

## التوجه من الإعلام البيئي إلى الاتصال المسؤول في إطار التنمية المستدامة لدى المؤسسة الاقتصادية

أ.مهري امال

أ. مهري شفيقة

### ملخص:

تناولت هذه الدراسة النظرية التوجه من الإعلام البيئي كتوجه حديث لدى المؤسسة الاقتصادية، إلى الاتصال المسؤول الذي يعنى بنقل الاثار البيئية والمجتمعية من المؤسسة لمختلف الأطراف ذوي العلاقة بها، هذا التوجه الذي بدأ يعكس درجة من الوعي البيئي المؤسساتي بتطبيق منهج التنمية المستدامة لدى المؤسسات الاقتصادية في مختلف أنشطتها، خصوصا الوظيفة الاتصالية المؤسساتية التي بدأت ملامحها تتغير من الطابع التجاري البحت، الذي يهدف لتحقيق المنفعة الجامعة والربح للمؤسسة إلى الاتصال المسؤول لدى المؤسسة الذي يركز على الجانب الأخلاقي بتبني منهج التنمية المستدامة، فهو اتصال شامل يهدف لترقية حياة الإنسان والحفاظ عليها صحية وسليمة ومستدامة، ويعتبر كأهم الأدوات التي تساهم في إدراج المؤسسة في النسيج الاجتماعي للمجتمع من خلال إبراز دورها في حماية البيئة والمجتمع وحقوق الأجيال القادمة، فهو أداة تحقق للمؤسسة صورة مقبولة وشرعية اجتماعية تعزز تنافسيتها وبقائها، وضحنا من خلال هذه الدراسة النظرية مفهوم التنمية المستدامة وأهم ألياته لدى المؤسسة وكيفية تطبيقه كممارسة مؤسساتية تركز على الاتصال المسؤول الذي يحقق فعالية مؤسساتية.

### Résumé :

Cette étude théorique a traité l'orientation de l'information d'environnement en tant que récente étude accordée à la Société économique, vers une communication responsable qui s'occupe du transfert des impacts d'environnement et de communauté de l'entreprise aux diverses **parties prenantes**. Ce régime qui a commencé de refléter un degré de conscience environnemental institutionnel de l'application d'approche de développement durable dans les divers activités des institutions économiques, notamment la fonction de communication d'entreprise, qui a débuté un changement de caractère de commerce pur, vise à parvenir l'absolu bénéfique et revenu de l'institution vers la communication responsable qui se concentre sur l'aspect éthique adopté l'approche du développement durable, il

\* أ.مهري امال أستاذة مساعدة بجامعة سطيف 1 كلية العلوم الاقتصادية والتجارية قسم العلوم الاقتصادية دكتورا الطور الثالث

\*\* أ. مهري شفيقة أستاذة مساعدة بجامعة سطيف 2 كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال سنة أولى دكتوراه علوم  
mehrichafika@yahoo.fr

s'agit d'un contacte globale objectif pour promouvoir la vie humaine et de la maintenir saine, solide et durable. Il est parmi les outils les plus importants qui contribuent à l'intégration de l'institution dans le tissu social de la communauté en mettant en évidence son rôle dans la protection de l'environnement, la société et les droits des générations futures.

Dans le cadre de cette étude théorique, nous avons essayé d'orner la conception de la notion de développement durable et des mécanismes les plus importants de l'institution et comment l'appliquer pratiquement en basant sur la communication responsable, qui réalise l'efficacité institutionnelle.

### **Abstact :**

This theoretical study addressed to the orientation of the environmental information in the Economic institution, as a recent draws to responsible communication which means the transfer of environmental and societal impacts from the institution for the various stakeholders, this orientation began to reflect a degree of institutional environmental awareness ,to the application of sustainable development approach in various activities especially the institutional connectivity function which its features character began to change from purely commercial nature , which aims to achieve beneficial unbridled institution, «profit», to responsible communication which focuses on ethical side by adoption of sustainable development approach, this inclusive draws Communicational, aims to promote human life and maintain its healthy sound and sustainable , it's considered as a most important tools that contribute to the inclusion of the institution in the social fabric of society by highlighting its role in protecting the environment society and the rights of future generations, it's a tool achieve of the institution acceptable image and the legitimacy of social and its reinforce their competitiveness and survival ,through this theoretical study we explain the concept of sustainable development, and the most important mechanisms of applied in the institution practice, which based on the responsible communication who achieve institutional effectiveness.

إن ظهور الإعلام البيئي جاء كنتيجة للضغوط الاجتماعية والاقتصادية والسياسية على البيئة ومكوناتها وعناصرها، وانتشار الكوارث وحوادث التلوث البيئي والتغيرات المناخية والاحتباس الحراري، فبعد دق ناقوس الخطر من خلال الدراسات البيئية لحالة البيئة العالمية كتقرير نادي روما «حدود النمو» 1972، والتقارير البيئية المختلفة التي أنجزت على مستوى العالم منذ مطلع السبعينات من القرن الماضي، باتت الحاجة الملحة للوعي البيئي والتحرك نحو خدمة البيئة وقضاياها على المستوى العالمي لإنقاذ الأرض والحفاظ على حقوق الأجيال القادمة، فهذه الظروف والسياقات الاجتماعية والاقتصادية العالمية ولدت حاجة ملحة للمجتمعات للتعرف على الأخبار البيئية وشغف الاطلاع على تأثير هذه المشاكل البيئية أو بالأحرى الكوارث البيئية المتنامية التي تزحف لتتال من الأرض بكل ما فيها وتخل بسلامة النظام البيئي.

ظهر مصطلح الإعلام البيئي وأخذ هذا المصطلح بالتطور المتواتر في التعريف والمفهوم والاستخدام منذ سبعينات القرن الماضي، فبعدما كان نقلاً للخبر البيئي والإثارة الصحفية لمزيد من المبيعات، أصبح له سياسات وخطط ووظائف لتحقيق أهداف مختلفة، فكما للإعلام للحديث «الإعلام التنموي» دور في مساعدة الناس على تكوين رأي صائب في مضمون الواقع، أصبح الإعلام البيئي أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف للرسالة والمادة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة بما يساهم في تأصيل التنمية البيئية المستدامة<sup>1</sup>.

والإعلام البيئي هو إعلام متخصص يوجه رسالته ويوظفها في خدمة قضايا البيئة، مستخدماً في ذلك العديد من الوسائل والقنوات الاتصالية للوصول إلى الجمهور، وتزايدت الحاجة إليه في الآونة الأخيرة بالتزامن مع تعاظم الاهتمام الدولي بالبيئة، وظهور الكثير من المشكلات البيئية في كثير من دول العالم، فعند الحديث عن الإعلام البيئي لا يمكن أن نغفل نقطة أساسية تتمثل في الوعي البيئي الذي يعتبر من أهم المكونات الأساسية التي توجه السلوك البيئي الإيجابي لدى الفرد أو حتى المؤسسات ككيانات معنوية أو شخصيات اعتبارية، فالوعي هو نقطة التحول لإحداث التغيير في حماية البيئة لهذا فأهم هدف يركز عليه الإعلام البيئي هو خلق الوعي البيئي وتحفيزه للمشاركة الفعالة في مشاريع التنمية والبيئة للحفاظ على حقوق الأجيال القادمة والعيش في بيئة صحية وسليمة.

من خلال هذا المقال نستهدف التعرف على مفهوم الوعي البيئي لدى المؤسسة التي تعتبر كقطاع هام ومؤثر في حماية البيئة وتحقيق التنمية المستدامة عبر وظيفة الاتصال المسؤول تجاه مختلف الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة، فالوعي البيئي في المؤسسة يتجسد من خلال سلوك المؤسسة في إتباع خطة للإعلام البيئي والاتصال البيئي لنقل السياسة البيئية التي تطبقها المؤسسة عبر مختلف الوسائط الاتصالية، ومن خلال رصد التراث المعرفي في هذا المجال فالإعلام البيئي بدأ يتطور لدى المؤسسة بالانتقال من وظيفة الإعلام التي تتضمن نقل معلومات بيئية عن نشاط المؤسسة ومنتجاتها إلى اتصال بيئي شامل أو ما يسمى بالاتصال المسؤول الذي يعكس عملية تفاعل ومشاركة بين المؤسسة وجميع الأطراف

ذوي العلاقة بها سواء في محيط المؤسسة الداخلي أو محيط المؤسسة الخارجي "كالعمال ، المستهلكين ، الموردين ، المساهمين ، ومنظمات المجتمع المدني".

فالتطبيق الفعال للسياسة البيئية في المؤسسة الاقتصادية يتطلب عملية اتصالية تشاركية تفاعلية لتحقيق الالتزام الفعال بمنهج التنمية المستدامة ، هذا المفهوم الذي أصبح من أهم التحديات التي تواجه المؤسسات الاقتصادية، خصوصا بعد اتهامها بأنها المتهم رقم واحد فيها ألت إليه البيئة من دمار واستنزاف للموارد الطبيعية، فبعد ظهور مفهوم التنمية المستدامة في تقرير برونتلاند<sup>(\*)</sup> «تقرير مستقبلنا المشترك سنة 1987»، بدأ هذا المفهوم في الانتشار على مستوى الدول، حيث خصصت استراتيجيات لتطبيق التنمية المستدامة في اقتصادياتها، وذلك بالاعتماد على محاور الأجندة 21<sup>(\*)</sup>.

ثم انتشر هذا المفهوم على مستوى المؤسسات الاقتصادية، التي تعتبر من أهم الأطراف الفاعلة في تحقيق التنمية المستدامة، وهنا نخص بالذكر المؤسسات الاقتصادية ذات الطابع الصناعي التي تحدث نشاطاتها الصناعية أثار ضارة بالبيئة والمجتمع، ومع تنامي الوعي بمسؤوليات مختلف الأطراف تجاه حماية البيئة، بدأت المؤسسات الاقتصادية تتوجه لتطبيق التنمية المستدامة، بعدما كانت تحدث أضرار بيئية أثناء القيام بأنشطتها، أصبحت تدمج التنمية المستدامة بمختلف أبعادها في أنشطتها من خلال التزامها بإجراءات تطبيق التنمية المستدامة بمختلف أبعادها الاقتصادية، الاجتماعية، والبيئية.

و يتحدد مدى وعي المؤسسة بتطبيق التنمية المستدامة، من خلال سلوكها البيئي فسلوكيات المؤسسة البيئية قد تكون دفاعية، حيث يتجسد الهدف الوحيد لهذا السلوك في تحقيق الربح دون مراعاة البيئة، إذ تنظر المؤسسة للاستثمارات البيئية على أنها تكلفة غير مفيدة، ويجب تجنبها لتعارضها مع مصلحتها الاقتصادية، وهو السلوك السائد لدى أغلب المؤسسات الاقتصادية الصناعية حسب مختلف الدراسات في هذا المجال، كما يوجد سلوك بيئي مساير يتجسد من خلال الامتثال والالتزام بالمعايير التي تفرضها التشريعات البيئية فقط، أما النمط الذي يكاد يكون غائب فهو « السلوك الواعي »، فعدد المؤسسات التي تنتهج هذا السلوك قليل، عادة ما يهدف هذا السلوك إلى تحقيق أهداف بيئية من خلال الالتزام الطوعي الواعي والمسؤول، وذلك من منطلق قيم اجتماعية وثقافية سائدة وليس من وجهة نظر قانونية، حيث تصبح المعطيات البيئية في هذا السلوك جزءا أساسيا من استراتيجية المؤسسة.<sup>iii</sup>

فالسلوك الواعي لدى المؤسسة ينطلق من فكرة الوعي البيئي واحترام البيئة أولا قبل الإنسان كمبدأ خلقي، ويعرف الوعي البيئي: على أنه إدراك الفرد لدوره في مواجهة المشكلات البيئية، وهو أيضا مساعدة الفئات الاجتماعية على اكتساب الوعي بالبيئة ومشكلاتها من حيث أسبابها ووسائل حلها<sup>iv</sup>، والوعي البيئي نوعان:

أ - **الوعي الوقائي**: هو الذي يمنع حدوث المشكلة البيئية.

ب- **الوعي العلاجي**: هو الذي يواجه به الفرد المشكلات البيئية الناتجة عن سوء استخدامه لعناصر البيئة المختلفة<sup>v</sup>.

والوعي البيئي لدى المؤسسة يتجسد في إدراك دور المؤسسة في تقليل الأثار البيئية الضارة على البيئة والمجتمع من خلال إعداد دراسة التأثير على البيئة Etude d'impact، والتقييم المستمر لدرجة المخاطر البيئية والتقليل من أثرها والالتزام

بمسؤوليتها تجاه مختلف الأطراف ذوي العلاقة بها، أي الأطراف الذين يتأثرون بنشاطات المؤسسة والتحاور معهم والاستجابة لانشغالهم.

فدرجة الوعي المؤسسي لدى المؤسسة بعلاقتها بالبيئة أدى إلى ظهور مختصين في مجالات الاتصال والتنمية المستدامة على مستوى المؤسسات الاقتصادية الغربية، وظهر مخابر بحث تماشى مع هذه التوجهات البحثية الجديدة، لذا فتطور المؤسسات في الوقت الراهن أصبح مرهون بتحديات الاتصال المسؤول والوعي البيئي كمفهوم يتطلب ممارسة واقعية لدى المؤسسات في أنشطتها الإعلامية الاتصالية وسلوكياتها البيئية، لذا سوف نتعرف في هذا المقال على كيفية تطبيق وتجسيد التنمية المستدامة لدى المؤسسة كمنهج وأهم آليات تطبيقها في أنشطة المؤسسة في الشق الأول من المقال، ثم سوف نتطرق إلى كيفية تطبيق سياسة الاتصال المسؤول حول منهج التنمية في الممارسات الاتصالية للمؤسسة من خلال الإعلام البيئي الموجه لكل الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة الذين يعتبرون جمهور الرسالة الاتصالية البيئية أو الرسالة الاتصالية المسؤولة .

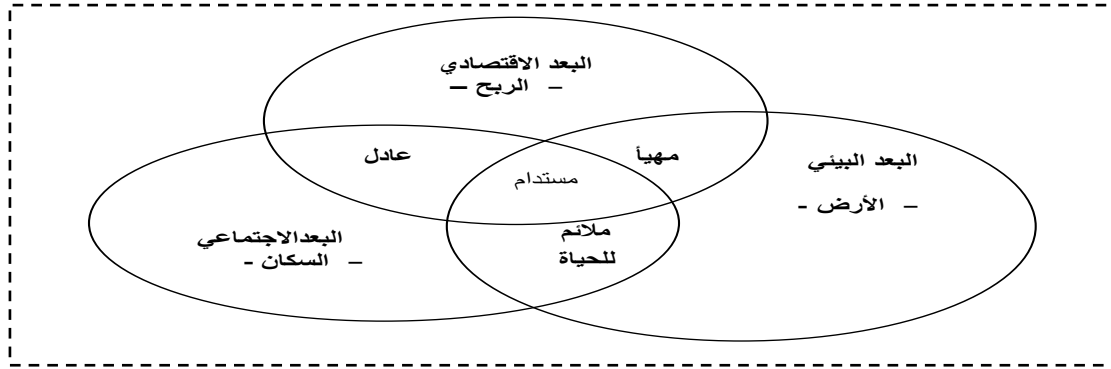
**أهداف الدراسة:** استهدفنا من خلال هذا المقال تحقيق جملة من الأهداف والتي يمكن حصرها فيما يلي:

- التعرف على مفهوم التنمية المستدامة وآليات تطبيقه كمنهج مؤسسي في المؤسسة الاقتصادية المستدامة.  
- التعرف على الوعي البيئي لدى المؤسسات الذي انتقل من عملية الإعلام البيئي إلى عملية اتصال مسؤول يتلاءم ومتطلبات التواصل حول منهج التنمية المستدامة وتطبيقاته لدى المؤسسات الاقتصادية من خلال آليات معينة سوف نتعرف عليها في هذا المقال

- التعرف على الاتصال المسؤول كمنهج اتصالي مؤسسي يهدف إلى تحقيق المسؤولية الاجتماعية وتحقيق التقارب والتواصل مع الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة لتحقيق التموقع الإستراتيجي للمؤسسة الاقتصادية.

### 1- مفهوم التنمية المستدامة أبعادها وأهدافها:

يعتبر مفهوم التنمية المستدامة مفهوم واسع التداول فلم يعد المشكل في غياب التعاريف، بل في تعددها ووجهة نظرها فقد عرفت " بالتنمية المتجددة والقابلة للاستمرار"، التنمية التي لا تتعارض مع البيئة، والتنمية التي تضع نهاية لعقلية لا نهائية الموارد الطبيعية وغير الطبيعية، غير أن هذه التعاريف تفتقد للمرجعية لذا سنركز على التعاريف التي تتسم بالمرجعية. فأشهر تعريف للتنمية المستدامة هو تعريف جروهاليم برونتلاند، إذ يعتبر تعريفها المرجع المعتمد في أغلب الدراسات حيث عرفتها: "على أنها التنمية التي تلي احتياجات الحاضر دون الإخلال بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها"<sup>vi</sup>. ويعرفها الاتحاد العالمي للحفاظ على للطبيعة "على أنها التنمية التي تأخذ بعين الاعتبار البيئة الاقتصاد والمجتمع"<sup>vii</sup>. من خلال هذا التعريف فمفهوم التنمية المستدامة يركز على ثلاثة أبعاد أساسية متكاملة ومتداخلة والشكل البياني التالي يوضح ذلك



شكل بياني رقم: ( 01 ) الأبعاد الأساسية للتنمية المستدامة

source<sup>8</sup>: Christian Brodhag, colloque INaise, **Le développement durable** « international association of investors in social economy » Mullouse 23 mai 2002. page 11

يتضح من المخطط التالي أن أبعاد التنمية المستدامة هي ثلاثة أبعاد أساسية متكاملة ومتفاعلة، وتتجسد في البعد البيئي وكل ما يتعلق بحماية البيئة، والبعد الاقتصادي وما يتعلق بتحقيق النمو الاقتصادي، وأخيرا البعد الاجتماعي وكل ما يتعلق بتحقيق العدالة الاجتماعية إذن يمكن التعبير عن أبعاد التنمية المستدامة بالمعادلة التالية : **نمو اقتصادي + حماية البيئة + عدالة اجتماعية = تنمية مستدامة**

**أهداف التنمية المستدامة** : تسعى التنمية المستدامة من خلال آلياتها ومحتواها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي:

- أ- تحقيق نوعية حياة أفضل للسكان: تحاول التنمية المستدامة من خلال عمليات التخطيط وتنفيذ السياسات التنموية لتحسين نوعية حياة السكان في المجتمع اقتصاديا واجتماعيا ونفسيا وروحيا، عن طريق التركيز على الجوانب النوعية للنمو لا على الجوانب الكمية للنمو وتكون هذه التنمية بشكل عادل ومقبول وديمقراطي .
- ب- احترام البيئة الطبيعية : التنمية المستدامة تركز على العلاقة بين نشاطات السكان والبيئة، وتتعامل مع النظم البيئية ومحتواها على أساس أنها حياة الإنسان ، إنها ببساطة تنمية تستوعب العلاقة الحساسة بين البيئة الطبيعية والبيئة المبنية
- ج- تعزيز وعي السكان بالمشكلات البيئية القائمة : من خلال تنمية إحساسهم بالمسؤولية تجاهها، وحثهم على المشاركة الفاعلة في إيجاد حلول مناسبة لها من خلال مشاركتهم في إعداد وتنفيذ ومتابعة وتقييم برامج ومشاريع التنمية المستدامة .

د- تحقيق استغلال واستخدام عقلاني للموارد :

تتعامل التنمية المستدامة مع الموارد الطبيعية على أنها موارد محدودة ، لذلك تحول دون استنزافها أو تدميرها

**هـ- ربط التكنولوجيا الحديثة بأهداف المجتمع:** تحاول التنمية المستدامة توظيف التكنولوجيا الحديثة بما يخدم أهداف المجتمع ، من خلال توعية السكان بأهمية التقنيات المختلفة في المجال التنموي ، وكيفية استخدامها في تحسين نوعية حياة المجتمع .

**و- إحداث تغيير مستمر ومناسب في حاجات وأولويات المجتمع:** وبطريقة تلائم إمكانيته وتسمح بتحقيق التوازن الذي يفعل التنمية الاقتصادية مع السيطرة على جميع المشكلات البيئية ووضع الحلول المناسبة لها .<sup>10</sup>

## 2- التنمية المستدامة كرهان جديد في المؤسسة الاقتصادية:

بعد تعرفنا على مفهوم التنمية المستدامة من حيث المفهوم الأبعاد والأهداف سوف نتعرف على التنمية المستدامة كرهان في المؤسسة، حيث يعتقد الكثير من الباحثين في هذا المجال أن انتهاج التنمية المستدامة في ظل الصعوبات الاقتصادية لا يعتبر خيار من بين الخيارات المطروحة أمام المؤسسات الاقتصادية بل هي خيار ابعده من ذلك فهو غير مفروض عليها إلا أن اختيار انتهاجه من طرف المؤسسات يمنحها جملة من الامتيازات، شريطة أن يستطيع صاحب المؤسسة الاستفادة من الفرص التي قد يمنحها له هذا الخيار، إن انتهاج التنمية المستدامة بالنسبة للمؤسسة الاقتصادية يعتبر بالنسبة للمؤسسة أحد الوسائل التي تسمح لها بإعادة تحديد استراتيجياتها الطويلة المدى ويعتبر أيضا أحد الوسائل التي تحسن تنافسيتها على المدى القصير والمتوسط . فوفقا لدراسة أجريت في فرنسا شهر مارس 2003 في 06 دول أوروبية<sup>11</sup> ، فإن العينة التي أجريت معها الدراسة ترى أن للتنمية المستدامة جملة من الانعكاسات الإيجابية لدى المؤسسة ولعل أهمها :

14% من العينة ترى أن المؤسسة التي تنتهج التنمية المستدامة تكون لديها القدرة على استقطاب يد عاملة مؤهلة قصد توظيفها .

27% يرون أنها تساعدهم على تحسين علاقاتهم بأصحاب رؤوس الأموال ، "المستثمرين ، المالكين "

33% يرون أنها أداة من أدوات تحفيز العمال .

47% يرون أنها تساعد على تحسين العلاقة مع الحركات الجمعوية ومع المنظمات الغير حكومية .

56% يرون أنها تساعد على تحسين العلاقة مع السلطات العمومية ومع الجماعات المحلية .

92% يرون أنها تساعد على تحسين صورة المؤسسة أمام المستهلكين .

ومن بين الممارسات الحسنة التي تساعد على انتهاج التنمية المستدامة :

- التقييم الدوري والدائم لاحتياجات العمال من الدورات التكوينية لفائدة كامل عمال المؤسسة.

- تشجيع ومكافأة كل عمليات الإبداع من داخل المؤسسة واكتساب حقوق ملكية العمليات الإبداعية والحصول على شهادتها .

- و يمكننا تلخيص فوائد توجه المؤسسة الاقتصادية لمنهج التنمية المستدامة في العناصر التالية :



**-التنمية المستدامة عامل من عوامل بقاء المؤسسة :** تسعى بعض المؤسسات مهما كان شكلها إلى الاهتمام بتطبيق سياسة التنمية المستدامة ، وذلك عندما تحاول جاهدة ضمان بقائها في ظل بيئة ومحيط متقلب، ويكون ذلك بمحاولة الاحتفاظ بنفس أصحاب الملكية وعدم اللجوء إلى الاستدانة الفائقة عن اللزوم، أو الاعتماد على التمويل الذاتي بتطبيق سياسة للتنمية المستدامة ، ومن بين العوامل التي يجب على المؤسسة الاهتمام بها والتي من شأنها أن تحقق بقاءها ما يلي :<sup>12</sup>

- الاقتصاد في استهلاك الطاقة وللموارد الطبيعية

- التوفيق بين الأداء الاقتصادي وتلبية رغبات وتطلعات المجتمع والأداء البيئي و الاجتماعي .

**- تقوية وتدعيم الدعم الاجتماعي :** إن الدور الاجتماعي للمؤسسة يلزمها بأن تتحمل مسؤولياتها الاجتماعية للمساهمة في الحياة الاجتماعية، ونتيجة للطلب المتزايد فإن المؤسسات يجب أن تعقد علاقات وطيدة بين كل الفاعلين المحليين ، بالإضافة إلى مساهمتها في التنمية الاقتصادية ، فهي مطالبة بتحسين مستوى المعيشة وبلعب دور ديناميكي في الحياة المجتمعية المحلية ، فهي بذلك مكان للاندماج الاجتماعي .

**-الحوار مع الأطراف ذوي العلاقة:** إن أهم ما يلاحظ على المؤسسات أنها لا تعطي لعمليات الاتصال الاهتمام الكافي فهناك نوع من التقصير من جانبها في هذا المجال ، فهي بذلك لا يمكنها التعرف على مدى الاهتمام الذي يخص به الغير للمؤسسة ، حيث إن ممارسة التنمية المستدامة على مستوى المؤسسات تتطلب الاتصال بإشراك الأطراف ذوي العلاقة في هذه العملية وهم كل الأشخاص و الجهات التي تربطها بالمؤسسة مصلحة سواء كان بشكل مباشر أو غير مباشر وينتظرون من المؤسسة أسلوب جديد في الاتصال من خلال الشفافية في الاتصال .

**- تلبية الرغبات والمتطلبات المتزايدة للمستهلكين والعمال:** من بين أهم الصعوبات التي تعاني منها المؤسسات الاقتصادية والخاصة بمواردها البشرية هي أنها لا تستطيع اختيار أفرادها والحصول على وفائهم، " ففي استطلاع للرأي أجري في فرنسا سنة 2003 هناك 83% من الفرنسيين يرون أنه على المؤسسة أن تهتم بعمالها وأنه عليها واجبات تجاههم وأن هذه الواجبات تأتي قبل التزاماتها تجاه الزبائن، في استطلاع آخر للرأي حوالي 61% يرون أن دور المؤسسة ليس اقتصادي فقط بل يجب أن يكون أيضا دور جوارى وتضامني .<sup>13</sup>

### 3- آليات تطبيق التنمية المستدامة في المؤسسة :

لتطبيق سياسة التنمية المستدامة على مستوى المؤسسة الاقتصادية توجد العديد من الآليات التي تحقق بها المؤسسة هذا التوجه ومن أهم الآليات التي سوف نتناولها في هذا العنصر ما يلي :

#### 3-1- المعايير و المواصفات القياسية المتعلقة بالتنمية المستدامة :



لا يوجد لحد الساعة معيار موحد يشمل كيفية إدارة التنمية المستدامة كما لا توجد مواصفات قياسية يمكن من خلالها الحصول على شهادات مخصصة للتنمية المستدامة، فما هو موجود لا يشمل إلا أجزاء من رهانات التنمية المستدامة وأهم هذه المعايير تتمثل في :

-المواصفة إيزو 14001: التي تصف نظام إدارة البيئة و الذي من خلاله يمكن تأكيد و إثبات أن المؤسسة تمارس نشاطها وفق ما هو منصوص عليه قانونا و أنها تحترم البيئة و تحافظ عليها.

-نظام إدارة الجودة: ISO 9001 " 2000 "

هو نظام يهدف إلى تحسين أسلوب الإدارة في سبيل تحقيق جودة ذات مستوى عال، تستطيع من خلالها المؤسسة أن تنظم عملياتها وتدير مواردها كي تحقق الجودة وتحسنها بشكل اقتصادي في كافة الأنشطة التي تقوم بها.

- نظام الصحة والسلامة المهنية-BS OHSAS 18001:2007

و هو نظام إدارة الصحة والسلامة المهنية يحدد المتطلبات التي يجب توافرها في أي نظام لإدارة الصحة والسلامة المهنية، لتمكين الجهات المطبقة لهذا النظام من التحكم في المخاطر المتصلة بالصحة والسلامة المهنية وتحسين أدائها. المواصفات القياسية SA 8000 : و التي تخص الجانب الاجتماعي و الذي يصف نظام الإدارة المسؤول اجتماعيا.<sup>14</sup>

-المواصفة القياسية المستقبلية حول المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إيزو 26000:

و هي مبادرة تقوم منظمة الإيزو بوضعها و تطويرها و الهدف من ورائها هو " توفير الإرشاد و التوجيه حول المسؤولية الاجتماعية "، و من المرتقب أن يتم إصدار هذه المواصفة بشكل رسمي في شهر ديسمبر من سنة 2008.<sup>15</sup>

من خلال تصنيف أبعاد هذه المعايير يتضح لنا أنها تجسد أجزاء محددة فقط من التنمية المستدامة، وتجدد الإشارة إلى أن المواصفات التي تحقق البعد الاقتصادي للتنمية المستدامة تتجسد في مواصفة الإيزو 9001، أما مواصفة الإيزو 14001، فهي تتعلق بالبعد البيئي للتنمية المستدامة، في حين تجسد المواصفة OHSAS18001 التي تتعلق بالصحة والسلامة المهنية البعد الاجتماعي للتنمية المستدامة .

وفيما يلي سوف نقدم عرض مختصر لأهم المعايير التي تساهم في تحقيق التنمية المستدامة في المؤسسات الاقتصادية، المتمثلة في نظم إدارة البيئة من خلال المواصفة إيزو 14001، والمواصفة إيزو 26000 حول المسؤولية الاجتماعية.

- نظم إدارة البيئة وسلسلة الإيزو14001:

تعتبر المواصفة إيزو 14001 من أهم المواصفات وأكثرها شيوعا ضمن مجموعة الإيزو 14000، حيث بلغ عدد المؤسسات في العالم حتى عام 2000 حوالي 22897 مؤسسة في 98 دولة معظمها مؤسسات أوروبية بنسبة

48%، وتشتمل هذه المواصفة القياسية على المكونات الأساسية لنظام الإدارة البيئية داخل المؤسسة، ويبدأ هذا النظام من التزام الإدارة العليا للمؤسسة بإدخال البعد البيئي في أساليب إدارة أنشطتها من خلال سياسة مكتوبة ومعلنة داخل المؤسسة وخارجها، ويشمل برنامج الإدارة البيئية جميع العمليات والأنشطة والإجراءات التي يتم تطبيقها للحد من التأثيرات السلبية لنشاط المؤسسة على البيئة، وتحديد المسؤوليات داخل الهيكل التنظيمي للمؤسسة.<sup>16</sup> يحقق تطبيق هذه المواصفة للمؤسسة عدة امتيازات فوفق المسح الذي أجرته إحدى الهيئات الدولية المتخصصة في مجال البيئة لمجموعة من المؤسسات التي طبقت نظام الإيزو 14000، أن كافة هذه المؤسسات قد استفادت بشكل فعلي من تطبيق نظام إدارة البيئة ومن نتائج هذه الدراسة ما يلي :

65% من المؤسسات حسنت سمعتها

61% استفادة ماديًا وبشكل مباشر.

40% حسنت علاقاتها مع الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة .

28%. حصلت على ميزة إيجابية مقابل المنافسين.

23% ساهمت الشهادة في الإبقاء على المؤسسة من الانهيار

12%. حسنت ظروف العمل لديهم.

قد تكون بعض المؤسسات معتادة على التعامل مع القضايا البيئية بشكل فردي مثل تطبيق ضبط الانبعاثات والتلوث الضوضائي، ومع ذلك فإن الفوائد التي قد تتحقق من تطبيق شامل لنظام إدارة بيئي تفوق بكثير الفوائد المحدودة التي تجنيها المؤسسات من تنفيذ بعض التطبيقات البيئية منعزلة.<sup>17</sup>

و بالتالي فإن حصول المؤسسة على شهادة المطابقة وفق المواصفات العالمية لإدارة البيئة إيزو 14000 و التزامها بالتطبيق المستمر لهذه المواصفات من شأنه تحسين علاقة المؤسسة بالبيئة، وتقليل الأثار البيئية الناتجة عن ممارسة النشاط الإنتاجي وبهذا تسهم المؤسسة في تحقيق البعد البيئي للتنمية المستدامة .

### المواصفة الدولية: إيزو 26000

تم نشر هذه المواصفة في نوفمبر 2010 وتختص هذه المواصفة بالمسؤولية الاجتماعية، وهي تعبر عن اختصار RSE، "المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات"، وتتحدد المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات إزاء تأثير قراراتها وأنشطتها على المجتمع والبيئة، حيث تترجم هذه المسؤولية بسلوك أخلاقي وشفاف يساهم في تحقيق التنمية المستدامة ويتفهم حالة المجتمع وصحته، حيث تأخذ المؤسسة في حسابها توقعات الأطراف ذوي العلاقة كما تحترم القوانين السارية المفعل، وتكون ملتزمة مع المعايير الدولية في سلوكياتها .

وتعرف المواصفة إيزو 26000 على أنها : "شكل جديد للمراقبة الاجتماعية، وهي أداة مهمة لتنظيم وتحقيق المسؤولية الاجتماعية".

تدمج المؤسسات الرهانات التي تتعلق بالمسؤولية الاجتماعية في نشاطاتها وعلاقاتها كما يلي:

**الرهانات البيئية:** تشمل التغير المناخي، انبعاث الغازات الدفيئة، تلوث الهواء، والماء، والتنوع البيولوجي.

**الرهانات الاجتماعية:** وتعلق بشروط العمل، الحالة الجيدة للعمال صحيا، التكوين، الأجور.

**الرهانات المجتمعية:** تنبثق عن قضايا المجتمع ، مثل احترام الأشخاص، عرض التنوع، مكافحة الأنماط الجامدة تقديم أنشطة لمساعدة الأشخاص الذين يعانون من صعوبات، أنشطة الرعاية<sup>18</sup>.

### 3-2 تبني تكنولوجيات الإنتاج النظيف كآلية لتحقيق التنمية المستدامة:

نشأت تقنية الإنتاج الأنظف كإحدى تكنولوجيات الإنتاج المطورة لتقليل الأثر على البيئة في الولايات المتحدة الأمريكية وعدد من دول أوروبا في ثمانينات القرن الماضي، وفعليا في وحدة الصناعة والبيئة التابعة لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة، ومضمونها هو إيجاد فرص للصناعة والمنتجين الرئيسيين لتحقيق مكاسب مالية من وراء التحسينات البيئية، ويعد الإنتاج الأنظف طريقا عمليا لتطبيق التنمية المستدامة فهو خطوة وقائية متقدمة من إدارة النفايات أو المعالجة عند نهاية الأنبوب، ذلك أنه يعالج المشكلة من الأصل بمسبباتها وليس بأعراضها فهو كما عرفه برنامج الأمم المتحدة للبيئة ، تطبيق متواصل لاستراتيجية بيئية وقائية متكاملة العمليات والمنتجات من أجل تقليل المخاطر المتصلة بالإنسان والبيئة.<sup>19</sup>

الإنتاج الأنظف يهتم بكل من العملية الإنتاجية بحد ذاتها كما يهتم من ناحية أخرى بالمنتجات ففيما يتعلق بعمليات الإنتاج فهي تختص بالحفاظ على المواد الخام والطاقة واستبعاد المواد الخام السامة ، وتقليل كافة الانبعاثات والنفايات الناتجة كما وكيفا. فهذه الآلية تحقق عدة مكاسب للمؤسسة ، فهي تسهم في زيادة أرباحها بزيادة الإنتاج ، دون إلحاق الضرر بالبيئة المحيطة ، فالبعد البيئي هو بعد أساسي في تكنولوجيات الإنتاج النظيف لذا تعتبر من أهم الآليات لتطبيق التنمية المستدامة ، خصوصا لدى المؤسسات الاقتصادية الصناعية.

### 3-3 تسيير النفايات كآلية لتحقيق التنمية المستدامة :

إن أحد التحديات التي تواجه المؤسسات الإنتاجية في الوقت الحاضر هو ازدياد كمية النفايات والمخلفات وبالتالي وجب على المؤسسة أن تبحث عن حلول، وبدائل قصد التقليل من النفايات أو التخلص النهائي منها ومن هذا المنطلق ظهرت فكرة إدارة وتسيير النفايات والتي تعني استخدام مجموعة من الطرق أو التقنيات من أجل الحد من الآثار السلبية الناجمة عن النفايات بصورها المختلفة ، صلبة ، سائلة ، أو غازية.<sup>20</sup>

وفي إطار تسيير النفايات ظهر مفهوم يعمل على تحقيق الاستدامة بطريقة رشيدة في تسيير النفايات وهو مفهوم "القواعد الذهبية الأربعة R4".

الشكل البياني رقم 02: يوضح القاعدة الذهبية لتسيير النفايات



المصدر: من إعداد الباحثة

- القواعد الذهبية الأربعة R4، وهي 4 طرق تتبع لتسيير النفايات مهما كان نوعها "طبية ، صلبة ، سائلة.....".<sup>21</sup> وهي كما يلي:
  - **التخفيض من النفايات وتقليلها Réduction** : والمقصود هنا هو تقليل المواد الخام المستخدمة وينتج عن ذلك تقليل النفايات ويتم ذلك باستخدام مواد خام تنتج نفايات أقل ، أو عن طريق الحد من المواد المستخدمة في عمليات التعبئة والتغليف كمواد البلاستيك والورق.
  - **إعادة استخدام النفايات Reuse** : على سبيل المثال لا الحصر فإن إعادة استخدام المياه العادية المنزلية المعالجة في الزراعة والصناعة ، تؤدي إلى ترشيد استهلاك المياه والحد من الاستخراج الجائر من المياه الجوفية.
  - **الاسترجاع Recovery** : ويقصد بذلك التخلص الآمن من النفايات الخطيرة، سواء كانت صلبة أو سائلة ونفايات طبية بحرقها تحت ظروف تشغيل معينة مثل درجة حرارة ومدة الحرق، من أجل ضمان حماية البيئة من كل النفايات الصلبة والسائلة والغازية التي لا يمكن الاستفادة منها ، ويجب التخلص منها بما يتوافق مع المعايير البيئية وبالطرق الملائمة عن طريق الحرق في أماكن مغلقة ، وتحت ظروف معينة مثلاً درجة حرارة ومدة احتراق معينة وذلك للتحكم في الانبعاثات ومدى مطابقتها لقوانين البيئة "، وتمتيز هذه الطريقة بالتخلص الآمن من 90% من المواد الصلبة، وتحويلها إلى طاقة حرارية تستخدم لتوليد البخار أو الطاقة الكهربائية، أو إنتاج طاقة حرارية.
  - **التدوير أو الرسكلة Reecycling** : هي طريقة لاسترجاع المواد النافعة من النفايات بحيث يتم فصل هذه المواد ومعالجتها ثم إعادة تصنيعها أي تصبح هذه النفايات كمادة خام " مادة أولية " لصناعة منتج جديد ومن أكثر النفايات التي يمكن الاستفادة منها في عملية التدوير هي : البلاستيك ، الورق ، الكرتون ..... وتعتبر أفضل طريقة لإعادة التدوير في الفصل من المنبع بحيث تقوم المؤسسات الصناعية بوضع كل نوع من أنواع النفايات في حاويات خاصة ، وذلك بالتعاون مع بلديات أو مؤسسات خاصة تستثمر في إعادة تدوير النفايات ففي الولايات المتحدة الأمريكية توجد مؤسسات مختصة بإعادة القارورات الزجاجية والعلب البلاستيكية ، هذه المؤسسات المتخصصة تتعاقد مع المؤسسات المنتجة للنفايات وتقوم بنصب مكائن في الأماكن العامة حيث يقوم الأفراد بوضع القارورات أو العلب في تلك المكائن التي تقوم بدورها بفرز كل صنف على حدى واستبعاد المواد المعادة لأكثر من مرة.<sup>22</sup>
- 3-4-العلامات البيئية كآلية لتحقيق التنمية المستدامة في المؤسسة:**

من أجل إيصال المعلومات إلى الزبائن بأن المنتجات التي يشترونها أخذت بعين الاعتبار معايير بيئية واجتماعية، أي أنتجت في ظروف عمل سليمة وأنها استوعبت الاهتمامات البيئية بشكل متزايد فنجد ، هناك عدة تصنيفات تستخدم في هذا المجال متمثلة في:

**البطاقة البيئية من صنف ISO14024** الخاصة بالمبادئ وطرق الإعلام البيئي لنظام الإدارة البيئية **ISO14000** علما أنها مصنوعة من مادة ورقية أو قماش ملصقة وتحمل مجموعة من الكلمات أو الرموز تسمح بنقل معلومات معينة، مثل الخصائص المميزة للمنتج وكيفية الاستعمال<sup>23</sup> حيث تسعى المؤسسات لتفعيل الاتصال الأخضر إلى تمييز منتجاتها، أو تقديمها بشكل يتناسب مع المزايا والفوائد، ضمن هذا المجال تلجأ هذه المنظمات إلى وضع علامات أو أشكال على أغلفة منتجاتها تؤكد بأن هذه المنتجات بيئية.

#### 4- الاتصال البيئي كتوجه حديث للاتصال المسؤول في المؤسسة الاقتصادية تجاه الأطراف ذوي العلاقة:

يعرف الاتصال البيئي على أنه: "الاستعمال الاستراتيجي والمخطط للعمليات و الأنشطة الاتصالية ، ومخرجات وسائل الإعلام من أجل النقل الفعال للسياسة البيئية الموضوعية لمشاركة الجمهور في وضع المشاريع الموجهة نحو الاستدامة البيئية".<sup>24</sup>

وهو كذلك "الاستعمال الاستراتيجي للتقنيات الإعلامية من أجل تدعيم السياسات والمشاريع البيئية وترقيتها، كما يعد نشاطا إسهاميا يهدف إلى إشراك كل الأطراف المعنية، بالعمل بدقة وجدية اتجاه المجموعات موضوع التوعية، وهو تهذيب وتشجيع سلوكيات العمل البيئي من طرف الأفراد، وذلك بمساندة تلك المشاريع وتشجيع المشاركة فيها"<sup>25</sup>.

كما أنه المحرك الأساسي للعمل البيئي، وقاعدة أساسية للنجاح في التقليل من المخاطر التي تهدد البيئة، وهو الاتصال المعني بالرسالة والمضمون البيئي سواء كان معلومات أو آراء ، ويكون هدفه الأساسي هو التعامل الإيجابي مع البيئة من أجل حمايتها والعمل على إيجاد الحلول لمشكلاتها ، وهو العامل الأساسي للعمل البيئي والتوعية والتحسيس البيئي، من خلال اعتماد أنشطة اتصالية يمكن أن تحدث التغيير في المعارف الآراء، الاتجاهات، والسلوكيات التي لها علاقة مباشرة بالبيئة.

تطرقنا لتحديد مفهوم الاتصال البيئي لأنه يدخل ضمن السياسة الاتصالية البيئية للمؤسسة من خلال التوعية والتحسيس البيئي على مستوى الاتصال الداخلي للمؤسسة ، وعلى مستوى الاتصال البيئي الخارجي الذي تستعمله المؤسسة في الإفصاح عن أدائها البيئي تجاه مختلف الأطراف ذوي العلاقة بها.

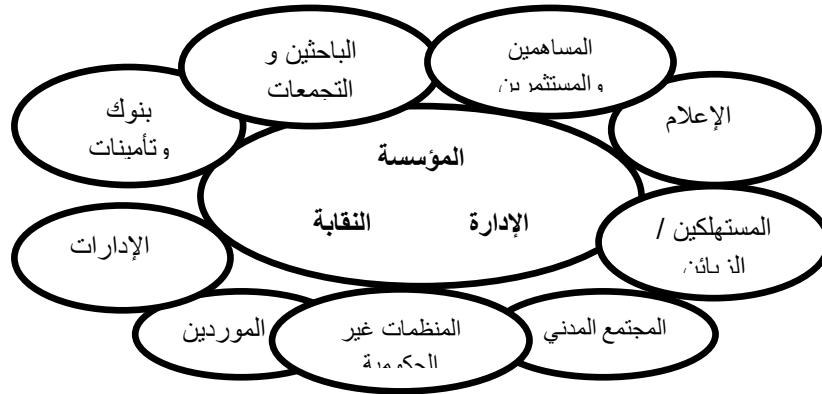
فالتوجه للاتصال البيئي لدى المؤسسات كان بمثابة الخطوة الأولى للتوجه للاتصال بطريقة مسؤولة لدى المؤسسة الاقتصادية، هذا الاتصال الذي سوف نتعرف على أهم قواعده وأهميته لدى المؤسسة في ظل المنافسة والبقاء في ظل البيئة الاقتصادية التنافسية الراهنة التي بدأت تتوجه للاستدامة وللالتزام الأخلاقي تجاه البيئة والمجتمع سواء في نشاطاتها أو منتجاتها فالإتصال البيئي لدى المؤسسة انطلق من فكرة الاتصال حول المعايير والمواصفات البيئية كالإيزو 14001، إلى الاتصال البيئي حول منتجات المؤسسة والترويج للعلامة البيئية، وصولا للتسويق الأخضر كمنط للاتصال المسؤول ، حيث يوجد عدد من الملصقات والعلامات الخضراء، المستخدمة لتقديم ضمانات للزبون بأن هذه المنتجات التي يتم شرائها تتطابق مع معايير

بيئية و اجتماعية معينة، فالمؤسسات أصبحت أكثر وعياً بإدماج الاتصال البيئي في منهجها التسويقي، فالسياسة الاتصالية البيئية تحقق للمؤسسات عدة مكاسب فهي تسمح بتعزيز صورة المؤسسة عبر التأثير في الراي العام وتحسيسه، ومن جهة أخرى يسهم الاتصال البيئي في المؤسسة في تحسين الاداء البيئي لمنتجاتها وتنافسيتها.<sup>26</sup>

### – الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة كجمهور للرسالة الاتصالية المسؤولة: **parties prenantes**

قبل أن نتناول الاتصال المسؤول كتوجه مؤسسي للاتصال حول ممارسات التنمية المستدامة بالمؤسسة التي تتعلق خصوصا بالبعد البيئي ، يجب أن نتناول من هو الجمهور المستهدف بالرسالة المسؤولة وهم الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة فمن هم الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة .؟ يعرف فريمان الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة : " على أنهم أفراد أو مجموعة من المؤسسات يمكن أن يؤثروا ويتأثروا في تحقيق أهداف المؤسسة".<sup>27</sup>

كل بياني رقم "03" : يوضح الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة .



Source : <sup>28</sup>Thierry Rases ,Bettina laville,et autre : **développement Durable–aspects stratégique et opérationnels** ,édition Francis Lefebvre,2010,paris. P16.

هم مجموعة من الأفراد والمؤسسات الذين يتواجدون بمحيط المؤسسة الداخلي والخارجي ، ويتأثرون بنشاطات وقرارات المؤسسة ، كما أنهم يؤثرون فيها حيث يمكنهم الضغط على المؤسسة بما يتوافق مع مصالحهم ، فدائماً تسعى المؤسسة إلى تقريب وجهات النظر مع الأطراف ذوي المصلحة ، والحوار معهم من خلال الاتصال بطريقة مسؤولة تستجيب لمتطلباتهم فبهذا الاتصال تحدث المؤسسة عقد مع المجتمع بإضفاء الشرعية على نشاطاتها وإدراج نفسها في المجتمع بطريقة أخلاقية لائقة .

### 5 – الاتصال المسؤول في المؤسسة" رهاناته مبادئه ووسائله" :

في ظل المنتظرات الجديدة للأطراف ذوي العلاقة ومختلف ضغوطاتهم على المؤسسات الاقتصادية، ظهر الاتصال المسؤول في مواجهة المشاكل الاجتماعية والبيئية المرتبطة بأنشطة المؤسسات الاقتصادية، بظهور المسؤولية الاجتماعية والبيئية ليعبر عن توجهات تطبيق التنمية المستدامة بالمؤسسات الاقتصادية.<sup>29</sup>

ويعرف الاتصال المسؤول بأنه الاتصال الذي يأخذ بعين الاعتبار الجوانب البيئية والاجتماعية والمجتمعية في الرسائل وطرق نقل الرسائل الاتصالية التي توجهها المؤسسة الاقتصادية للأطراف ذوي العلاقة بها والتي تعكس التزامها تجاههم ، ويشمل الاتصال المسؤول على نقطتين أساسيتين :

**1-** من جهة يتعلق بالاتصال بطريقة مسؤولة ، بما في ذلك الأخذ بعين الاعتبار المستقبلين للاتصال الذين تستهدفهم المؤسسة بهذه النشاطات الاتصالية. "الأطراف ذوي العلاقة " .

**2-** ومن جهة أخرى يتعلق بالاتصال حول المواضيع المسؤولة التي تتوجه لتكون محترمة للجوانب الاجتماعية والبيئية، وتكون صادقة وتعكس حقائق واضحة وفي هذا الإطار تستعمل المؤسسة الإعلان بما لديه من تأثير كبير على المجتمع، لغايات إيجابية في منطق فعالية المؤسسة، فالاتصال المسؤول لا ينحصر فقط في الإعلان، بل يتعلق بجميع أشكال الاتصال المختلفة "منتجات، خدمات، اتصال داخلي، خارجي " و في وسائل الإعلام وخارج وسائل الإعلام، حيث يستعمل مختلف قنوات الاتصال بما في ذلك مجموعة الوسائل الرقمية، "كمواقع الانترنت، الشبكات الاجتماعية، المدونات ..... " <sup>30</sup> .

فتطور الاتصال المسؤول جاء نتيجة للمنتظرات الجديدة لمنظمات المجتمع المدني والأطراف ذوي العلاقة، الذين دخلوا في البحث عن النمو المستدام وضرورة احترام المؤسسات مختلف أبعاد التنمية المستدامة في ممارستها خصوصا البعد البيئي، فهذا الوعي بهذه التوجهات يعكس عدم رضاهم، عن الطرق التقليدية للاتصال للمؤسسات حيث تلقت النقد من خلال عدم ثقة الأطراف ذوي العلاقة عن أثار أنشطة المؤسسات على البيئة، لذا فالاتصال المسؤول أصبح كعنصر فاعل لمواجهة هذه الرهانات البيئية والاجتماعية والمجتمعية، فالأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة، ينتظرون من المؤسسات أن تستعمل الوسائل اللازمة للالتزام بمسؤوليتهم البيئية والاجتماعية في نشاطاتهم. <sup>31</sup>

ويتعلق الاتصال المسؤول في المؤسسة بالاتصال بطريقة مسؤولة تتفهم أن طبيعة هذا الاتصال لا تنحصر فقط في المواضيع البيئية، بل تشمل الاتصال حول كل ما هو مسؤول، فلتصبح المؤسسة مسؤولة لا تعتمد فقط على توجه التنمية المستدامة بل تستعمل بعض العمليات الاتصالية الخاصة للالتزام المؤسسة بمسؤوليتها على المستوى البيئي وعلى مستوى الروابط الاجتماعية لأخلاقيات التجارة والصحة العامة.

وبصفة عامة يشمل الاتصال المسؤول على النقاط التالية:

- التزام المؤسسة بتوجه التنمية المستدامة واحترام التزامها من خلال المسؤولية الاجتماعية والبيئية .
  - اعتماد استراتيجية اتصالية داخلية لتحسيس العمال حول منهج التنمية المستدامة بالمؤسسة وكيفية تطبيقها.
  - الإعلام باستهداف جميع الأطراف ذوي العلاقة كمنظمات المجتمع المدني ، وسائل الإعلام ، والمستهلكين .
- حيث تستعمل المؤسسة الإعلام البيئي بمختلف وسائل وتقنيات الاتصال الخارجي في المؤسسة التي تتمثل:
- أ- وسائل العلاقات العامة مع الصحافة.
  - ب- وسائل العلاقات العامة؛



ج- الوسائل التكنولوجية الحديثة للاتصال.

د- الهوية المرئية والأعمال الخيرية و الرعاية.<sup>32</sup>

فالاتصال المسؤول كرهان وضع المؤسسات أمام التزامات اتصالية جديدة ، لتعديل سياستها الاتصالية السابقة خصوصا فيما يتعلق ب:الرسائل إذ ينبغي أخذ رسائل معينة " رسائل مسؤولة "، حول الدعائم "الوسائل" ، وحول المضامين والمحتويات.<sup>33</sup>

### 5-1-رهانات الاتصال المسؤول في المؤسسة الاقتصادية:

لا يجب أن نعتبر أن الاتصال المسؤول كقيد للمؤسسة لكن يجب أن نعتبره وسيلة لتطوير المؤسسة، فعلى جميع المؤسسات التي تحمل تطبيقه أن تدرك قيمة الامتيازات التي يحققها هذا الاتصال للمؤسسة في جميع المجالات، ومن أهم الرهانات التي تتعلق بتطبيق هذا النوع من الاتصال في ممارسة الأنشطة الاتصالية للمؤسسة مايلي:

- **سمعة المؤسسة:** في ظل المنتظرات الجديدة للأطراف ذوي العلاقة تجاه المؤسسة، انتبهت المؤسسة إلى أهمية الأخذ بعين الاعتبار هذه المنتظرات وإلا ستعتبر مؤسسة غير مسؤولة، وهو ما سيؤثر على سمعتها ونظرا للمخاطر التي تشكلها ضغوطات الأطراف ذوي العلاقة على صورة المؤسسة التي تعكس سمعتها، أصبحت تتوجه في أنشطتها بتطبيقات جيدة للاتصال المسؤول، وذلك بالاستجابة لمنتظرات الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة والحوار معهم بالاعتماد على سياسة اتصالية مسؤولة تعمل على بث ونشر قيم تعكس صورة إيجابية عن المؤسسة و تعكس استثمار مستدام للمؤسسة في أوقات ومراحل الأزمات التي تمر بها المؤسسة، خصوصا في ظل المنافسة القوية بين المؤسسات فالاتصال حول الالتزامات المسؤولة، أصبح يعد عامل لاختلاف وتميز المؤسسة من خلال نقل صورة مسؤولة عن المؤسسة تعكس سمعة طيبة عنها تجاه الأطراف ذوي العلاقة بها.

- **تحقيق فعالية أكبر:** يسمح الاتصال المسؤول بتحقيق فعالية أكبر للحملات الاتصالية، بفضل الاستهداف المحدد لرسائل أكثر تناسقا ووسائل أكثر تكيفا تحث على الإبداع و ينتج عنها أكبر قدر من الوفاء والأمانة بفضل ثقة الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة الذين انخرطوا في قيم المؤسسة، ويسمح الاتصال المسؤول أيضا بتحقيق الاقتصاد في الموارد، حتى وإن لم يكن المبدأ الأساسي له، فمن المبادئ الأساسية للاتصال المسؤول هي اختيار وسائل النشر التي تتكيف مع البيئة، خصوصا من خلال اختيار الدعائم، واختيار طرق الإنتاج والتنقل، في هذه الحالة فالإقتصاد في الموارد يسمح بتخفيض التكاليف وبهذا تحقق المؤسسة فعالية أكبر.

- **تحفيز العمال:** يجب علينا تسطير الجانب الإيجابي الذي نستطيع رؤيته من خلال وضع مكان لاستراتيجية الاتصال المسؤول بداخل المؤسسة، وهذا ما يسمح بتحفيز ودمج فريق العمل بإعطائهم جميع الإيجابيات التي تتعلق بمسار المؤسسة لتطبيق التنمية المستدامة، هذه الإيجابيات التي تسمح بجمع كفاءتهم في العمل وقيمهم نحو هدف محدد يعمل على تحقيق الالتزام بمسؤوليتهم لتحقيق أهداف المؤسسة.

- **الوقاية من المخاطر القانونية:** يسمح الاتصال المسؤول بتقليل المخاطر القانونية على المؤسسات، من خلال توضيح منهجها ومساها وتطبيقاتها المسؤولة في نشاطاتها ، لمنع التضليل الذي قد يمس سمعتها خصوصا فيما يتعلق بتقليل تكاليف الحملات الاعلانية، الأضرار المتوقعة، فممارسة تطبيقات الاتصال المسؤول تخفض من هذا النوع من المخاطر فالشفافية وخصوصا في المجال القانوني ضرورية، بتوضيح التزام المؤسسة بتطبيق التشريعات والقوانين.<sup>34</sup>

## 5-2 مبادئ الاتصال المسؤول وسائله وأدواته:

**أولا: مبادئ الاتصال المسؤول:** ينبغي الالتزام بالمبادئ التالية وتجنب العقوبات التالية في السياسة الاتصالية المسؤولة :

- تجنب الخداع ، الغش، والتضليل واعتماد الشفافية من خلال المطابقة بين الأقوال والأفعال الذي تأخذ التزامات كمية قابلة للقياس، وصحيحة لها مصداقية وموضوعية، وزمن محدد فإذا كانت التغيرات بالتزامات المؤسسة غير دالة فلا داعي للاتصال، لأنه قد يوقع المؤسسة فيما يعرف بالغسيل الأخضر Greenwashing، الذي يعتبر كنوع من التلاعب بالجمهور وتضليله ببث معلومات لا تعكس التزام المؤسسة لذا يجب تطبيق الموضوعية ووضوح المعلومات واستمراريتها.<sup>35</sup>
- الإعلام البيئي حول شروط تصنيع المنتجات والخدمات وحول استعمالها وشرح وعرض آثار نشاطات المؤسسة على البيئة والجماعات المحلية.
- تخطيط الأهداف الاتصالية القصيرة، المتوسطة الأجل، والطويلة الأجل.
- عرض نتائج تطبيق منهج التنمية المستدامة؛ من خلال عرض معلومة واضحة وشاملة وتعتمد على المقارنة من سنة لأخرى.
- تفضيل ترويج السلوكيات التي لها تأثير إيجابي على البيئة والمجتمع
- توقع منتظرات المجتمع المدني ، وفتح حوار مع الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة و عرض مسعى المؤسسة تجاه مختلف الأطراف ذوي العلاقة " وتوضيح أن المؤسسة تتفهم منتظراتهم ودعوتهم للتفاعل والحوار مع المؤسسة .
- لا تستعمل الأدلة والبراهين الإيكولوجية والمواطنة، حتى تجرد المؤسسة حقا مزايا إيجابية وهادفة
- استعمال الدعائم التقليدية و الإليكترونية التي تسمح بعرض تقرير التنمية المستدامة ، وفتح قنوات للتفاعل مع الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة<sup>41</sup> .

## ثانيا: وسائل و أدوات الاتصال المسؤول

تقرير التنمية المستدامة هو الوسيلة الوحيدة التي تسمح بثمين مسعى التنمية المستدامة ، ومن أهم تقارير التنمية المستدامة بالمؤسسة هو تقرير المسؤولية الاجتماعية والبيئية لنشاطات المؤسسة

**أ- تقرير المسؤولية الاجتماعية والبيئية:**

يعد نشر تقارير حول المسؤولية الاجتماعية والبيئية استجابة لضغوط مختلف الأطراف الفاعلة في المجتمع، والتي تريد التعرف على السياسات الاجتماعية والبيئية للمؤسسة، إضافة إلى أن بعض القوانين تفرض على المؤسسات التي تعمل في قطاعات معينة نشر تقارير مماثلة في هذا المجال يرى Gendron، من جهة أن نشر هذا النوع من التقارير شائع جدا على نطاق واسع، ومن جهة أخرى أن محتواها متغير نظرا لنقص المعايير المستخدمة في المجال الاجتماعي والبيئي، مقارنة مع البيانات المالية التي تتبع إطارا عاما محددا، تعالج هذه التقارير العديد من المواضيع مثل "الأداء المالي، نشاط مجلس الإدارة، العلاقة مع المجتمع والعمال، إضافة إلى الجهود المبذولة في مجال البيئة"، كما تضم عادة مستخلص الإدارة الذي يتمثل في مجلة المديرية.<sup>36</sup>

فالمؤسسة مطالبة بأن تفسح في سياستها الاتصالية حول توجهاتها لتطبيق التنمية المستدامة فهي مطالبة بأن تفسح عن أي نشاط يتعلق بالبيئة أو المجتمع في سياستها الاتصالية ففي عام 1991 أعلنت أنيتا روديك " Anita Roddick تقول "أحلم بوضعية المؤسسة التي يكون فيها كل مساهم، يتهيأ لأخذ قلمه في كل مرة لوضع تقرير الحسابات السنوية للمؤسسة لكتابة بعض الأشياء مثل: "أن كل شيء في الحسابات السنوية للمؤسسة جيد، لكن أين هي تفاصيل التقرير البيئي؟ وكيف بإمكاننا المشاركة في المجتمع؟ وأين هو التقرير الاجتماعي للمؤسسة؟. إذن من مقولة أنيتا نستنتج أن واقع ممارسة التنمية المستدامة يتطلب الالتزام بأكبر قدر من الشفافية، فالحصول على خطابات اجتماعية مسؤولة عن المؤسسة من خلال الموثائق الأخلاقية والأدلة الموجهة، هي شيء يثبت من خلال نشر المعلومات النوعية والمدققة والمراجعة للقانون بدمج إلتزام المؤسسة لممارسات التنمية المستدامة، للإشارة تقرير التنمية المستدامة، لا ينحصر فقط، في وضع أفضل الأنشطة الإيجابية التي حققتها المؤسسة في المجال الاجتماعي والبيئي، بل وفي مجال علاقتها مع الجماعات المختلفة من مختلف الأطراف ذوي العلاقة بها، فبالإضافة للتقرير السنوي للتنمية المستدامة الذي يشمل كلا من التقارير الاجتماعية والبيئية لأنشطة المؤسسة، فالرعاية والأعمال الخيرية تعتبر كأداة للاتصال تجاه الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة.

فالإبلاغ والاتصال هو المفتاح الأساسي لتطبيق التنمية المستدامة والتحاور مع الأطراف ذوي العلاقة بالمؤسسة، حيث أن هذه الممارسة تتطلب الصبر لتحقيق النتائج المرجوة، فالمعلومات الاجتماعية والبيئية، على المستوى العالمي هي تحدي جديد بالنسبة للمؤسسات التي تسير في منهج التنمية المستدامة حيث تتم مساعدتها في هذا الإطار بمبادرات دولية مختلفة " كمبادرة التقارير العالمية " **global reporting initiative**.<sup>37</sup>

#### ب- الإعلان البيئي:

الإعلان الأخضر هو نوع من الإعلانات ذو توجه بيئي إذ يعتبر واسطة بين سياسات المؤسسات وفلسفتها البيئية والجمهور، يتصف هذا الإعلان بالتركيز على ترويج قيم وثقافة استهلاك صديقة للبيئة، والابتعاد عن الابتذال الاستهلاكي السريع ويبرز دور وسائل الإعلام هنا في إبراز البيئة الصحية للمستهلك، وإقناعه في المساهمة في الحفاظ على البيئة من خلال شراء واستخدام منتجات غير ضارة بالبيئة.<sup>38</sup>

يمكن أن نشير إلى مجموعة من الإعلانات البيئية التي تعرض في القنوات العربية "كإعلان بيو أكتيفيا، إعلانات مواد التنظيف ، ويمكن الإشارة إلى إعلان ديتول الذي يقضى على الجراثيم ،إعلانات لمواد كهر ومنزلية ترشد في استعمال الطاقة ولا تسبب التلوث البيئي .

فالإعلان البيئي وسيلة لنقل الرسالة البيئية للمستهلك بأن توجه المؤسسة توجه بيئي ويراعي احترام البيئة في منتجاتها وطريقة صناعتها بطريقة تقلل الأثر البيئي على البيئة والمستهلك ، والتوجه للإعلان البيئي كطريقة للاتصال المسؤول هو توجه رائد لدى المؤسسات خصوصا المؤسسات الأوروبية التي وعت جيدا قيمة تأثير الإعلان البيئي كنشاط اتصالي مسؤول على المستهلك بخلق صورة للعلامة البيئية للمؤسسة ، وعلى المؤسسة بوضع مكانة تنافسية في السوق فالبعد البيئي لدى المؤسسات أصبح معيارا للتنافسية والتموقع لدى المؤسسات الأوروبية التي شهدت موجة من الوعي بتطبيق التنمية المستدامة ، بإنتاج منتجات بيئية

فالمنتج الأخضر الذي يعتبر أساس العملية الاتصالية الإعلانية البيئية هو : " ذلك المنتج الذي يستخدم المواد الصديقة للبيئة، مع ضرورة متابعته خلال مراحل دورة حياته لضمان بقائه ضمن الالتزامات البيئية، وهذا يشمل عدم استخدام المواد الحافظة السامة، استخدام الحد الأدنى من الطاقة، استخدام عبوات قابلة للاسترجاع.

فعلى سبيل المثال قد تقوم المؤسسة بتسويق منتجات خضراء متنوعة مثل: أطعمة صحية خالية من الدهون، أجهزة إلكترونية تعمل بالطاقة القابلة للتجديد، بطاريات قابلة لإعادة الشحن وتدوم فترة زمنية طويلة جدا.<sup>39</sup>

### ج- العلامة البيئية والإيكولوجية كأداة للاتصال المسؤول:

هي علامة أو شهادة متعلقة بمنتج معين مسلمة من طرف شهادة منظمة ، وطنية أو عالمية ، تضمن هذه العلامة بأن المؤسسة التي تحصلت على الشهادة أو العلامة البيئية، تنتج منتج يراعي تخفيض الأثر على البيئة. فالعلامة البيئية عادة ما تستعمل كأداة مساعدة في العملية الاتصالية والترويجية البيئية لدفع الزبون نحو تفضيل المنتجات ، من أهم هذه الفوائد ما يلي - إعطاء فكرة للزبائن قبل قيامهم بشراء المنتج، بأنه منتج أخضر ويتطابق مع المعايير البيئية.

- خلق مكانة ذهنية متميزة لهذه المنتجات لدى الزبائن.

### د- التسويق البيئي:

ظهر هذا المفهوم تزامنا مع تزايد الاهتمام العالمي بحماية حقوق المستهلك وظهور حركات منظمة، ذات توجه بيئي تهدف إلى تحقيق حقوق الناس في العيش في بيئة نظيفة وآمنة ، حيث مهدت هذه الحركات الطريق لظهور مفهوم التسويق الأخضر.

- ويعرف التسويق الأخضر على أنه عملية متكاملة تهدف إلى التأثير في تفضيلات الزبائن بصورة تدفعهم نحو التوجه إلى طلب منتجات غير ضارة بالبيئة، وتعديل عاداتهم الاستهلاكية بما ينسجم مع ذلك، والعمل على تقديم منتجات ترضي هذا التوجه بحيث تكون المحصلة النهائية هي الحفاظ على البيئة وحماية المستهلك.<sup>40</sup>

لا يوجد تعريف واحد لمفهوم التسويق الأخضر لكن جزء كبير من المراجع ترتبط بوصف كيف تقوم المؤسسات بالتكيف مع الطلب المتزايد للمستهلكين للحصول على منتجات تحترم البيئة، ويلتزم التسويق الأخضر بنقل صورة محترمة للمؤسسة لذا فهو من أهم أدوات الاتصال المسؤول بعد تعرفنا على مختلف وسائل وأدوات الاتصال المسؤول سوف نتعرف على كيف نتواصل بطريقة فعالة.

## 6- دور الاتصال المسؤول في تحقيق التنمية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية :

يلعب الاتصال دورا هاما في إرساء وتطبيق منهج التنمية المستدامة كسياسة مؤسسية مسؤولة مجتمعا ، في هذا الإطار تتجسد تأثيرات الاتصال المسؤول على المؤسسة الاقتصادية فيما يتعلق بتبني منهج التنمية المستدامة فيما يلي:

-الاتصال المسؤول هو صوت المؤسسة الذي يعكس التزام المؤسسة بمسؤوليتها الاجتماعية والمجتمعية خصوصا فيما يتعلق الأمر بالاتصال والاعلام البيئي حول القضايا والتأثيرات البيئية التي قد تشكلها المؤسسة الاقتصادية على المحيط الخارجي ، فرهان الاتصال المسؤول هو رهان حول سمعة المؤسسة وإدراجها في النسيج الاجتماعي للمجتمع .

- يؤثر الاتصال المسