمكن أن يكون وسيلة لتشجيع الشراكة بين هاتين الفئتين وذلك بقياس التطورات التي يمكن للمؤسسة تحقيقها في إطار الاتفاقيات بين المؤسسة والمجتمع المدني إن للتنمية المستدامة دور كبير في تحقيق اتصال فعال لما لها من مزايا ترتبط بأقطابها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية والتي تعود على الاتصال بالإيجاب من خلال تبنيه ممارسات

\* قام فرانك ريبود Franck Riboud، الرئيس المدير العام لدانون Danone ومحمد يونس المتحصل على جائزة نوبل ومؤسس بنك غرامين بانجاز مشروع اقتصادي لإنتاج الياغورت في دكا التي تعتبر إحدى المناطق الأكثر فقراً في العالم

مسؤولة اجتماعيا كما نشير إلى أن مفهوم وبعد التنمية المستدامة يرتبط بمتطلبات البيئة والمجتمع وذلك وفق أولويات يجب احترامها من طرف أفراد المجتمع المحلي والدولي ولعل من بين أهم النتائج التي خلصت إليها هذه الدراسة نجد:

- يتمثل أساس التنمية المستدامة في إدراج الشق الاقتصادي والاجتماعي والبيئي للتنمية في شكل متناغم حيث الاستجابة لهذا الرهان تحتاج إلى وضع كل السياسات القطاعية بشكل منسجم والبحث عن أسلوب تشاركي بين كل الفاعلين؛

- تنتج عن العمل الاتصالي آثار على المستوى البيئي، الاجتماعي والاقتصادي، ويبدو أن المختصين لا يعون جيدا هذه الآثار فمن الواجب إذن مساعدتهم في تحديدها وحصرها حتى يتم معرفة منطلق الأعمال ذات الأولوية للتخلص من هذه الآثار؛

- يمكن لقطاع الاتصال أن يرفع تحدي التنمية المستدامة وإدماجه في ممارساته

- يساهم الاتصال في تحقيق التقدم الايجابي من خلال المشاركة في تغيير الثقافة ونمط الحياة الذي يفرض نفسه

- إدماج التنمية المستدامة في هذا القطاع وتطويره إلى اتصال مسؤول يمكن أن يفهم كعامل من عوامل الابتكار والاستمرارية والفعالية وليس كقيود

المراجع:

المراجع باللغة العربية:

1- ثامر البكري، الاتصالات التسويقية والترويج، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2006

2- درة عبد الباري وآخرون، الإدارة الحديثة، المركز العربي للخدمات الطلابية، عمان الأردن، 2002

3- علي فلاح الزعبي، الاتصالات التسويقية مدخل منهجي-تطبيقي، دار الميسرة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2010

4- عودة راشد الجيوسي، الإسلام والتنمية المستدامة رؤى كوندية جديدة، مؤسسة فريدريش ايبرت، عمان، 2013

5- يس عامر، الاتصالات الإدارية والمدخل السلوكي لها، دار المريخ، الرياض، 1986  
المراجع باللغة الأجنبية:

6- Audouin, Alice et autres, **La communication responsable**, Eyrolles, Paris, 2010

7- Fahd, Rita, **Le marketing durable**, Vuibert, Paris, 2013

8- Frits Mulder, Karel, **L'ingénieur et le développement durable**, Presses de l'Université du Québec, Canada, 2009

9- Libaert, Thierry, **Le plan de communication**, Dunod, Paris, 2013

- 10- ORSE, **Développement durable et entreprises**, [AFNOR](#), Paris, 20083
- 11- Pennequin, Gilles et autres, **L'atlas du développement durable et responsable**, [Editions d'Organisation](#), Paris, 2011
- 12- Reynaud, Emmanuelle, **Le développement durable au cœur de l'entreprise**, [Dunod](#), Paris, 2011
- 13- Schneider, Ludovic, **100 questions pour comprendre et agir Le développement durable territorial**, [AFNOR](#), Paris, 2010
- 14- Smouts, Marie-Claude, **Le développement durable**, [Armand Colin](#), Paris, 2008
- 15- Thierry Libaert, **Communication et environnement, le pacte impossible**, PUF

المجلات:

16- مجلة معارف: كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم العلوم التسيير، جامعة البويرة، العدد 18، جوان 2015،