

حملات العلاقات العامة

Public Relations Campaigns

PRL622

Prepared by Dr. Rehab Elshafie

Lecture 9



المحاضرة التاسعة

9

العلاقات العامة و أهداف التنمية
المستدامة

01



مفهوم التنمية المستدامة،
ومفهومها في إطار العلاقات
العامة

02



أهداف التنمية المستدامة، ودور
العلاقات العامة في تحقيقها.

03



مساهمة حملات العلاقات
العامة، وأنواعها لتحقيق أهداف
التنمية المستدامة

04



دمج أهداف التنمية المستدامة
في الخطط الاتصالية للعلاقات
العامة، وأساليب وتكنيكات الدمج

05



التحديات والفرص لدمج العلاقات
العامة والتنمية المستدامة

06



أمثلة واقعية لحملات التنمية
المستدامة

01 مفهوم

02 أهداف

03 مساهمة، وأنواع

04 أساليب دمج

05 التحديات
والفرص

06 أمثلة واقعية

أصبحت التنمية المستدامة في العقود الأخيرة هدفًا عالميًا تسعى إليه الدول والمؤسسات، لما تحمله من رؤى توازن بين النمو الاقتصادي، وحماية البيئة، وتحقيق العدالة الاجتماعية. ومع هذا التحوّل في الأولويات العالمية، برزت العلاقات العامة كإحدى الركائز الأساسية في تعزيز هذا التوجّه، ليس فقط بوصفها أداة إعلامية، بل كأداة محورية في تعزيز الوعي المجتمعي، وتغيير الأنماط السلوكية، وتوجيه اهتمام الجمهور نحو أولويات التنمية المستدامة.

وتكمن أهمية العلاقات العامة في قدرتها على صياغة الرسائل الاستراتيجية والترويج للأفكار والقيم التي تعزز مفاهيم الاستدامة، سواء في مجالات البيئة، أو التعليم، أو الصحة، أو المساواة.

وفي هذا الإطار، تُعدّ حملات العلاقات العامة من أقوى الأدوات التي يمكن أن تُحدث أثرًا ملموسًا، إذ تُمكن المؤسسات من تحفيز المشاركة المجتمعية، وخلق وعي جماهيري، ودفع السلوك نحو التغيير الإيجابي الذي يتماشى مع متطلبات التنمية المستدامة. ولعلّ التحدي الأكبر لا يكمن فقط في تبني الأهداف، بل في نقلها إلى الجمهور بطرق مقنعة وملهمة. وهنا يأتي دور الحملات الاتصالية التي تُصمّم بعناية، لتصبح منصات للتأثير والتمكين، مما يجعل من العلاقات العامة شريكًا استراتيجيًا لا غنى عنه في مسيرة الاستدامة.

مفهوم التنمية المستدامة

تشير إلى عملية تنموية تهدف إلى تلبية احتياجات الحاضر دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها الخاصة، من خلال تحقيق توازن دقيق بين النمو الاقتصادي، والحماية البيئية، والعدالة الاجتماعية.

• تُعرّف التنمية المستدامة في إطار العلاقات العامة على أنها:

عملية تواصلية استراتيجية تهدف إلى بناء علاقات متبادلة المنفعة بين المنظمة ومجتمعها، بما يضمن تحقيق التوازن بين الأهداف الاقتصادية والاجتماعية والبيئية على المدى الطويل.

فمن منظور العلاقات العامة، لا تقتصر التنمية المستدامة على حماية البيئة أو دعم القضايا المجتمعية فقط، بل تمتد لتشمل خلق صورة ذهنية إيجابية للمؤسسة كمساهم مسؤول في رفاه المجتمع، مع الحفاظ على مصالحها المؤسسية واستمرارها.

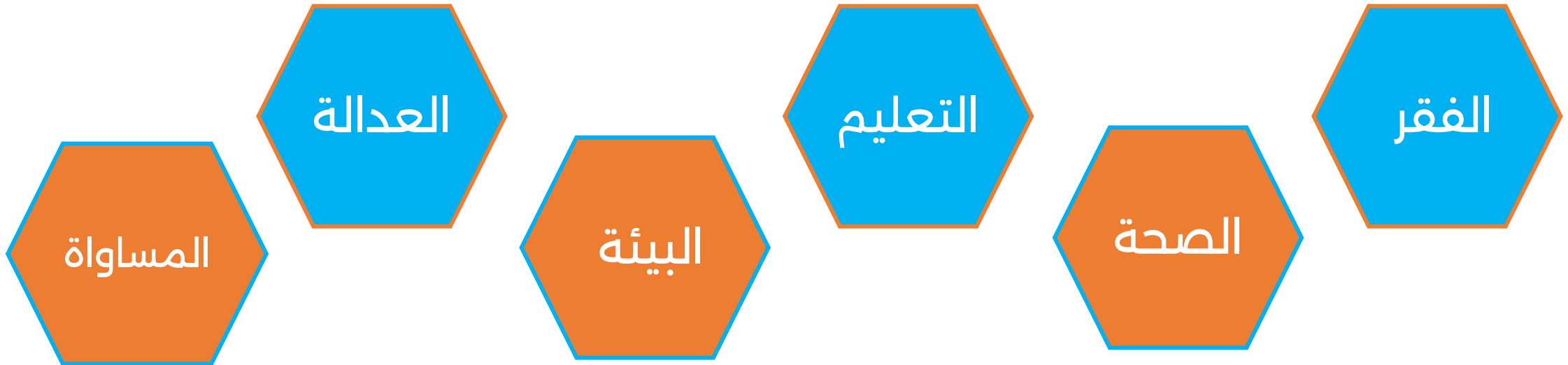
أهداف التنمية المستدامة

أهداف التنمية المستدامة - Sustainable Development Goals - SDGs :

هي خطة عالمية وضعتها الأمم المتحدة في عام ٢٠١٥ لتحقيق مستقبل أفضل وأكثر استدامة بحلول عام ٢٠٣٠.

تتكون هذه الخطة من ١٧ هدفًا رئيسيًا، تغطي مجالات متعددة مثل:

الفقر، الصحة، التعليم، البيئة، العدالة، والمساواة. وفيما يلي شرح لأبرز هذه الأهداف:



أهداف التنمية المستدامة "١٧ هدف"

١. القضاء على الفقر: إنهاء الفقر بجميع أشكاله في كل مكان. ويشمل ضمان حصول الفقراء على الخدمات الأساسية كالأغذية، السكن، والتعليم.

دور العلاقات العامة: تقوم العلاقات العامة بحملات إعلامية لنشر التوعية بظاهرة الفقر، وتشجع القطاعين العام والخاص على دعم المبادرات المجتمعية عبر حملات المسؤولية الاجتماعية.

مثال: حملة إعلامية لمؤسسة خيرية تستهدف تحفيز الجمهور على التبرع لصالح الأسر المحتاجة.

٢. القضاء التام على الجوع: ضمان الأمن الغذائي وتحسين التغذية، وتعزيز الزراعة المستدامة.

دور العلاقات العامة: تنظم العلاقات العامة حملات لدعم الأمن الغذائي وتحفيز التبرعات الغذائية، وإبراز جهود الجمعيات الزراعية.

مثال: حملة "غذاء للجميع" التي نظمتها هيئة الهلال الأحمر في رمضان.

أهداف التنمية المستدامة "١٧ هدف"

٣. الصحة الجيدة والرفاه: توفير خدمات صحية جيدة وميسورة التكلفة لجميع الفئات العمرية.

دور العلاقات العامة: تسهم في التثقيف الصحي ونشر حملات التوعية الصحية.

مثال: حملات التطعيم التي تديرها وزارات الصحة بالتعاون مع شركات إعلامية.

٤. التعليم الجيد: ضمان التعليم الجيد والمنصف للجميع، وتعزيز فرص التعلم مدى الحياة.

دور العلاقات العامة: تعمل على الترويج لقيمة التعليم وتشجيع المبادرات التي تدعمه.

مثال: حملة "علم طفلاً" التي أطلقتها اليونيسيف لجمع تبرعات تعليمية.

٥. المساواة بين الجنسين: يركّز على تمكين المرأة والقضاء على التمييز والعنف القائم على النوع الاجتماعي.

دور العلاقات العامة: تعزز العلاقات العامة خطاب المساواة وتمكين المرأة عبر حملات تحفيزية.

مثال: حملة "أنا أستحق" لدعم القيادات النسائية.

أهداف التنمية المستدامة "١٧ هدف"

٦. المياه النظيفة والصرف الصحي: توفير المياه النظيفة وخدمات الصرف الصحي للجميع.

دور العلاقات العامة: نشر الوعي بأهمية الحفاظ على المياه وتدعم مشاريع البنية التحتية.

مثال: حملات توعية استهلاك المياه في دول الخليج.

٧. الطاقة النظيفة وبأسعار معقولة: ضمان حصول الجميع على خدمات الطاقة الحديثة والمستدامة.

دور العلاقات العامة: تروج لحلول الطاقة البديلة وتبني الرأي العام المؤيد لها.

مثال: حملة ترويج الطاقة الشمسية في المغرب.

٨. العمل اللائق والنمو الاقتصادي: يشجع على النمو الاقتصادي الشامل وتوفير فرص عمل كريمة.

دور العلاقات العامة: تعزز ثقافة العمل والابتكار من خلال العلاقات المؤسسية.

مثال: حملة وزارة العمل حول تمكين الشباب من الوظائف

أهداف التنمية المستدامة "١٧ هدف"

٩. الصناعة والابتكار والبنية التحتية: يركز على تطوير الصناعات المستدامة، وتشجيع الابتكار، وبناء البنى التحتية.

دور العلاقات العامة: تسهم العلاقات العامة في تسويق الابتكارات ودعم البحث العلمي.

مثال: حملات تسويقية للمناطق الصناعية والمشاريع الريادية.

١٠. الحد من أوجه عدم المساواة: يعني الحد من التفاوت داخل البلدان وفيما بينها.

دور العلاقات العامة: تُظهر حملات العلاقات العامة قضايا المهمّشين وتدعو لسياسات عادلة.

مثال: حملات مناصرة لذوي الإعاقة.

١٢. مدن ومجتمعات مستدامة: تحقيق تخطيط عمراني مستدام وتحسين جودة الحياة في المدن.

دور العلاقات العامة: تنظم الحملات لتشجيع النقل العام والتخطيط الحضري المستدام.

مثال: حملة "مدينتي تنفسها نظيف" لتشجيع استعمال الدراجات.

أهداف التنمية المستدامة "١٧ هدف"

١٢. الإنتاج والاستهلاك المسؤولين: يشجع على الاستخدام الفعال للموارد وتجنب الهدر.

دور العلاقات العامة: توجه العلاقات العامة سلوك المستهلك نحو الشراء المسؤول.

مثال: حملة "اشترِ بوعي" للحد من التبذير.

١٣. العمل المناخي: يركز على مكافحة تغير المناخ والحد من آثاره.

دور العلاقات العامة: توجه العلاقات العامة الرأي العام لاتخاذ إجراءات بيئية.

مثال: حملات التوعية بتقليل استخدام البلاستيك.

١٤. الحياة تحت الماء: يهدف إلى حماية البحار والمحيطات والموارد البحرية.

دور العلاقات العامة: تبرز العلاقات العامة أهمية حماية البيئة البحرية.

مثال: حملة "أنقذوا الشعاب المرجانية".

أهداف التنمية المستدامة "١٧ هدف"

١٥. الحياة في البر: يهدف إلى حماية الغابات، ومكافحة التصحر، والحفاظ على التنوع البيولوجي.

دور العلاقات العامة: تروج للحفاظ على الحياة البرية ومكافحة التصحر.

مثال: حملات لزراعة الأشجار وإعادة تأهيل الغابات.

١٦. السلام والعدالة والمؤسسات القوية: يشجع على بناء مجتمعات سلمية وشاملة.

دور العلاقات العامة: تعزز العلاقات العامة الشفافية، وتدعو لاحترام القانون

مثال: حملة لدعم محو الأمية القانونية في الأرياف.



أهداف التنمية المستدامة "١٧ هدف"

١٧. عقد الشراكات لتحقيق الأهداف: يركز على تعزيز التعاون الدولي والشراكات بين القطاعين العام والخاص والمجتمع المدني لتحقيق بقية الأهداف.

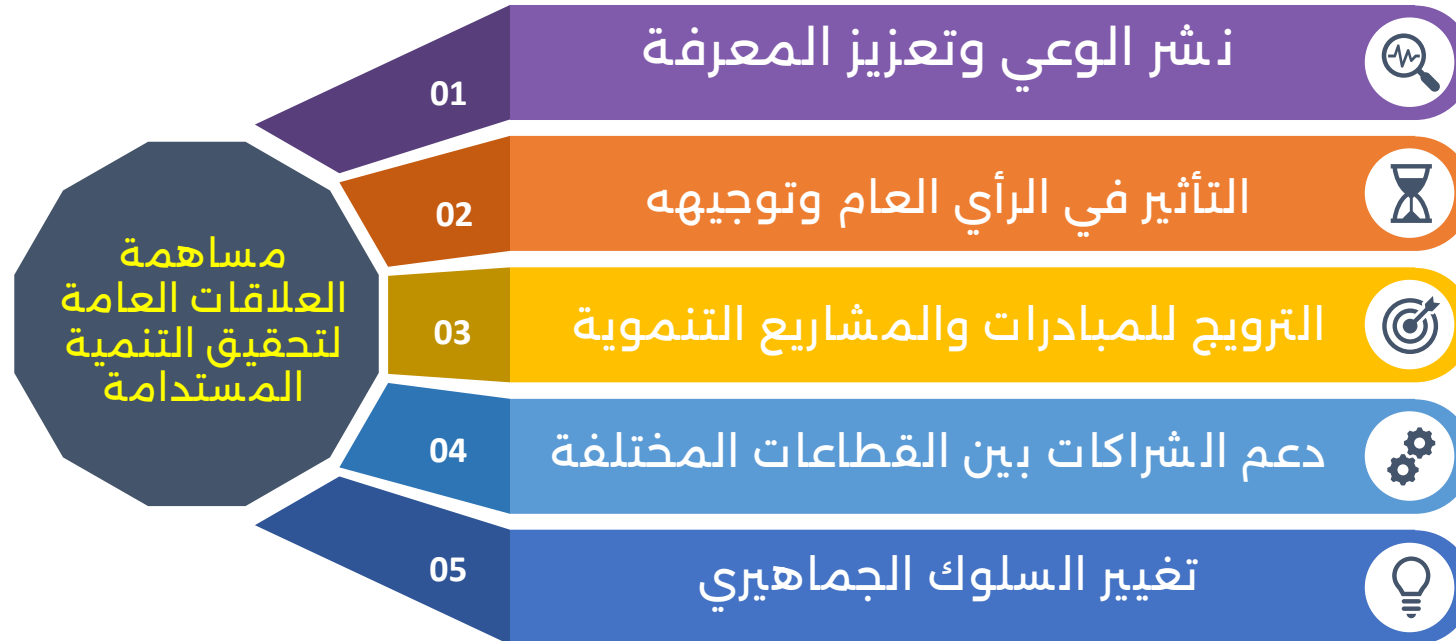
دور العلاقات العامة: العلاقات العامة أداة استراتيجية في بناء التحالفات بين المؤسسات.

مثال: تسويق شراكة بين وزارة البيئة وقطاع خاص لزراعة مليون شجرة.

العلاقات العامة ليست فقط أداة اتصال، بل هي قوة مؤثرة في تشكيل الرأي العام وتوجيه السلوك الجماهيري نحو دعم أجندة التنمية المستدامة. إنها الرابط الحيوي بين المجتمع، المؤسسات، وأهداف التنمية المستدامة.

مساهمة حملات العلاقات العامة في تحقيق التنمية المستدامة

تلعب حملات العلاقات العامة دورًا محوريًا في ترسيخ مبادئ التنمية المستدامة، من خلال أدواتها المتنوعة في التواصل والتأثير المجتمعي، حيث تعمل هذه الحملات على تحويل الأهداف التنموية إلى سلوكيات وممارسات واقعية داخل المجتمع، وذلك عبر:



١. **نشر الوعي وتعزيز المعرفة:** تعد التوعية من أهم المداخل لتحقيق التنمية المستدامة. فحملات العلاقات العامة تساهم في:

- شرح مفاهيم مثل الطاقة المتجددة، الاقتصاد الأخضر، العدالة الاجتماعية، إلى جمهور واسع.
- استخدام الوسائط المتعددة (مقاطع فيديو، منشورات، فعاليات) لنشر رسائل واضحة وسهلة الفهم.
- تصحيح المفاهيم الخاطئة ومواجهة الشائعات المرتبطة بالقضايا التنموية.

٢. **التأثير في الرأي العام وتوجيهه:** من خلال الرسائل الاستراتيجية المدروسة، تؤثر حملات العلاقات العامة في:

- اتجاهات الجمهور نحو دعم أهداف مثل حماية البيئة أو التعليم أو الصحة.
- بناء رأي عام ضاغط يحفز المؤسسات على تنفيذ سياسات تتماشى مع مبادئ الاستدامة.
- تشجيع الناس على التبرع، التطوع، أو تغيير سلوكهم الشخصي (مثل تقليل استهلاك المياه أو استخدام المنتجات الصديقة للبيئة).

٣. الترويج للمبادرات والمشاريع التنموية: تُسهم الحملات في:

- إبراز جهود المؤسسات الحكومية والخاصة في دعم التنمية المستدامة.
- حشد الدعم الشعبي والرسمي للمبادرات التنموية.
- إبراز قصص النجاح لتكون قدوة وتكرارها في مناطق أخرى.

٤. دعم الشراكات بين القطاعات المختلفة: تسهل حملات العلاقات العامة التواصل بين:

- المؤسسات الحكومية والمنظمات غير الحكومية.
- الشركات والمؤسسات التعليمية.
- الأفراد والجهات الراعية.

وهذا يخلق بيئة تعاون متعددة الأطراف تدعم تحقيق أهداف مثل القضاء على الجوع، التعليم الجيد، الصحة.

٥. **تغيير السلوك الجماهيري:** من خلال الأساليب الإقناعية، تُحدث الحملات تغييرًا ملموسًا في سلوك الأفراد مثل:

- ❑ فصل النفايات.
- ❑ المشاركة في مبادرات اجتماعية أو بيئية.
- ❑ الانخراط في ريادة الأعمال المجتمعية.

**SUSTAINABLE
DEVELOPMENT GOALS**

أنواع حملات العلاقات العامة التي يمكن تقديمها في إطار التنمية المستدامة

تُعد حملات العلاقات العامة أداة استراتيجية لتفعيل أهداف التنمية المستدامة SDGs عبر خطط إعلامية واتصالية تُحفز السلوك الإيجابي والمسؤولية المجتمعية. وتتنوع هذه الحملات بحسب الهدف والمجال المستهدف، وفيما يلي أبرز أنواعها:



١. حملات التوعية البيئية:

تهدف إلى نشر ثقافة حماية البيئة وتشجيع السلوك البيئي الإيجابي.

أمثلة:

- ❖ حملة "Go Green" لشركة نستله، ركزت على تقليل النفايات البلاستيكية من خلال التوعية بأهمية إعادة التدوير وتغيير نمط التغليف.
- ❖ حملة "اتدضر للأدضر" في مصر، أطلقتها وزارة البيئة لتعزيز السلوك البيئي لدى المواطنين من خلال المدارس والمساجد ووسائل الإعلام.

٢. حملات التطوع المجتمعي:

تركز على إشراك الأفراد في خدمة قضايا تنموية عبر العمل التطوعي.

أمثلة:

- ❖ حملة "كن عوناً" للهِلال الأحمر السعودي التي شجعت على التطوع في الإسعافات والطوارئ.
- ❖ مبادرة "يوم النظافة العالمي" التي تنفذها جمعيات محلية بالشراكة مع البلديات.

٣. حملات العلاقات العامة في مجال التعليم:

تستهدف دعم التعليم الجيد والشامل والمجاني.

أمثلة:

- ❖ حملة "التعليم أولاً" التي أطلقتها مؤسسات أهلية لتمويل تعليم الأطفال في المناطق المهمشة.
- ❖ حملات توعية بأهمية تعليم الفتيات في اليمن والسودان ضمن برامج اليونيسف.

٤. حملات الصحة العامة والرفاه:

تهدف إلى تحسين جودة الحياة، الوقاية من الأمراض، وتعزيز السلوك الصحي.

أمثلة:

- ❖ حملة "١٠٠ مليون صحة" في مصر للكشف عن الأمراض المزمنة.
- ❖ حملات التوعية بلقاحات كورونا التي قادتها وزارات الصحة بالتعاون مع الإعلام.

٥. حملات الدعم النفسي والاجتماعي في الأزمات:
تُستخدم في الكوارث الطبيعية أو الأوبئة لدعم الاستقرار النفسي.
أمثلة:

- ❖ حملة "نحن معك" خلال جائحة كورونا لتقديم الدعم النفسي للمواطنين عبر وسائل التواصل.
- ❖ حملات الدعم بعد زلزال المغرب ٢٠٢٣ من خلال المؤسسات الخيرية.

