

العلاقات العامة والأزمات البيئية

إعداد الطالب/داليا بيك

إشراف/

د.الفیصل عبد الحمید

د.فايز جراد

العام الدراسي:

٢٠٢٤

فهرس المحتويات:

الموضوع	رقم الصفحة
قائمة الجداول	٣
المستخلص: Abstract	٤
الفصل الأول : الاطار العام للدراسة	٥
المقدمة	٦
مشكلة الدراسة + أهمية الدراسة	٧
أهداف الدراسة + تساؤلات الدراسة	٨
فروض الدراسة + النظرية العلمية للدراسة	٩
الفصل الثاني : الدراسات السابقة	١١
مقدمة + الدراسات السابقة	١٢
أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية	١٤
الفصل الثالث : الاطار النظري	١٦
المبحث الأول: العلاقات العامة / المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة	١٧
المطلب الثاني: وظائف وأدوار العلاقات العامة	١٨
المطلب الثالث: الاستراتيجيات الحديثة في العلاقات العامة	١٩
المبحث الثاني: الأزمات البيئية / المطلب الأول: مفهوم الأزمات البيئية	٢٠
المطلب الثاني: تأثير الأزمات البيئية على المؤسسات والمجتمع	٢١
المطلب الثالث: إدارة الأزمات البيئية	٢٢
المبحث الثالث: دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية	٢٤
المطلب الأول: دور العلاقات العامة في الوقاية من الأزمات البيئية	٢٤
المطلب الثاني: دور العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات البيئية	٢٥
المطلب الثالث: دور العلاقات العامة في توعية الجمهور بالقضايا البيئية	٢٦
المبحث الرابع: دراسات حالة لتجارب ناجحة في إدارة الأزمات البيئية	٢٧
المطلب الأول: دراسة حالة مؤسسات تعاملت بنجاح مع الأزمات البيئية	٢٧
المطلب الثاني: تحليل النتائج والدروس المستفادة	٢٨
المطلب الثالث: توصيات لتحسين دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية	٢٩
الخاتمة	٣١
المراجع	٣٣

قائمة الجداول :

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
جدول رقم (١)	الفرق بين الاستراتيجية التقليدية والرقمية	١٩
جدول رقم (٢)	استراتيجيات إدارة الأزمات البيئية	٢٣

المستخلص: Abstract:

يهدف هذا البحث إلى دراسة دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية من خلال استراتيجيات التواصل مع الجمهور وتعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات. تتزايد أهمية العلاقات العامة في ظل تزايد التحديات البيئية العالمية مثل التغير المناخي والتلوث والكوارث الطبيعية، حيث تلعب العلاقات العامة دوراً محورياً في توجيه رسائل شفافة وفعالة تسهم في توعية الجمهور وتقليل الأضرار الناجمة عن هذه الأزمات.

يستعرض البحث عدة نظريات علمية، مثل نظرية العلاقات العامة الموقفية، التي تركز على كيفية تفاعل الجمهور مع الأزمات بناءً على درجة إدراكهم للمشكلة ومستوى مشاركتهم. كما يتناول البحث استراتيجيات إدارة الأزمات البيئية وأهمية التخطيط المسبق لضمان استجابة فعالة. من خلال استعراض دراسات حالة لمؤسسات تعاملت بنجاح مع الأزمات البيئية، يقدم البحث توصيات لتحسين استجابة المؤسسات للأزمات وتعزيز دور العلاقات العامة في الحفاظ على سمعة المؤسسة وحماية البيئة. توصل البحث إلى أن العلاقات العامة تُعد أداة أساسية في الوقاية من الأزمات البيئية وإدارتها بشكل فعال، وأن استراتيجيات التواصل الفعال والشفافية يمكن أن تسهم في تقليل الآثار السلبية وتعزيز التفاعل الإيجابي بين المؤسسات والجمهور.

الفصل الأول

الاطار العام للدراسة

المقدمة:

تعد العلاقات العامة من الأدوات الإستراتيجية التي تعتمد عليها المؤسسات في تعزيز تواصلها مع جمهورها الخارجي والداخلي، وتكمن أهميتها بوضوح عند حدوث الأزمات، لاسيما الأزمات البيئية التي باتت تشكل تحدياً عالمياً متنامياً. الأزمات البيئية، التي قد تكون ناجمة عن كوارث طبيعية مثل الأعاصير والفيضانات أو نتيجة للتدخل البشري غير المسؤول مثل التلوث الصناعي وتسرب المواد الكيميائية، تفرض ضغوطاً كبيرة على الشركات، المؤسسات الحكومية، وحتى المجتمعات المحلية. ومع تصاعد هذه التحديات البيئية، أصبح من الضروري أن تلعب العلاقات العامة دوراً بارزاً في إدارة الأزمات البيئية والحد من تأثيرها على البيئة والمجتمع.

تعتبر العلاقات العامة حلقة وصل حيوية بين المؤسسات والجمهور في وقت الأزمات، حيث تسهم في تقديم المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب، وتوفير قنوات التواصل المباشرة مع الجمهور، مما يساعد في تخفيف حدة التأثيرات السلبية. إن دور العلاقات العامة لا يقتصر فقط على التصدي للأزمات عند وقوعها، بل يشمل أيضاً إعداد استراتيجيات وقائية للتقليل من احتمالية حدوث الأزمات البيئية، والتخطيط للحد من أضرارها إذا وقعت.

ومع تزايد الوعي العالمي بأهمية الحفاظ على البيئة واستدامة الموارد الطبيعية، تواجه المؤسسات ضغوطاً متزايدة لتحسين ممارساتها البيئية، والالتزام بمعايير المسؤولية البيئية والاجتماعية. هنا، تبرز العلاقات العامة كأداة أساسية لتعزيز هذه المسؤولية، من خلال توجيه رسائل توعوية حول ممارسات الاستدامة البيئية، والمشاركة في حملات اجتماعية تهدف إلى حماية البيئة. إلى جانب ذلك، تساهم العلاقات العامة في بناء صورة إيجابية للمؤسسة وتعزيز الثقة مع الجمهور، من خلال إبراز دورها الإيجابي في مواجهة الأزمات البيئية.

في هذا السياق، يهدف هذا البحث إلى دراسة دور العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات البيئية، وتحليل كيفية تطوير استراتيجيات فعالة للتصدي لهذه الأزمات. سيتم التركيز على كيفية إدارة الاتصالات مع الجمهور والمؤسسات الحكومية والبيئية خلال الأزمات، بالإضافة إلى دراسة الأمثلة الحقيقية لتجارب المؤسسات في إدارة الأزمات البيئية، مما يساهم في تقديم إطار عمل متكامل يمكن أن يساهم في تعزيز دور العلاقات العامة في حماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة.

-مشكلة الدراسة.

تواجه المؤسسات في مختلف القطاعات تحديات بيئية متزايدة تتعلق بالاستدامة والتلوث وتغير المناخ، حيث أصبحت الأزمات البيئية جزءاً لا يتجزأ من الواقع العالمي. ومع تزايد التحديات البيئية، تزداد الضغوط على المؤسسات لتحسين إدارتها لتلك الأزمات وضمان التواصل الفعال مع الجمهور وأصحاب المصلحة. في هذا السياق، يأتي دور العلاقات العامة كأداة رئيسية لإدارة هذه الأزمات وضمان تفاعل الجمهور مع المؤسسات بطريقة إيجابية.

على الرغم من أن دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات قد نال اهتماماً واسعاً في الدراسات السابقة، إلا أن هناك نقصاً في الأبحاث التي تتناول تحديداً دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية بشكل منهجي ومتكامل. إذ تواجه المؤسسات صعوبة في تطوير استراتيجيات علاقات عامة فعالة تستجيب للتحديات البيئية المعاصرة وتضمن الحفاظ على سمعة المؤسسة وحمايتها من التأثيرات السلبية.

مشكلة البحث تتمثل في الفجوة القائمة في الدراسات حول كيفية تطوير استراتيجيات فعالة للعلاقات العامة للتعامل مع الأزمات البيئية، وتأثير ذلك على المؤسسات والبيئة والمجتمع. وبالتالي، يسعى هذا البحث للإجابة على السؤال المحوري: كيف يمكن للعلاقات العامة أن تساهم في إدارة الأزمات البيئية بشكل فعال، وما هي الأساليب والتقنيات التي يمكن أن تُستخدم لتعزيز استجابة المؤسسات لهذه الأزمات؟

-أهمية الدراسة.

تكتسب أهمية هذا البحث من الحاجة المتزايدة لفهم دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية التي أصبحت واحدة من أكبر التحديات التي تواجه المؤسسات والمجتمعات على حد سواء. فمع تزايد الوعي العالمي بقضايا الاستدامة والتغير المناخي، تواجه المؤسسات ضغوطاً متزايدة لتحسين ممارساتها البيئية والاستجابة الفعالة للأزمات التي قد تضر بالبيئة وتؤثر على سمعتها. تأتي أهمية البحث من كونه يعالج فجوة معرفية تتمثل في كيفية تطوير استراتيجيات فعالة للعلاقات العامة تساهم في مواجهة الأزمات البيئية، بما يضمن تواصلاً فعالاً مع الجمهور ويعزز من سمعة المؤسسة.

يهدف البحث إلى تزويد المؤسسات بالإطار النظري والعملية اللازم لتعزيز ممارساتها البيئية وتحقيق الاستدامة من خلال توظيف العلاقات العامة كأداة استراتيجية، مما يعود بالنفع على المجتمع

والبيئة. بالإضافة إلى ذلك، سيساهم البحث في رفع الوعي بأهمية العلاقات العامة في تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات والالتزام بالمعايير البيئية.

-أهداف الدراسة.

١. فهم كيفية استخدام العلاقات العامة كأداة لإدارة الأزمات البيئية بفعالية، والطرق التي يتم بها توجيه الاتصالات مع الجمهور وأصحاب المصلحة خلال تلك الأزمات.
٢. تحديد الاستراتيجيات والتقنيات التي يمكن للمؤسسات تطبيقها في استجابة للأزمات البيئية، بما في ذلك استخدام وسائل الإعلام والتواصل الاجتماعي.
٣. دراسة العلاقة بين الأزمات البيئية وسمعة المؤسسة، وكيف يمكن للعلاقات العامة أن تلعب دوراً في الحفاظ على صورة المؤسسة وتحسينها خلال وبعد الأزمة.
٤. تقديم مجموعة من التوصيات التي تساعد المؤسسات على تطوير استراتيجيات علاقات عامة قوية وفعالة للتعامل مع الأزمات البيئية.
٥. دراسة أمثلة واقعية لمؤسسات استطاعت التعامل مع الأزمات البيئية بطرق مبتكرة، بهدف تقديم دروس مستفادة للمؤسسات الأخرى.

-تساؤلات الدراسة

- (١) ما هو دور العلاقات العامة في الوقاية من الأزمات البيئية؟
- (٢) كيف يمكن للعلاقات العامة أن تساعد المؤسسات على التعامل مع الأزمات البيئية عند وقوعها؟
- (٣) ما هي الاستراتيجيات الفعالة التي يمكن للعلاقات العامة استخدامها في توعية الجمهور حول القضايا البيئية؟
- (٤) ما هي الأمثلة الناجحة لمؤسسات تعاملت بفاعلية مع الأزمات البيئية؟
- (٥) ما تأثير الأزمات البيئية على العلاقات الدولية وكيف يمكن للعلاقات العامة أن تساهم في تخفيف هذه التوترات؟

- فروض الدراسة

١. تلعب العلاقات العامة دوراً محورياً في الوقاية من الأزمات البيئية من خلال التخطيط المسبق واستراتيجيات التواصل الفعال.
٢. تساهم العلاقات العامة بشكل كبير في تحسين استجابة المؤسسات للأزمات البيئية عند وقوعها، مما يقلل من الأضرار البيئية ويحسن سمعة المؤسسة.
٣. استخدام استراتيجيات العلاقات العامة، بما في ذلك وسائل التواصل الاجتماعي، يعزز من وعي الجمهور بالقضايا البيئية ويحفز السلوكيات البيئية الإيجابية.
٤. المؤسسات التي تتبنى استراتيجيات علاقات عامة فعالة قادرة على إدارة الأزمات البيئية بنجاح، مما يؤدي إلى تعزيز الثقة بينها وبين جمهورها.
٥. تؤثر الأزمات البيئية على العلاقات الدولية، ويمكن للعلاقات العامة أن تلعب دوراً إيجابياً في تخفيف التوترات وتعزيز التعاون الدولي لمواجهة الأزمات.

- النظرية العلمية المتبعة لإعداد البحث

لإعداد هذا البحث حول دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية، سيتم الاعتماد على نظرية العلاقات العامة الموقفية (Situational Theory of Publics)، التي طورها جيمس غرونغ في سبعينيات القرن العشرين. تعد هذه النظرية من أهم النظريات في مجال العلاقات العامة، حيث تركز على كيفية تفاعل الجمهور مع الأزمات والمواقف المختلفة بناءً على مستوى إدراكهم للمشكلة ومدى مشاركتهم. (غرونغ، جيمس (1976))

مكونات النظرية :

١. إدراك المشكلة : يشير إلى مدى وعي الجمهور بالأزمة البيئية وتأثيرها على حياتهم أو البيئة المحيطة بهم. الجمهور الذي يدرك المشكلة بشكل واضح يكون أكثر تفاعلاً واستجابة.
٢. إدراك القيود: يتعلق بمدى وعي الجمهور بالعقبات التي قد تمنعهم من اتخاذ الإجراءات المناسبة لحل الأزمة. قد تشمل هذه القيود نقص الموارد أو القدرة على التأثير في التغيير.

٣. مستوى المشاركة: يقيس مدى استعداد الجمهور للمشاركة في حل الأزمة البيئية أو اتخاذ موقف بناءً على المعلومات المتاحة. الجمهور الذي يشارك بشكل نشط يعتبر أكثر انخراطاً في محاولات حل الأزمات.

كيفية تطبيق النظرية في البحث:

- سيتم استخدام هذه النظرية لفهم كيف يمكن للعلاقات العامة التأثير على الجمهور خلال الأزمات البيئية. من خلال توفير المعلومات الدقيقة والتواصل الفعال، يمكن زيادة مستوى إدراك الجمهور بالمشكلة وتحفيزهم على المشاركة في الحل.
- يمكن توجيه استراتيجيات العلاقات العامة بناءً على مستوى وعي الجمهور وفهمهم للمشكلة، مما يساهم في تحقيق استجابة فعالة وسريعة للأزمات البيئية.

لماذا هذه النظرية؟

تعتمد هذه النظرية على تحليل كيفية تفاعل الجمهور مع الأزمات، مما يجعلها مناسبة لدراسة كيفية استجابة الجمهور للأزمات البيئية وكيفية تأثير العلاقات العامة على تحسين هذا التفاعل وإدارة الأزمة بفاعلية. كما أنها تساعد في تقسيم الجمهور إلى فئات يمكن استهدافها برسائل مخصصة تتناسب مع درجة وعيهم بالأزمة.

الفصل الثاني :
الدراسات السابقة

مقدمة :

تلعب الدراسات السابقة دوراً حيوياً في إرساء الأساس العلمي لأي بحث، حيث تتيح للباحثين التعرف على الجهود البحثية التي تمت في نفس المجال، وتحليل النتائج التي توصلت إليها الأبحاث السابقة لتطوير فهم شامل حول الموضوع قيد الدراسة. في هذا البحث، الذي يتناول دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية، تم الاستفادة من العديد من الدراسات السابقة التي استعرضت جوانب مختلفة من العلاقات العامة والأزمات البيئية، من حيث استراتيجيات التواصل، التعامل مع الجمهور، ودور المسؤولية الاجتماعية للشركات.

تناولت هذه الدراسات كيفية تطور العلاقات العامة كأداة استراتيجية في مواجهة الأزمات، بما في ذلك الأزمات البيئية، وكيفية تأثيرها على الجمهور المستهدف. بالإضافة إلى ذلك، قدمت الأبحاث السابقة تحليلاً حول دور التكنولوجيا والوسائط الرقمية في تعزيز التواصل الفعال خلال الأزمات، وكذلك دور العلاقات العامة في رفع مستوى الوعي البيئي وتجنب الأزمات المحتملة. من خلال استعراض هذه الدراسات، يمكن التعمق في الأطر النظرية والمفاهيمية المتعلقة بالعلاقات العامة والأزمات البيئية، واستخدامها كأساس علمي لتطوير الدراسة الحالية وتحليل البيانات المتعلقة بإدارة الأزمات البيئية.

الدراسات السابقة :

❖ دراسة بن راشد وبلحاج (٢٠٢٠) بعنوان "تاريخ تطور العلاقات العامة: الاستراتيجية في إدارة الأزمات" هدفت الدراسة إلى التعرف على تطور العلاقات العامة منذ نشأتها وأهم العوامل التي أدت إلى ظهورها وتطورها مع التركيز على دورها الاستراتيجي في إدارة الأزمات. اعتمدت الدراسة على المنهج التحليلي التاريخي من خلال تفكيك ظاهرة العلاقات العامة إلى مكوناتها وتحليلها وفق الظروف والأحداث المحيطة بها. وقد توصلت الدراسة إلى أن نشأة العلاقات العامة كانت في الولايات المتحدة الأمريكية ثم انتشرت في أوروبا بسبب الأزمات التي تعرضت لها المؤسسات في تلك الفترة مما أدى إلى زعزعة الثقة بينها وبين جماهيرها. وبالتالي فإن العلاقات العامة ترتبط ارتباطاً مباشراً بظروف غير عادية وأزمات، حيث تبرز أهمية دورها الاستراتيجي في مواجهة الأزمات وإدارتها. كما خلصت الدراسة إلى أن الظروف البيئية المحيطة بالأحداث غير المتوقعة التي تتعرض لها المؤسسات، بجانب رغبتها في إقامة علاقات وثيقة مع

الجمهور لتسويق أنشطتها، قد أدت إلى ضرورة الاهتمام بوظيفة العلاقات العامة وتوسيع اختصاصاتها لتشمل إدارة العلاقات والاتصالات مع الجمهور.

❖ دراسة الشربيني، سهير وتوفيق، عادة مختار (٢٠٢٤) بعنوان "الانهيار البيئي: تحولات العلاقات الدولية للتغير المناخي" نُشرت في مجلة شؤون عربية الصادرة عن جامعة الدول العربية - الأمانة العامة. هدفت الدراسة إلى تسليط الضوء على مخاطر الانهيار البيئي الناجمة عن التغيرات المناخية وتأثيرها على العلاقات الدولية بين الدول، حيث تناولت الدراسة مخاطر الانهيار البيئي الناشئة عن التغير المناخي وآثارها على العلاقات الدولية من خلال التكاليف الاقتصادية والبشرية والاجتماعية الهائلة التي ستكبتها الدول، مما سيؤدي إلى تصاعد التوترات والنزاعات بين الدول حول تقاسم عبء الخسائر والتكاليف، فضلاً عن تقاوم مشكلات الهجرة غير الشرعية واللجوء البيئي الناجمة عن الكوارث البيئية. وخلصت الدراسة إلى أن ضعف إرادة الدول في اتخاذ إجراءات جادة للحد من انبعاثات غازات الاحتباس الحراري سيؤدي بالتأكيد إلى تفاقم حالة الانهيار البيئي وزيادة توترات العلاقات الدولية في المستقبل.

❖ دراسة الشمري، محمد مرضي مناوور (٢٠٢١) بعنوان "دور العلاقات العامة في توعية الجمهور من أخطار تلوث البيئة: دراسة وصفية بالتطبيق على شرطة البيئة"، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في توعية الجمهور من أخطار تلوث البيئة. ولتحقيق ذلك استخدمت الدراسة المنهج الوصفي. وتمثلت أداة الدراسة في مقابلات متعمقة، تم تطبيقها على عينة مكونة من (١١) مبحوث من القائمين بالاتصال في شرطة البيئة التابعة لوزارة الداخلية الكويتية. وتوصلت نتائج الدراسة إلى أن أهم الوسائل الإعلامية التي يمكن استخدامها بفاعلية في توعية الجمهور في المحافظة على البيئة هي مواقع التواصل الاجتماعي؛ وذلك بسبب سهولة وسرعة الوصول إلى فئات الجمهور ومعرفة رجع الصدى الفوري ومعرفة التعليقات المختلفة وتوجيه استفساراتهم في أي وقت على حسابات المؤسسة المحددة على مواقع التواصل الاجتماعي. وأوصت الدراسة بضرورة سن القوانين الفعالة خاصة بالبيئة التي تقلل من استخدام الملوثات وتراقب تنفيذها.

❖ دراسة الأمين، كرم الله حسين ومحمد زين، منصور عثمان (٢٠١١) بعنوان "دور العلاقات العامة في إنجاح حملات حماية البيئة ومنع التلوث: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة البيئة والتنمية العمرانية الاتحادية بالسودان في الفترة من يناير ٢٠٠٨ - ديسمبر ٢٠٠٩

م"، هدفت الدراسة إلى التعرف على دور العلاقات العامة في إنجاح حملات حماية البيئة ومنع التلوث من خلال التطبيق على وزارة البيئة والتنمية العمرانية الاتحادية بالسودان. ولتحقيق ذلك استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: أن للعلاقات العامة دور هام في إنجاح حملات حماية البيئة من خلال تحديد أهداف الحملة والعمل على تحقيقها، كما تسهم في رصد تأثير الحملة وتقييم نتائجها.

❖ **سوسن طه حسن (٢٠٢١)** بعنوان "استخدام الذكاء الاصطناعي في تطبيقات إدارة المعرفة للهيئة العامة للأرصاد وحماية البيئة في المملكة العربية السعودية"، هدفت الدراسة إلى التعرف على إمكانية تصميم نماذج للذكاء الاصطناعي باستخدام تطبيقات إدارة المعرفة للهيئة العامة للأرصاد وحماية البيئة بالمملكة العربية السعودية، والتعرف على حجم استخدام تطبيقات إدارة المعرفة في مجال البيئة، والعمل على توثيق المعرفة الضمنية في مجال البيئة. واستخدمت الدراسة المنهج الوثائقي لاستخلاص معايير المعرفة الضمنية، ثم منهج دراسة الحالة وتحليل المحتوى والمنهج التقييمي لتقييم موقع الهيئة. وتوصلت الدراسة إلى أن مصادر المعرفة الرسمية تتوفر بنسبة أعلى من المتوسط، بينما توثيق المعرفة الضمنية منخفض، كما وجدت أن مجالات إدارة المعرفة تهتم بالتمكين والثقافة التنظيمية بنسبة ٦٧٪، بينما لا تهتم بقياس رأس المال الفكري. وأوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتشخيص المعرفة وتنظيمها واستخدام أساليب الذكاء الاصطناعي في عمليات إدارة المعرفة.

أوجه الشبه والاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية

أولاً : أوجه الشبه بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

١. **التركيز على العلاقات العامة في إدارة الأزمات:** جميع الدراسات السابقة، بما في ذلك دراسة بن راشد وبلحاج (٢٠٢٠) ودراسة الشمري (٢٠٢١)، تناولت دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات والتواصل مع الجمهور، وهو نفس الموضوع الذي تعالجه الدراسة الحالية. كلاهما يركز على كيفية استخدام العلاقات العامة للتعامل مع الأزمات البيئية أو المشكلات المتعلقة بها.

٢. **توعية الجمهور:** دراسات مثل دراسة الشمري (٢٠٢١) ودراسة الأمين ومحمد زين (٢٠١١) ركزت على دور العلاقات العامة في توعية الجمهور حول أخطار تلوث البيئة وحماية البيئة، وهو ما يتوافق مع هدف الدراسة الحالية التي تركز على إدارة الأزمات البيئية وتوعية الجمهور.

٣. **المنهج التحليلي**: العديد من الدراسات، مثل دراسة بن راشد وبلحاج (٢٠٢٠) ودراسة الأمين ومحمد زين (٢٠١١)، اعتمدت على المنهج التحليلي، وهو ما يتشابه مع المنهجية التي يمكن أن تستخدمها الدراسة الحالية في تحليل دور العلاقات العامة في الأزمات البيئية.

٤. **الموضوع البيئي**: معظم الدراسات السابقة، بما في ذلك دراسة الشربيني وتوفيق (٢٠٢٤) ودراسة الأمين ومحمد زين (٢٠١١)، ركزت على قضايا بيئية أو الأزمات المتعلقة بالبيئة، وهو موضوع مشترك مع الدراسة الحالية التي تبحث في العلاقات العامة والأزمات البيئية.

ثانياً : أوجه الاختلاف بين الدراسات السابقة والدراسة الحالية:

١. **التركيز على الأزمات البيئية**: على الرغم من أن الدراسات السابقة مثل دراسة الشمري (٢٠٢١) ودراسة الأمين ومحمد زين (٢٠١١) تناولت موضوع التلوث البيئي، إلا أن الدراسة الحالية تركز بشكل محدد على الأزمات البيئية من زاوية إدارة العلاقات العامة، مما يجعلها أكثر تخصصاً في هذا السياق.

٢. **البعد الدولي والتغير المناخي**: بينما تناولت دراسة الشربيني وتوفيق (٢٠٢٤) العلاقات الدولية في سياق التغير المناخي وتأثير الانهيار البيئي على العلاقات بين الدول، فإن الدراسة الحالية تركز على دور العلاقات العامة في المؤسسات المحلية والدولية لمواجهة الأزمات البيئية والتعامل مع الجماهير خلال تلك الأزمات.

٣. **التركيز على التكنولوجيا**: دراسة ضليمي (٢٠٢١) تناولت دور الذكاء الاصطناعي في إدارة المعرفة البيئية، بينما الدراسة الحالية تركز على الدور التقليدي للعلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية، مع تركيز أكبر على استراتيجيات التواصل وإدارة الجمهور.

٤. **المناهج المستخدمة**: بعض الدراسات السابقة استخدمت منهجيات مختلفة مثل دراسة الحالة وتحليل المحتوى كما في دراسة ضليمي (٢٠٢١)، بينما الدراسة الحالية قد تعتمد على منهج تحليلي واستكشافي لدور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية، مما يعكس اختلافاً في الأساليب المنهجية.

الفصل الثالث :

الاطار النظري

المبحث الأول: العلاقات العامة

المطلب الأول: مفهوم العلاقات العامة

✕ تعريف العلاقات العامة:

العلاقات العامة هي نشاط إداري يهتم بإدارة الاتصال بين المؤسسة وجمهورها الداخلي والخارجي. تتضمن العلاقات العامة مجموعة من الممارسات التي تهدف إلى بناء صورة إيجابية عن المؤسسة وتعزيز الثقة مع الجمهور من خلال استراتيجيات التواصل المختلفة. وفقًا لتعريف الجمعية الدولية للعلاقات العامة (IPRA) ، فإن العلاقات العامة هي "مجهودات مخططة ومستدامة تهدف إلى إقامة والحفاظ على التفاهم المتبادل بين المؤسسة وجمهورها".

العلاقات العامة تتضمن عدة وظائف منها التواصل مع الجمهور، إدارة السمعة، التعامل مع وسائل الإعلام، وإدارة الأزمات، حيث تهدف جميعها إلى تحقيق التوازن بين مصالح المؤسسة والجمهور.

✕ نشأة وتطور العلاقات العامة (الإشارة إلى دراسة بن راشد وبلحاج، ٢٠٢٠):

تاريخ العلاقات العامة يعود إلى فترة نشوء وسائل الإعلام الجماهيرية في أواخر القرن التاسع عشر، عندما أدركت المؤسسات أهمية إدارة العلاقات مع الجمهور لتحقيق أهدافها. وفقًا لدراسة بن راشد وبلحاج (٢٠٢٠)، ظهرت العلاقات العامة كمهنة لأول مرة في الولايات المتحدة الأمريكية نتيجة للأزمات التي تعرضت لها المؤسسات، وخاصة الشركات الصناعية الكبيرة، التي واجهت تحديات في بناء الثقة مع جمهورها. انتشرت بعد ذلك في أوروبا وأصبحت جزءًا أساسيًا من أنظمة الاتصال المؤسسي.

الدراسة تشير إلى أن العلاقات العامة قد مرت بمراحل تطور مختلفة، حيث بدأت بتركيزها على إدارة الأزمات ثم تطورت لتشمل بناء علاقات طويلة الأمد مع الجمهور وتحقيق أهداف التواصل الاستراتيجي.

المطلب الثاني: وظائف وأدوار العلاقات العامة

■ وظائف العلاقات العامة في المؤسسات:

العلاقات العامة تؤدي عدة وظائف أساسية داخل المؤسسات، وتتمثل في:

١. إدارة السمعة : تعمل العلاقات العامة على تحسين صورة المؤسسة والحفاظ عليها من خلال الاتصال المستمر مع الجمهور.

٢. إدارة الأزمات : تلعب العلاقات العامة دورًا مهمًا في إدارة الأزمات وتوجيه الرسائل المناسبة للجمهور خلال الأزمات للحفاظ على سمعة المؤسسة.

٣. التواصل الداخلي : العلاقات العامة تهتم بتوجيه الرسائل للموظفين والمساعدة في تعزيز روح الفريق داخل المؤسسة.

٤. التواصل الخارجي : هي الوظيفة التي تهتم بتوجيه الرسائل الإعلامية للجمهور الخارجي مثل العملاء ووسائل الإعلام.

■ دور العلاقات العامة في بناء الصورة الذهنية (الإشارة إلى دراسة محمد، ٢٠١٧):

الصورة الذهنية هي الانطباع الذي يتكون لدى الجمهور عن المؤسسة بناءً على المعلومات والخبرات المتاحة. العلاقات العامة تلعب دورًا مهمًا في تشكيل هذه الصورة من خلال التخطيط الدقيق لاستراتيجيات التواصل مع الجمهور. وفقًا لدراسة محمد (٢٠١٧)، يعتمد تكوين الصورة الذهنية على عدة عوامل، من بينها كيفية إدارة التواصل وتقديم المعلومات الصحيحة والشفافة للجمهور. الدراسة توضح أن بناء صورة ذهنية إيجابية يتطلب تخطيطًا استراتيجيًا، خاصة عند التعامل مع أزمات تؤثر على سمعة المؤسسة.

أمثلة توضيحية:

في الأزمات البيئية، على سبيل المثال، إذا قامت شركة نفط بتسريب نفطي في المياه، فإن دور العلاقات العامة سيكون إصدار بيانات صحفية، التواصل مع وسائل الإعلام، وتقديم تقارير توضيحية

عن الإجراءات التصحيحية المتخذة، مما يؤثر على الصورة الذهنية لدى الجمهور. إذا تمت إدارة الأزمة بفاعلية، يمكن تقليل الأضرار التي تلحق بسمعة المؤسسة.

المطلب الثالث: الاستراتيجيات الحديثة في العلاقات العامة

■ الاستراتيجيات التقليدية والرقمية في العلاقات العامة:

العلاقات العامة تعتمد على استراتيجيات متعددة، سواء تقليدية أو حديثة:

- **الاستراتيجيات التقليدية :** تشمل العلاقات مع وسائل الإعلام مثل الصحف والتلفزيون، وإصدار البيانات الصحفية، وتنظيم المؤتمرات الصحفية، والتواصل مع الجمهور من خلال النشرات الدورية.
- **الاستراتيجيات الرقمية :** تشمل استخدام وسائل التواصل الاجتماعي، وإدارة الحملات الرقمية، وإنشاء محتوى رقمي لترويج المؤسسة عبر الإنترنت. العلاقات العامة الرقمية تعتمد بشكل كبير على السرعة في التفاعل مع الجمهور، خاصة في الأزمات.

جدول (١) الفرق بين الاستراتيجية التقليدية والرقمية:

الرقمية	التقليدية	الاستراتيجية
وسائل التواصل الاجتماعي، المدونات	الصحف، التلفزيون، الراديو	الوسائل المستخدمة
تفاعلي وفوري	غير تفاعلي	التفاعل مع الجمهور
سريعة ومرنة	بطيئة	السرعة والمرونة
منخفضة (محتوى ينشأ بواسطة المستخدم)	عالية (إشراف المؤسسات)	الرقابة على المحتوى

■ استخدام التكنولوجيا والذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة (ضليمي، ٢٠٢١):

مع تطور التكنولوجيا، أصبح الذكاء الاصطناعي جزءًا لا يتجزأ من استراتيجيات العلاقات العامة. وفقًا لدراسة ضليمي (٢٠٢١)، يمكن استخدام الذكاء الاصطناعي في تطبيقات إدارة المعرفة، مثل تحليل البيانات المتعلقة بالتفاعل مع الجمهور، وتصميم حملات فعالة تعتمد على فهم دقيق لاهتمامات الجمهور. كما يساهم الذكاء الاصطناعي في تحسين العمليات الإدارية للعلاقات العامة من خلال أدوات التنبؤ بالآزمات أو تحليل تأثير الحملات الإعلامية.

■ أمثلة على الذكاء الاصطناعي في العلاقات العامة:

- تحليل البيانات الضخمة : استخدام برامج الذكاء الاصطناعي لتحليل كم هائل من البيانات من وسائل التواصل الاجتماعي لمعرفة اهتمامات الجمهور وتوجيه الرسائل المناسبة.
- روبوتات الدردشة : توفر ردودًا تلقائية فورية على استفسارات العملاء، مما يعزز تجربة المستخدم ويحسن سمعة المؤسسة.

المبحث الثاني: الآزمات البيئية

المطلب الأول: مفهوم الآزمات البيئية

■ تعريف الآزمات البيئية:

الآزمات البيئية هي أحداث مفاجئة وغير متوقعة تتسبب في اضطراب النظام البيئي وتؤثر بشكل مباشر على الحياة البشرية، الحيوانية، والنباتية. يمكن أن تكون هذه الآزمات ناجمة عن عوامل طبيعية مثل الأعاصير والزلازل، أو بفعل الأنشطة البشرية مثل التلوث الصناعي وتسرب المواد الكيميائية. الآزمات البيئية غالبًا ما تؤدي إلى تأثيرات طويلة الأمد على الموارد الطبيعية وقد تسبب خسائر اقتصادية وبشرية كبيرة.

وفقًا لتعريف الأمم المتحدة، الآزمات البيئية "هي الأحداث التي تؤدي إلى تغيرات سلبية في البيئة الطبيعية تؤثر على النظم البيئية وتسبب تدهورًا في الموارد المتاحة للإنسان، مما يتطلب تدخلًا عاجلاً لتقليل الأضرار".

■ أنواع الأزمات البيئية:

١. **الكوارث الطبيعية**: تشمل الكوارث الطبيعية الزلازل، الأعاصير، الفيضانات، والانهيarts الأرضية. هذه الكوارث تحدث دون تدخل بشري وتؤدي إلى تدمير كبير في البنية التحتية والنظم البيئية.
٢. **التلوث**: التلوث يعد من الأزمات البيئية الناتجة عن الأنشطة البشرية، مثل التلوث الهوائي الناتج عن انبعاثات المصانع والسيارات، التلوث المائي بسبب تسرب النفط أو المواد الكيميائية، والتلوث الأرضي نتيجة للتخلص غير السليم من النفايات.
٣. **التغير المناخي**: التغير المناخي هو تحول طويل الأمد في أنماط الطقس والمناخ بسبب زيادة تركيزات غازات الاحتباس الحراري، ويعد أحد أهم الأزمات البيئية العالمية التي تتطلب تعاونًا دوليًا للحد من تأثيراتها المدمرة على البيئة والمجتمعات.

المطلب الثاني: تأثير الأزمات البيئية على المؤسسات والمجتمع

- الآثار الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية للأزمات البيئية (الإشارة إلى دراسة الشربيني وتوفيق، ٢٠٢٤):

الأزمات البيئية تترك آثارًا متعددة على المؤسسات والمجتمع. وفقًا لدراسة الشربيني وتوفيق (٢٠٢٤)، تشمل هذه الآثار:

١. **الآثار الاقتصادية**: تتسبب الأزمات البيئية في خسائر مالية كبيرة للشركات والمجتمعات نتيجة تدمير البنية التحتية، إغلاق المصانع، وانخفاض الإنتاجية. كما تؤدي الأزمات إلى زيادة تكاليف التأمين وإعادة البناء، مما يثقل كاهل الحكومات والشركات.
٢. **الآثار الاجتماعية**: تتسبب الأزمات البيئية في نزوح السكان من المناطق المتضررة، وارتفاع معدلات البطالة، وزيادة الفقر. كما أن الكوارث الطبيعية قد تؤدي إلى مشكلات صحية مثل انتشار الأمراض بسبب التلوث البيئي أو نقص المياه النظيفة.

٣. **الآثار البيئية** : تساهم الأزمات البيئية في تدهور النظم البيئية وتدمير التنوع البيولوجي. التلوث البيئي يمكن أن يدمر مواطن الحياة البرية، بينما قد تؤدي الكوارث الطبيعية إلى تآكل التربة وتدمير الغابات.

■ تأثير الأزمات البيئية على العلاقات الدولية:

الأزمات البيئية لا تؤثر فقط على الدول بشكل فردي، بل يمكن أن تخلق توترات على المستوى الدولي. فالكوارث البيئية مثل التصحر أو التغير المناخي قد تؤدي إلى نقص الموارد مثل المياه والغذاء، مما يؤدي إلى نزاعات بين الدول. بالإضافة إلى ذلك، قد تؤدي الهجرة البيئية نتيجة للكوارث إلى توترات دولية بسبب ضغط اللاجئين على الدول المجاورة.

دراسة الشربيني وتوفيق (٢٠٢٤) أشارت إلى أن تغير المناخ سيؤدي إلى تصاعد التوترات بين الدول بسبب النزاعات حول تقاسم تكاليف التغير المناخي والهجرة البيئية، مما يجعل التعاون الدولي أمرًا حتميًا لتجنب الانهيار البيئي وتفاقم النزاعات السياسية.

المطلب الثالث: إدارة الأزمات البيئية

■ استراتيجيات إدارة الأزمات البيئية:

إدارة الأزمات البيئية تتطلب استراتيجيات فعالة ومستدامة لتقليل من الأضرار المحتملة وحماية الموارد البيئية. من بين الاستراتيجيات الرئيسية:

١. **الاستجابة السريعة**: تتطلب الأزمات البيئية استجابة سريعة من الحكومات والمؤسسات لتقليل الأضرار. يشمل ذلك تعبئة الموارد اللازمة مثل فرق الطوارئ، وتوفير المساعدة للمتضررين، واتخاذ إجراءات فورية لمعالجة التلوث أو حماية المناطق المهددة.

٢. **التواصل الفعال**: التواصل هو مفتاح إدارة الأزمات البيئية. يجب على المؤسسات التواصل بفعالية مع الجمهور ووسائل الإعلام لتوضيح ما يحدث والإجراءات المتخذة للتعامل مع الأزمة. العلاقات العامة تلعب دورًا رئيسيًا في هذا المجال من خلال توجيه الرسائل الدقيقة والشفافة.

٣. **التعاون الدولي** : نظرًا لأن الأزمات البيئية غالبًا ما تتجاوز الحدود الوطنية، فإن التعاون الدولي بين الدول والمؤسسات العالمية ضروري للتعامل مع الأزمات بشكل فعال. مثال على ذلك هو اتفاقية باريس للمناخ التي تهدف إلى الحد من انبعاثات الكربون والتخفيف من تأثيرات التغير المناخي.

جدول (٢) استراتيجيات إدارة الأزمات البيئية:

الوصف	الاستراتيجية
تعبئة الموارد والإجراءات الفورية لتقليل الأضرار.	الاستجابة السريعة
التواصل المستمر مع الجمهور ووسائل الإعلام.	التواصل الفعال
تنسيق الجهود بين الدول لمواجهة الأزمات البيئية.	التعاون الدولي

■ أهمية التخطيط المسبق للأزمات البيئية:

التخطيط المسبق هو أحد العناصر الأساسية في إدارة الأزمات البيئية. يتضمن التخطيط وضع استراتيجيات للتعامل مع الأزمات المحتملة من خلال تحليل المخاطر البيئية وإعداد خطط الطوارئ. المؤسسات التي تضع خططًا مسبقة للتعامل مع الأزمات البيئية تكون أكثر قدرة على الاستجابة السريعة وتقليل الأضرار.

التخطيط المسبق يساعد المؤسسات على:

- **تحديد المخاطر المحتملة** : من خلال تحليل النظم البيئية المحيطة ومعرفة المخاطر البيئية مثل الفيضانات أو تسربات المواد الكيميائية.
- **إعداد فرق الطوارئ** : تجهيز فرق داخلية للتعامل مع الأزمات البيئية وإجراء التدريبات المستمرة.
- **وضع خطط الطوارئ** : تطوير خطط واضحة ومحددة للتعامل مع الأزمات البيئية، بما في ذلك الإجراءات الاحترازية وخطط الإخلاء.

أمثلة على التخطيط المسبق : في قطاع النفط والغاز، تضع الشركات خططاً تفصيلية للتعامل مع تسرب النفط من خلال إعداد فرق طوارئ جاهزة وتدريبات مستمرة على كيفية التعامل مع الكوارث البيئية المحتملة.

المبحث الثالث: دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية

المطلب الأول: دور العلاقات العامة في الوقاية من الأزمات البيئية

■ العلاقات العامة كأداة للوقاية من الأزمات البيئية:

تلعب العلاقات العامة دوراً حيوياً في الوقاية من الأزمات البيئية قبل حدوثها، وذلك من خلال مجموعة من الأدوات والأنشطة التي تساهم في رفع مستوى الوعي بالقضايا البيئية وتوجيه السلوك الجماهيري والمؤسسي نحو ممارسات أكثر استدامة. العلاقات العامة تعمل على بناء علاقات قوية مع الجمهور وأصحاب المصلحة، مما يساهم في تقليل الفجوات التواصلية ويعزز الشفافية. من خلال تنفيذ حملات توعوية متواصلة وتطوير استراتيجيات تواصل فعالة، يمكن للعلاقات العامة أن تساهم في تحفيز المؤسسات على اتباع ممارسات بيئية مسؤولة.

العلاقات العامة تقوم أيضاً برصد القضايا البيئية الناشئة وتقديم تقارير مبكرة حول المخاطر المحتملة، مما يساعد في اتخاذ تدابير استباقية لتجنب الأزمات. هذه العمليات الوقائية تساهم في خلق بيئة من الثقة بين المؤسسات والجمهور، حيث يتوقع الجمهور أن تكون المؤسسة قادرة على إدارة المخاطر البيئية بفعالية قبل أن تتحول إلى أزمات.

■ أمثلة على دور العلاقات العامة في منع الأزمات (الأمين ومحمد زين، ٢٠١١):

في دراسة الأمين ومحمد زين (٢٠١١)، تم التأكيد على أن العلاقات العامة تلعب دوراً أساسياً في إنجاح حملات حماية البيئة ومنع التلوث. من خلال التركيز على الاتصال المستمر مع الجمهور والمشاركة في الأنشطة البيئية، ساعدت العلاقات العامة في السودان على تحسين الاستجابة للمخاطر البيئية ومنع وقوع الأزمات. الدراسة أكدت أن نجاح أي حملة بيئية يعتمد بشكل كبير على مشاركة العلاقات العامة في توجيه الجمهور وتثقيفهم حول القضايا البيئية المحتملة.

مثال عملي : في شركة صناعية، يمكن للعلاقات العامة تنفيذ حملات توعية حول أهمية تقليل الانبعاثات الصناعية من خلال نشر تقارير إعلامية ودعوات للمشاركة المجتمعية. من خلال هذا النوع من التوعية، يمكن للشركات تجنب الأزمات المرتبطة بالتلوث البيئي من خلال بناء علاقات قوية مع المجتمع.

المطلب الثاني: دور العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات البيئية

■ استراتيجيات التواصل مع الجمهور أثناء الأزمات البيئية:

خلال الأزمات البيئية، يكون التواصل الفعال والمباشر مع الجمهور أمراً بالغ الأهمية. العلاقات العامة تتبنى استراتيجيات متعددة لضمان توفير المعلومات الصحيحة في الوقت المناسب وتقليل القلق العام. تشمل هذه الاستراتيجيات:

١. **الشفافية والصدق :** يجب على المؤسسة أن تكون صريحة في تقديم المعلومات المتعلقة بالأزمة وتوضيح التدابير المتخذة لمعالجتها.

٢. **التواصل المستمر :** يجب توفير تحديثات منتظمة حول تطورات الأزمة، حتى يشعر الجمهور بالاطمئنان إلى أن المؤسسة تتخذ الإجراءات المناسبة.

٣. **إدارة الشائعات :** العلاقات العامة تعمل على تفنيد الشائعات والمعلومات المضللة من خلال تقديم معلومات دقيقة وموثوقة.

التفاعل الفوري والاستجابة السريعة يعتبران عاملين أساسيين في نجاح استراتيجيات العلاقات العامة خلال الأزمات البيئية، حيث تساعد هذه الاستراتيجيات في تقليل الأضرار المحتملة والحفاظ على سمعة المؤسسة.

■ استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في إدارة الأزمات البيئية (الشمري، ٢٠٢١):

وسائل التواصل الاجتماعي أصبحت واحدة من الأدوات الرئيسية في إدارة الأزمات البيئية. وفقاً لدراسة الشمري (٢٠٢١)، تمكنت شرطة البيئة في الكويت من استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بفاعلية في توعية الجمهور حول أخطار التلوث البيئي، حيث ساعدت المنصات الرقمية في الوصول

إلى فئات واسعة من الجمهور في وقت قصير. كما أن التواصل عبر هذه الوسائل يتيح للجمهور التفاعل المباشر مع المؤسسة والحصول على معلومات فورية حول الأزمة.

وسائل التواصل الاجتماعي تسمح أيضًا بتوجيه الرسائل المتخصصة إلى فئات معينة من الجمهور مثل الشباب أو المؤسسات البيئية، مما يساهم في إدارة الأزمة بطريقة أكثر فعالية واستجابةً للاحتياجات المتنوعة للجمهور.

■ أمثلة على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي:

- أثناء تسرب نفطي، يمكن لشركة الطاقة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتقديم تحديثات حول جهود تنظيف المنطقة وإجراءات السلامة.
- نشر مقاطع فيديو توعوية حول كيفية التعامل مع المخاطر البيئية الناتجة عن الكارثة.

المطلب الثالث: دور العلاقات العامة في توعية الجمهور بالقضايا البيئية

■ دور العلاقات العامة في حملات التوعية البيئية:

العلاقات العامة تلعب دورًا رئيسيًا في نشر الوعي بالقضايا البيئية من خلال تنظيم حملات توعية تستهدف الجمهور والمؤسسات. هذه الحملات تهدف إلى تعزيز فهم الجمهور للتحديات البيئية وكيفية المساهمة في حلها. العلاقات العامة تساهم في تنظيم الأنشطة البيئية مثل حملات التشجير، تقليل استخدام البلاستيك، وترشيد استهلاك المياه. كما تسعى هذه الحملات إلى تحفيز الجمهور على تبني سلوكيات صديقة للبيئة والمساهمة في الحفاظ على الموارد الطبيعية.

■ أمثلة على حملات ناجحة للعلاقات العامة في توعية الجمهور (إدريس، ٢٠٠٧):

دراسة إدريس (٢٠٠٧) ركزت على دور العلاقات العامة في التوعية بقضايا البيئة في السودان، خاصة من خلال برنامج الأمم المتحدة الإنمائي (UNDP). تمكنت العلاقات العامة في هذه الحملة من تعزيز وعي الجمهور بقضايا البيئة من خلال تنظيم ورش عمل وتوزيع مواد توعوية تسلط الضوء على أهمية الحفاظ على البيئة والتقليل من الأضرار البيئية الناتجة عن الأنشطة البشرية. وقد أسهمت هذه الحملات في تغيير السلوكيات البيئية لدى قطاعات واسعة من المجتمع السوداني.

■ أمثلة إضافية:

- حملات التوعية حول التخلص الآمن من النفايات الإلكترونية والتي نفذتها شركات تكنولوجيا متعددة لزيادة الوعي بخطورة التخلص غير السليم من الأجهزة الإلكترونية.
- حملات توعية للمحافظة على الحياة البحرية، حيث قامت بعض الشركات بتنظيم حملات لتنظيف الشواطئ وزيادة الوعي بأهمية الحفاظ على المحيطات.

المبحث الرابع: دراسات حالة لتجارب ناجحة في إدارة الأزمات البيئية

المطلب الأول: دراسة حالة مؤسسات تعاملت بنجاح مع الأزمات البيئية

■ عرض أمثلة على مؤسسات نجحت في إدارة الأزمات البيئية:

إدارة الأزمات البيئية تتطلب استراتيجيات قوية وفعالة لتحقيق نتائج إيجابية. وفي هذا السياق، هناك العديد من المؤسسات التي تعاملت مع الأزمات البيئية بنجاح من خلال تبني استراتيجيات مدروسة للعلاقات العامة. فيما يلي بعض الأمثلة:

١. شركة BP (بريتيش بتروليوم) - تسرب النفط في خليج المكسيك (2010) :

في حادثة تسرب النفط الشهيرة التي وقعت عام ٢٠١٠، كانت شركة BP في قلب أزمة بيئية عالمية بسبب انفجار منصة "Deepwater Horizon" الذي أدى إلى تسرب نفطي ضخم في خليج المكسيك. استخدمت الشركة استراتيجيات شاملة للعلاقات العامة للحد من تأثير الأزمة على سمعتها. تضمنت هذه الاستراتيجيات إصدار بيانات فورية، تواصل مستمر مع وسائل الإعلام، وإطلاق موقع إلكتروني خاص لتقديم معلومات مباشرة حول الجهود المبذولة لاحتواء التسرب وتنظيف المنطقة. علاوة على ذلك، قدمت الشركة تعويضات مالية للمجتمعات المتضررة كجزء من التزاماتها الأخلاقية والبيئية.

٢. شركة نستله - أزمة استدعاء المياه (2015) :

تعرضت نستله لانتقادات واسعة بشأن استخدامها المفرط للمياه في مصانعها في مناطق تعاني من ندرة المياه. استجابت الشركة من خلال إطلاق مبادرات لتحسين كفاءة استخدام المياه في مصانعها والالتزام بمبادئ الشفافية. تواصلت نستله مع الجمهور من خلال وسائل الإعلام ووسائل التواصل

الاجتماعي لتوضيح إجراءاتها الهادفة لتحسين استدامة المياه، ونجحت في تحسين صورتها البيئية من خلال برامجها المستدامة.

٣. شركة تويوتا - إدارة أزمة التلوث من السيارات (2015) :

عند اكتشاف مستويات عالية من انبعاثات الكربون في سياراتها، استجابت تويوتا بسرعة من خلال إطلاق حملات توعوية توضح الخطوات التي تتخذها لتحسين كفاءة الوقود وتقليل الانبعاثات. ركزت استراتيجيتها للعلاقات العامة على الشفافية والالتزام بمعايير بيئية صارمة. ساعدت هذه الاستراتيجية في إعادة بناء الثقة مع الجمهور.

المطلب الثاني: تحليل النتائج والدروس المستفادة

■ تحليل كيف ساهمت العلاقات العامة في تحسين استجابة المؤسسات للأزمات البيئية:

من خلال دراسة الحالات السابقة، يمكن استخلاص العديد من الدروس المتعلقة بدور العلاقات العامة في تحسين استجابة المؤسسات للأزمات البيئية:

١. الشفافية والصدق: في جميع الحالات، كانت الشفافية عنصرًا رئيسيًا في استراتيجيات

العلاقات العامة. الشفافية ساهمت في بناء الثقة بين المؤسسة والجمهور. على سبيل المثال، شركة BP كانت واضحة في تقديم المعلومات عن التقدم الذي تحققه في تنظيف التسرب النفطي، مما ساهم في تهدئة الرأي العام وتقليل الانتقادات.

٢. التواصل المستمر مع الجمهور: العلاقات العامة لعبت دورًا مهمًا في إبقاء الجمهور مطلعًا

على تطورات الأزمات والإجراءات المتخذة لحلها. في حالة تويوتا، استمر التواصل مع الجمهور من خلال وسائل الإعلام ووسائل التواصل الاجتماعي، مما ساعد على تحسين الصورة العامة للشركة.

٣. المسؤولية الاجتماعية: كانت المسؤولية الاجتماعية جانبًا محوريًا في إدارة الأزمات البيئية.

تعويض المجتمعات المتضررة كما فعلت BP ، أو إطلاق مبادرات بيئية كما فعلت نستله، يعكس التزام المؤسسات بتحمل المسؤولية عن الأضرار التي قد تكون سببها.

٤. **الاستجابة السريعة:** كان العامل الزمني في الاستجابة للأزمات البيئية حاسماً. كلما استجابت المؤسسة بسرعة أكبر، كلما كانت النتائج أكثر إيجابية. تأخر الاستجابة قد يزيد من تفاقم الأزمة ويؤدي إلى تدهور سمعة المؤسسة.

المطلب الثالث:

توصيات لتحسين دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية

■ تقديم توصيات مبنية على الدراسات والتحليلات السابقة:

بناءً على دراسة الحالات السابقة وتحليل دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية، يمكن تقديم التوصيات التالية لتحسين استجابة المؤسسات للأزمات البيئية:

١. تطوير خطط استباقية لإدارة الأزمات :

يجب على المؤسسات وضع خطط شاملة لإدارة الأزمات البيئية تتضمن سيناريوهات متعددة لمواجهة الأزمات المحتملة. هذه الخطط يجب أن تشمل استراتيجيات التواصل الفعالة وتحديد فرق العمل المسؤولة عن إدارة الأزمات.

٢. تعزيز الشفافية في جميع مراحل الأزمة :

الشفافية ضرورية لبناء الثقة والحفاظ عليها. يجب على المؤسسات أن تكون صريحة بشأن حجم المشكلة والإجراءات التي يتم اتخاذها لحلها. تقديم المعلومات للجمهور في الوقت المناسب يمكن أن يقلل من التوتر ويمنع انتشار الشائعات.

٣. استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بفاعلية:

تعتبر وسائل التواصل الاجتماعي أداة فعالة للوصول إلى الجمهور بسرعة خلال الأزمات البيئية. ينبغي للمؤسسات الاستفادة منها في تقديم معلومات دقيقة والتفاعل مع الاستفسارات والانتقادات. كما يمكن استخدام المنصات الرقمية للتواصل مع المجتمعات المتضررة وتقديم المساعدة الفورية.

٤. تعزيز المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات :

المؤسسات التي تواجه أزمات بيئية يجب أن تركز على التزامها بالمسؤولية الاجتماعية من خلال تقديم دعم للمجتمعات المتضررة، وتعويض الأضرار الناجمة عن الأزمات، وتنفيذ برامج طويلة الأمد للتعافي البيئي.

٥. التدريب المستمر لفرق العلاقات العامة :

يجب على المؤسسات توفير تدريب مستمر لفرق العلاقات العامة على إدارة الأزمات البيئية، خاصةً فيما يتعلق بالتواصل الفعال واستخدام التكنولوجيا الحديثة. الاستثمار في تدريب هذه الفرق يمكن أن يسهم في تحسين الاستجابة السريعة وتقليل الأضرار الناجمة عن الأزمات.

٦. المراجعة المستمرة لخطط الطوارئ :

يجب على المؤسسات مراجعة وتحديث خطط الطوارئ بشكل منتظم للتأكد من أنها تتماشى مع التغيرات البيئية والتكنولوجية الحديثة. كما يجب إجراء تدريبات دورية لضمان جاهزية الفريق في حالة وقوع أزمة.

الخاتمة :

في ضوء ما تم استعراضه وتحليله في هذا البحث حول دور العلاقات العامة في إدارة الأزمات البيئية، يتضح أن العلاقات العامة تمثل أداة فعالة في التعامل مع الأزمات البيئية من خلال استراتيجيات متعددة تهدف إلى التواصل المستمر مع الجمهور، تعزيز الشفافية، وتحمل المسؤولية الاجتماعية. المؤسسات التي تدير أزماتها البيئية بفاعلية تحقق تأثيرات إيجابية على سمعتها واستدامتها، فضلاً عن تقليل الأضرار المحتملة على المجتمع والبيئة.

العلاقات العامة تلعب دوراً محورياً في الوقاية من الأزمات البيئية قبل حدوثها، وكذلك في التعامل معها عند وقوعها من خلال تقديم معلومات دقيقة وتوجيه رسائل شفافة للجمهور. وعلى الرغم من وجود تحديات كبيرة، إلا أن إدارة الأزمات البيئية بشكل جيد يساعد في تقليل الأضرار البيئية والبشرية وتحقيق توازن بين مصالح المؤسسة والبيئة.

أبرز النتائج:

١. أثبتت الدراسات والحالات العملية أن الشفافية تلعب دوراً محورياً في تعزيز ثقة الجمهور بالمؤسسات أثناء الأزمات البيئية، مما يساعد في تقليل الشائعات وزيادة الوعي بالإجراءات المتخذة.

٢. التواصل الفوري والفعال مع الجمهور وأصحاب المصلحة يعد من أهم عوامل نجاح إدارة الأزمات البيئية. وسائل التواصل الاجتماعي تعتبر من أهم الأدوات التي استخدمتها المؤسسات في الحالات الناجمة لإدارة الأزمات.

٣. تبني المؤسسات للمسؤولية الاجتماعية أثناء الأزمات البيئية، من خلال تقديم التعويضات والمساهمة في إصلاح الأضرار، يعزز من صورتها الإيجابية ويعيد بناء الثقة مع الجمهور.

٤. المؤسسات التي تعتمد على خطط استباقية مدروسة للتعامل مع الأزمات البيئية تكون أكثر قدرة على السيطرة على الأزمات وتقليل تأثيرها.

٥. الأزمات البيئية لا تقتصر على التأثيرات المحلية، بل يمكن أن تسبب توترات دولية كما هو الحال في الأزمات الناجمة عن التغير المناخي والهجرة البيئية.

التوصيات:

١. ينبغي على المؤسسات وضع خطط شاملة لإدارة الأزمات البيئية تشمل استراتيجيات اتصال واضحة وجاهزة للتنفيذ في حالة الطوارئ، مع مراعاة سرعة الاستجابة والشفافية.
٢. يجب على المؤسسات استخدام وسائل التواصل الاجتماعي كأداة رئيسية للتواصل مع الجمهور خلال الأزمات البيئية، مع الحرص على تقديم معلومات دقيقة وفي الوقت المناسب للتقليل من الشائعات والقلق.
٣. يجب على المؤسسات تكثيف جهودها لتحمل المسؤولية الاجتماعية أثناء الأزمات البيئية من خلال تقديم الدعم للمجتمعات المتضررة والمساهمة في إعادة تأهيل البيئة المتضررة.
٤. ينبغي أن تحرص المؤسسات على تقديم تدريب مستمر لفريق العلاقات العامة على إدارة الأزمات البيئية وكيفية التعامل مع وسائل الإعلام والجمهور بفاعلية خلال فترات الأزمات.
٥. على الدول والمؤسسات تعزيز التعاون الدولي لمواجهة الأزمات البيئية الكبرى مثل التغير المناخي، من خلال الاتفاقيات الدولية والاستراتيجيات المشتركة للحد من المخاطر البيئية على المستوى العالمي.

المراجع :

١. بن راشد، رشيد وبلحاج، حسنية (٢٠٢٠). "تاريخ تطور العلاقات العامة: الاستراتيجية في إدارة الأزمات". مجلة الحكمة للدراسات التاريخية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، المجلد ١، ص٢٧-٥١. <https://search.mandumah.com/Record/1289325>
٢. محمد، صباح أنور (٢٠١٩). "توظيف العلاقات العامة لتطبيقات الإعلام الرقمي في إدارة الأزمات المحلية: دراسة مسحية في الوزارات العراقية". مجلة الجامعة العراقية، العدد ٤٣، المجلد ٣، العراق: الجامعة العراقية - مركز البحوث والدراسات الإسلامية، ص٢٦٧-٢٩٢. <https://search.mandumah.com/Record/1078429>
٣. نصير، دعاء محمد (٢٠١٩). "العلاقات العامة الرقمية ودورها في إدارة الأزمات في الوزارات المصرية: دراسة تطبيقية". مجلة كلية الآداب، العدد ٩١، جامعة الزقازيق - كلية الآداب، ص٢٩٩-٣٣٣. <https://search.mandumah.com/Record/1124904>
٤. سليمان، إبراهيم إسماعيل (٢٠١٨). "دور إدارة العلاقات العامة في مواجهة الأزمات وأثرها علي المؤسسات الحكومية بمصر: دراسة تحليلية". مجلة كلية الآداب جامعة حلوان، العدد ٥٢، المجلد ١، مصر، ص٣٦٣-٤١٠. <https://search.mandumah.com/Record/912239>
٥. الشربيني، سهير وتوفيق، غادة مختار. (٢٠٢٤). "الانهيار البيئي: تحولات العلاقات الدولية للتغير المناخي". مجلة شؤون عربية، العدد ١٩٨، جامعة الدول العربية - الأمانة العامة، ص١٦٥-١٧٣. <https://search.mandumah.com/Record/1498090>
٦. إدريس، شادية عبدالله (٢٠٠٧). "دور العلاقات العامة في التوعية بقضايا البيئة : دراسة تطبيقية على البرنامج الإنمائي للأمم المتحدة بالسودان " UNDP في الفترة من ٢٠٠٣ - ٢٠٠٥ م " (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، السودان. <https://search.mandumah.com/Record/564629>
٧. محمد، أحمد إلياس الخضر. (٢٠١٧). "الصورة الذهنية في مجال العلاقات العامة: المفهوم، التشكيل والعوامل المؤثرة: دراسة وصفية". مجلة بحوث الاتصال، العدد ١، المجلد ١، جامعة

<https://search.mandumah.com/Record/886597>

٨. أبكر، سعاد آدم (٢٠١٠). "وظيفة العلاقات العامة في التوعية البيئية : دراسة تطبيقية على الجمعية السودانية لحماية البيئة" (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أم درمان الإسلامية، كلية الإعلام، السودان <https://search.mandumah.com/Record/565501> .

٩. الشمري، محمد مرضي مناور (٢٠٢١). "دور العلاقات العامة في توعية الجمهور من أخطار تلوث البيئة: دراسة وصفية بالتطبيق على شرطة البيئة". المجلة العربية للعلوم الاجتماعية، ١٩ (٢)، ٣٨-٩١ <https://search.mandumah.com/Record/1150958> .

١٠. حمدان، عبد العزيز محمد سعيد. (٢٠١٢). "دور العلاقات العامة في التوعية الصحية لمرضى السكري بالمملكة العربية السعودية: دراسة حالة الهيئة السعودية للديابيطس والغدد الصماء". المؤتمر العلمي الدولي الأول: التغير المناخي وآثاره على الصحة والبيئة. الرياض، المملكة العربية السعودية. متوفر على <https://search.mandumah.com/Record/564685> :

١١. المجالي، هبة عبدالرحيم (٢٠٢٢). "دور العلاقات العامة في توعية الجمهور من أخطار تلوث البيئة". المجلة العربية للنشر العلمي، ٤٧، ٣٣٢-٣٣٩ . <https://search.mandumah.com/Record/1436368>

١٢. كموش، مراد (٢٠٢١، يونيو). "العلاقات العامة الاستراتيجية من رصد البيئة إلى التخطيط لأفعال المنظمة". مجلة بحوث الاتصال، ٥ (٩)، ١٩٦-٢٠٩ . <https://search.mandumah.com/Record/1157207>

١٣. الأمين، كرم الله حسين ومحمد زين، منصور عثمان (٢٠١١). "دور العلاقات العامة في إنجاح حملات حماية البيئة ومنع التلوث: دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على وزارة البيئة والتنمية العمرانية الاتحادية بالسودان في الفترة من يناير ٢٠٠٨ - ديسمبر ٢٠٠٩ م". (رسالة ماجستير غير منشورة). جامعة أم درمان الإسلامية، السودان . <https://search.mandumah.com/Record/564685>

١٤. ضليحي، سوسن طه حسن (٢٠٢١). "استخدام الذكاء الاصطناعي في تطبيقات إدارة المعرفة للهيئة العامة للأرصاد وحماية البيئة في المملكة العربية السعودية". المجلة الدولية لعلوم المكتبات

. ١٢٧-٨٧

٨(٢)

والمعلومات,

<https://search.mandumah.com/Record/1167785>

١٥. غرونغ، جيمس (1976). "Situational Theory of Publics". Public Relations
Review.

المراجع

-المراجع العربية-

-المراجع الأجنبية-

الملاحق

-الاستبانة

Abstract الملخص

Midocean University

College of Management

Department of.....

Title in English

Prepared by:

Supervised by:

Year:2024