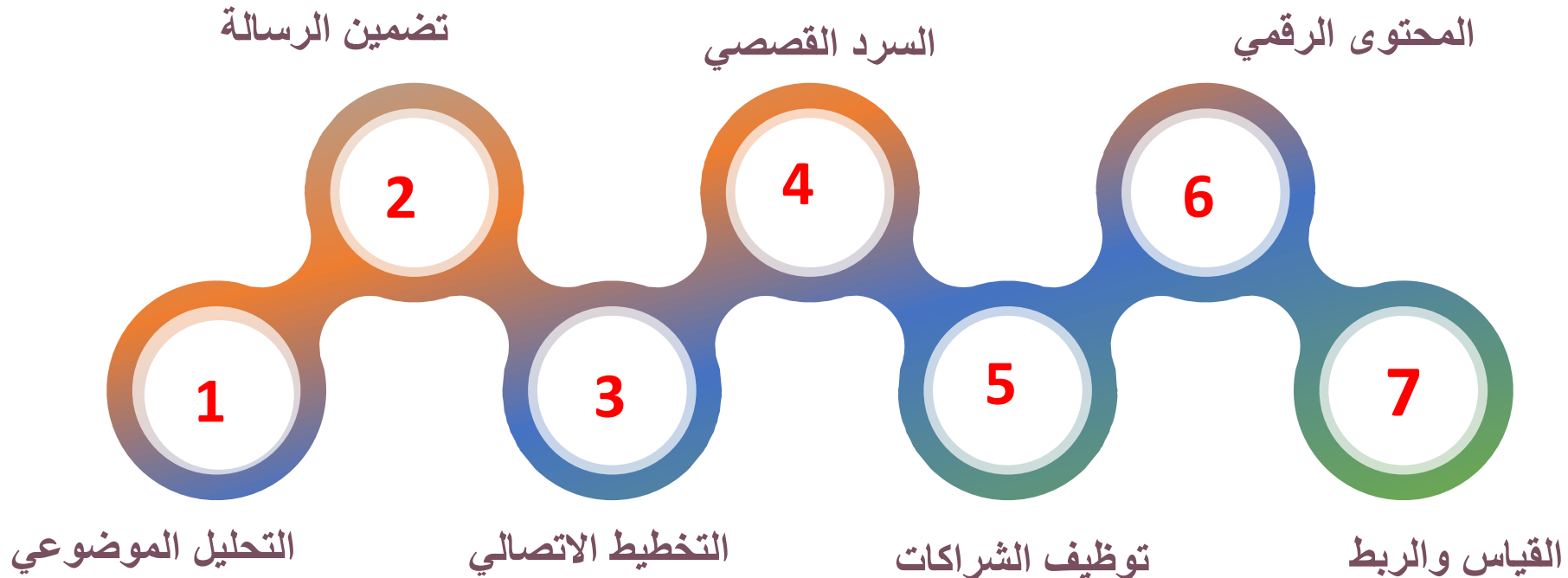
٦. حملات المسؤولية المؤسسية:
تنفذها الشركات بهدف دعم القضايا البيئية والاجتماعية ضمن استراتيجيات الاستدامة.
أمثلة:

- ❖ شركة كوكاكولا أطلقت حملة لخفض البصمة الكربونية عبر استخدام الطاقة المتجددة.
- ❖ شركة تويوتا دشنت حملة سيارات كهربائية لدعم الهدف ١٣ (العمل المناخي).

دمج أهداف التنمية المستدامة في الخطط الاتصالية للعلاقات العامة

يعني أن تقوم المؤسسات بربط أنشطتها الاتصالية وخطط العلاقات العامة مباشرةً بأهداف التنمية المستدامة SDGs، سواء بهدف التوعية، أو تغيير السلوك، أو دعم المبادرات الاجتماعية، أو تحسين صورتها الذهنية ضمن مسؤوليتها المجتمعية.

أساليب وتكنيكات الدمج:



أساليب وتكنيكات دمج أهداف التنمية المستدامة في الخطط الاتصالية

١. التحليل الموضوعي لأهداف التنمية وربطها بمجالات المنظمة:

كل مؤسسة تعمل في مجال معيّن يمكنها تحديد أي أهداف التنمية المستدامة تتقاطع مع نشاطها.

مثال:

❖ شركة تكنولوجيا يمكنها ربط حملاتها بهدف ٩: "الصناعة والابتكار"

٢. تضمين رسالة التنمية في الهوية الاتصالية:

صياغة رؤية ورسالة المؤسسة بحيث تُظهر التزامًا مباشرًا بأهداف الاستدامة.

مثال:

❖ "نحن نبتر من أجل بيئة أكثر نظافة وعدالة" (تربط التكنولوجيا بالهدف ١٣ والعمل المناخي).

٣. التخطيط الاتصالي القائم على الهدف Goal-Based Planning:

تبدأ الخطة الاتصالية بتحديد الهدف التنموي المرتبط بالحملة، ثم تُبنى الرسائل والوسائل والجمهور بناءً عليه.

مثال:

❖ إذا كان الهدف ٥ (المساواة بين الجنسين)، تُبنى الحملة على سرد قصص نسائية ملهمة، وتُستخدم وسائل رقمية تستهدف الفئات الشابة.

٤. استخدام storytelling القائم على أهداف التنمية:

السرد القصصي المؤثر من أقوى تقنيات العلاقات العامة؛ ويمكن ربطه بقصص نجاح محلية أو شخصية مرتبطة بأهداف التنمية.

مثال:

❖ فيديو لقصة شابة استفادت من منحة تعليمية ضمن حملة "التعليم من حق الجميع" (هدف ٤).

٥. توظيف الشراكات كاستراتيجية اتصال:

التعاون مع منظمات غير حكومية، مؤسسات إعلامية، أو شركات أخرى، لتوسيع الأثر وتعزيز مصداقية الحملة.

مثال:

❖ حملة بيئية بالتعاون بين وزارة البيئة وشركات المياه ووسائل الإعلام (هدف ٦: المياه النظيفة).

٦. تصميم محتوى رقمي تفاعلي حول أهداف التنمية:

مثل استخدام الإنفوجرافيك، الاختبارات التوعوية، الفيديوهات القصيرة، لإشراك الجمهور حول أهداف SDGs.

مثال:

❖ اختبار تفاعلي على إنستغرام: "أي هدف تنمية مستدامة تمثلك؟".

أساليب وتكنيكات دمج أهداف التنمية المستدامة في الخطط الاتصالية

٧. القياس والربط بمؤشرات التنمية:

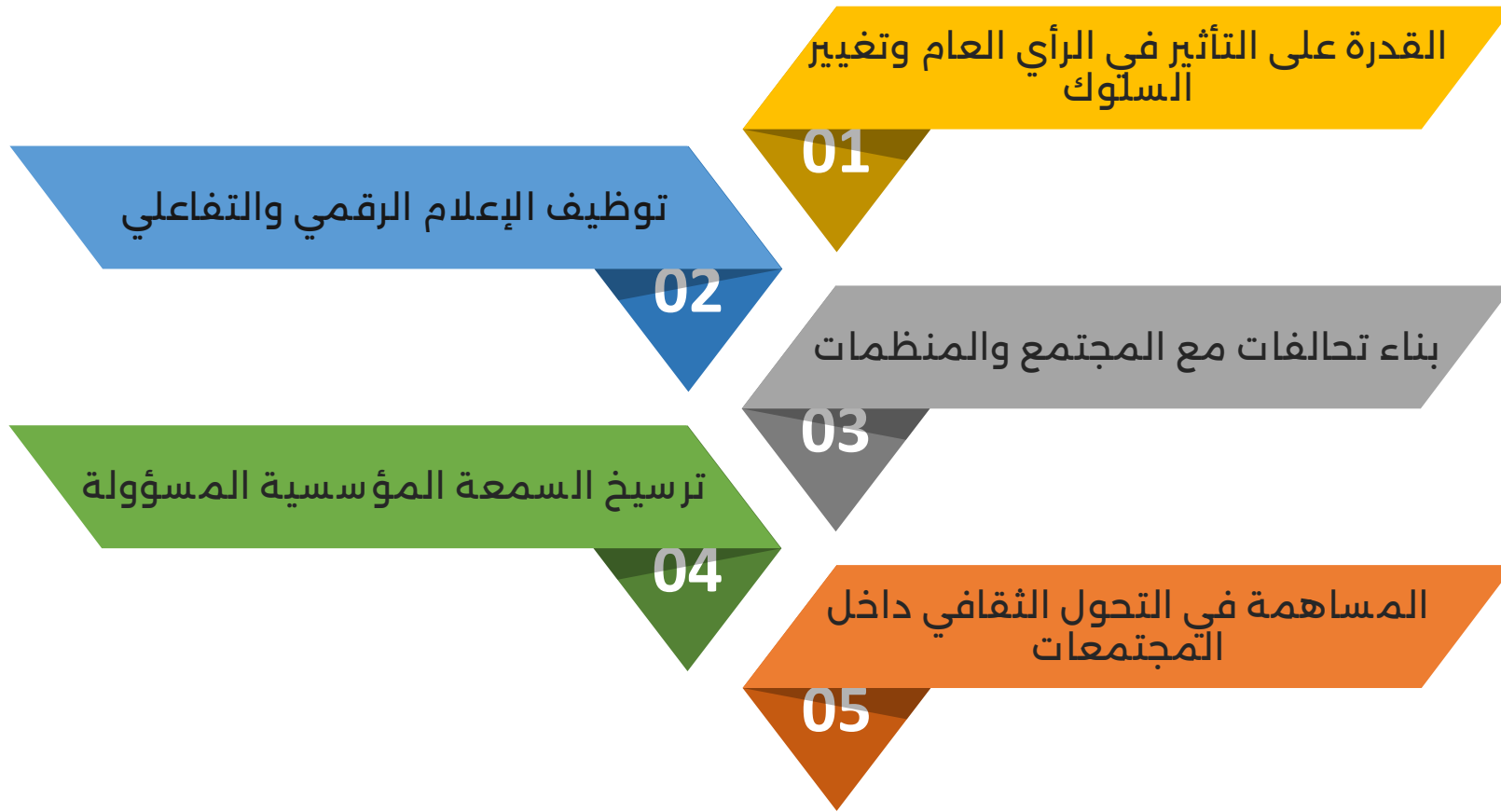
عند تقييم أثر الحملة، يجب ربط النتائج بأحد مؤشرات التنمية المستدامة المعترف بها.

مثال:

❖ عدد المستفيدين من حملة توعية حول الصحة النفسية (الهدف ٣).

دمج أهداف التنمية المستدامة في الخطط الاتصالية ليس مجرد نشاط جانبي، بل هو استراتيجية متقدمة للعلاقات العامة الحديثة، تسهم في تحقيق الأثر المجتمعي وتعزيز ثقة الجمهور ورفع مكانة المؤسسة دوليًا ومحليًا. عبر هذه التكنيكات، تصبح الحملات الاتصالية أدوات تغيير حقيقية، وليست فقط أدوات ترويج.

فرص دمج العلاقات العامة في التنمية المستدامة



فرص دمج العلاقات العامة في التنمية المستدامة

١. القدرة على التأثير في الرأي العام وتغيير السلوك:

العلاقات العامة تمتلك أدوات قوية للتأثير على الأفراد والمجتمعات، وبالتالي المساهمة في تحقيق أهداف مثل التعليم الجيد (الهدف ٤) أو الصحة (الهدف ٣).

مثال:

❖ حملة العلاقات العامة "مصر بلا أمية" التي شجعت فئات كثيرة على الانخراط في التعليم.

٢. توظيف الإعلام الرقمي والتفاعلي:

تتيح وسائل التواصل الاجتماعي للعلاقات العامة الوصول السريع لجماهير واسعة، وتحقيق تفاعل مباشر في قضايا مثل المناخ أو تمكين المرأة.

❖ استخدام الإعلام التفاعلي في العلاقات العامة يعزز فهم الجمهور لأهداف التنمية المستدامة بنسبة ٣٥%.

فرص دمج العلاقات العامة في التنمية المستدامة

٣. بناء تحالفات مع المجتمع المدني والمنظمات الدولية:

يمكن للعلاقات العامة أن تلعب دورًا في تسهيل الشراكات بين القطاعات لتحقيق أهداف مشتركة.

مثال:

❖ تعاون شركة "زين" للاتصالات مع منظمة "يونيسف" في حملات لدعم تعليم الأطفال اللاجئين.

٤. ترسيخ السمعة المؤسسية:

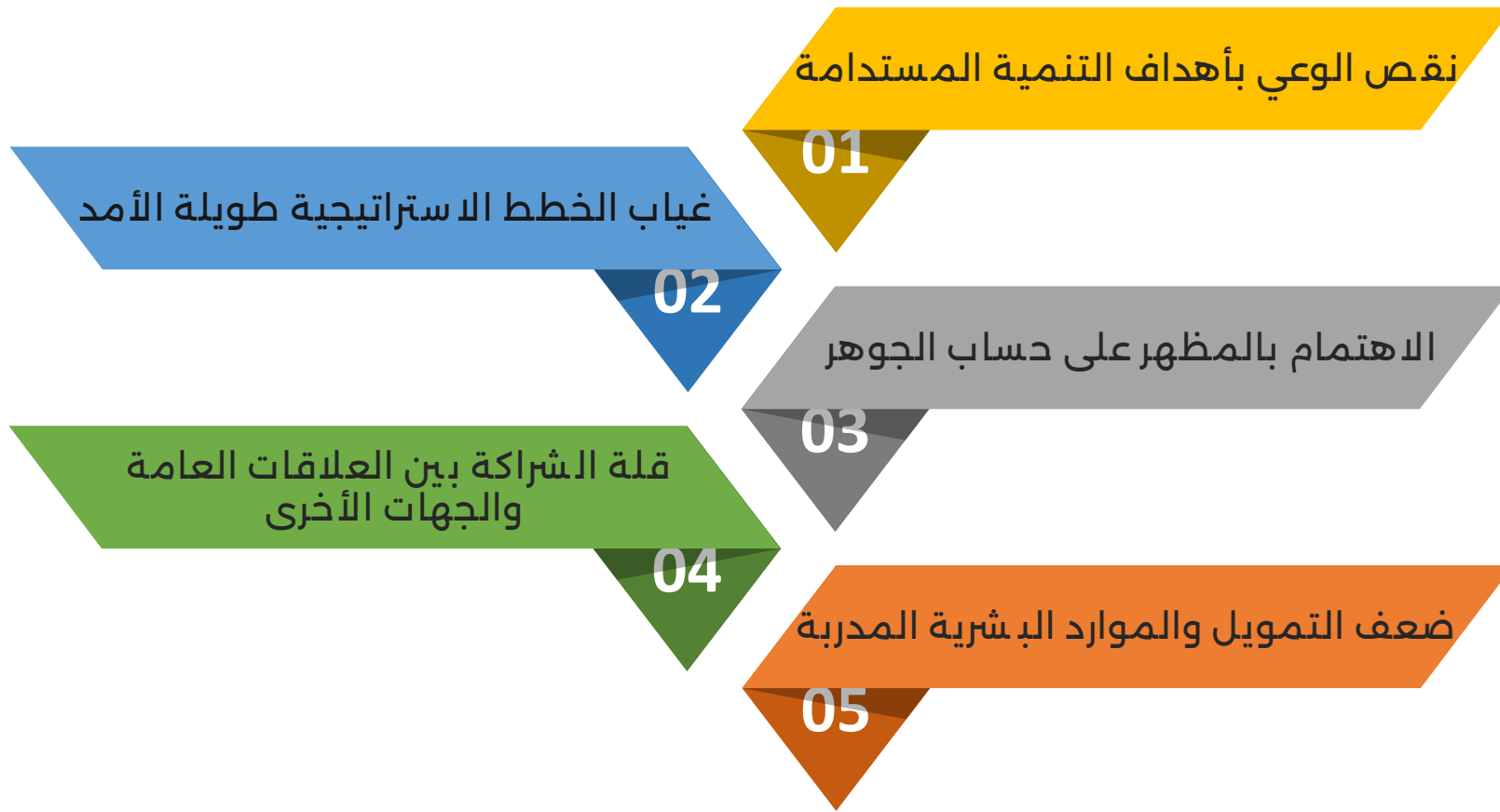
تبني مفاهيم الاستدامة يعزز من صورة المؤسسة كمواطن مؤسسي مسؤول ((Corporate Citizen، ما يعزز ثقة الجمهور والمستثمرين.

حيث أن ٦٤% من المستهلكين يفضلون الشركات التي تساهم في القضايا البيئية والاجتماعية.

٥. المساهمة في التحول الثقافي داخل المجتمعات:

عبر الحملات الاتصالية، يمكن للعلاقات العامة أن تعيد تشكيل القيم والسلوكيات نحو ثقافة التنمية المستدامة.

تحديات دمج العلاقات العامة في التنمية المستدامة



تحديات دمج العلاقات العامة في التنمية المستدامة

١. نقص الوعي بأهداف التنمية المستدامة:

كثير من الممارسين في مجال العلاقات العامة لا يمتلكون معرفة كافية بأهداف التنمية المستدامة، مما يُضعف من قدرة الحملات الاتصالية على تحقيق هذه الأهداف.

مثال:

❖ مؤسسة تعمل على الترويج لنشاطاتها البيئية دون ربطها صريحًا بالهدف ١٣ (العمل المناخي).

٢. غياب الخطط الاستراتيجية طويلة الأمد:

الاعتماد على حملات قصيرة المدى يمنع بناء علاقة مستدامة مع الجمهور حول قضايا التنمية.

مثال:

❖ حملة إعلامية بيئية تستمر أسبوعًا دون متابعة أثرها أو استدامة رسائلها.

تحديات دمج العلاقات العامة في التنمية المستدامة

٣. الاهتمام بالمظهر على حساب الجوهر:

بعض المؤسسات تروّج لصورتها البيئية لأغراض تسويقية فقط دون تطبيق فعلي حقيقي للمبادئ المستدامة. ❖ استخدام الاستدامة لأغراض تجميل الصورة فقط يُعتبر من معوقات التنمية الحقيقية.

٤. قلة الشراكات بين العلاقات العامة والجهات الحكومية/ الأكاديمية:

عدم التعاون بين المؤسسات الإعلامية والمنظمات المعنية بالتنمية يؤدي إلى غياب التكامل المطلوب.

٥. ضعف التمويل والموارد البشرية المدربة:

كثير من حملات العلاقات العامة التنموية تعاني من نقص التمويل، وعدم توفر الكفاءات القادرة على تصميم حملات تتماشى مع متطلبات التنمية.



أمثلة تطبيقية واقعية على حملات التنمية المستدامة

أمثلة واقعية على حملات التنمية المستدامة

حملة "اتحضر للأخضر" - مصر

الهدف: حماية البيئة (الهدف ١٣ - العمل المناخي، الهدف ١٥ - الحياة في البر)

الشرح: حملة قومية أطلقتها وزارة البيئة المصرية للتوعية بالسلوك البيئي الصحيح في الحياة اليومية، مثل ترشيد استهلاك البلاستيك، وزراعة الأشجار.

https://youtu.be/6L_-_lupV5k?si=pCWz7qnqNrhh_UOW

أدوات العلاقات العامة المستخدمة:



- ❖ إعلانات تلفزيونية وإذاعية
- ❖ حملات توعية في المدارس والجامعات
- ❖ التعاون مع فنانين ومؤثرين لخلق محتوى بيئي

النتائج:

مشاركة آلاف الطلاب، وزيادة ملحوظة في المبادرات الشبابية البيئية.

أمثلة واقعية على حملات التنمية المستدامة

حملة " السعودية الخضراء " - المملكة العربية السعودية

الهدف: العمل المناخي، الطاقة النظيفة، الحياة على الأرض (الأهداف ٧، ١٣، ١٥)

الشرح: خطة وطنية أطلقتها الحكومة السعودية تشمل زراعة ١٠ مليار شجرة، وخفض الانبعاثات الكربونية بنسبة كبيرة، وتشجيع الاقتصاد الدائري.

https://youtu.be/_O2O-6g596I?si=FHB5OgukXLOVZ1M2

أدوات العلاقات العامة المستخدمة:

- ❖ مؤتمرات إعلامية دولية.
- ❖ منصة إلكترونية تفاعلية.
- ❖ تقارير شفافة باللغتين العربية والإنجليزية.

النتائج:

تغطية إعلامية دولية، وزيادة الثقة العالمية في التزامات المملكة تجاه المناخ.



أمثلة واقعية على حملات التنمية المستدامة

حملة "الإمارات تبتكر" - الإمارات العربية المتحدة

الهدف: التعليم الجيد، الابتكار والصناعة، الشراكات (الأهداف ٤، ٩، ١٧)

الشرح: أسبوع وطني أطلقه مركز محمد بن راشد للابتكار الحكومي للاحتفال بالابتكار في مختلف المجالات، وتشجيع الحلول الذكية لمشاكل المجتمع.

أدوات العلاقات العامة المستخدمة:

- ❖ تغطية تلفزيونية وفعاليات في المراكز التجارية
- ❖ حملات ترويج على منصات التواصل الاجتماعي
- ❖ تعاون مع الجامعات والشركات الناشئة

النتائج:

تقديم آلاف الأفكار المبتكرة، واعتماد بعضها في السياسات الحكومية.



أمثلة واقعية على حملات التنمية المستدامة

حملة "Share the Meal" برنامج الأغذية العالمي WFP:

الهدف: القضاء على الجوع (الهدف ٢ من أهداف التنمية المستدامة).

الشرح: أطلق البرنامج تطبيقًا يتيح للمستخدمين التبرع بلقمة طعام بضغطة زر.

أدوات العلاقات العامة المستخدمة:

- ❖ تسويق عبر وسائل التواصل الاجتماعي. شراكات مع مؤثرين على إنستغرام ويوتيوب.
- ❖ استخدام storytelling لسرد قصص مؤثرة لأطفال استفادوا من الوجبات.

النتائج:

أكثر من ١٠٠ مليون وجبة تم التبرع بها منذ إطلاق الحملة.

https://youtu.be/F6N2QBJOTMc?si=3K_qb8JIP6Nrs-Nn



وفي ختام هذه المحاضرة

نجد أن العلاقة بين العلاقات العامة والتنمية المستدامة ليست علاقة سطحية أو تجميلية، بل هي علاقة جوهرية واستراتيجية. فمفهوم التنمية المستدامة يقوم على تحقيق التوازن بين النمو الاقتصادي، والحفاظ على البيئة، والعدالة الاجتماعية، بينما تسهم العلاقات العامة في ترسيخ هذا المفهوم داخل المؤسسات والمجتمعات. تناولنا خلال المحاضرة مفهوم التنمية المستدامة في إطار العلاقات العامة، وتطرقنا إلى أهداف التنمية المستدامة ودور العلاقات العامة في دعمها، مرورًا بمساهمة حملات العلاقات العامة، وشرحنا أنواع الحملات الممكن تنفيذها، وكيفية دمج تلك الأهداف في الخطط الاتصالية للمنظمات. كما استعرضنا أساليب وتكنيكات فعالة لدمج هذه الأهداف في الممارسات الاتصالية، وناقشنا التحديات التي قد تعيق هذا الدمج مثل قلة الوعي أو ضعف التخطيط، مقابل الفرص الكبيرة التي تتيحها التكنولوجيا والتحول المجتمعي. وختامًا، عرضنا أمثلة تطبيقية واقعية توضح كيف يمكن لحملات العلاقات العامة أن تكون محفزًا حقيقيًا لتحقيق تنمية مستدامة شاملة.

إن بناء مستقبل أفضل لا يمكن أن يتم إلا بمشاركة حقيقية بين السياسات العامة، والتخطيط المؤسسي، والدور الحيوي للعلاقات العامة كجسر بين المؤسسات والجمهور في تبني قيم الاستدامة.



Thank You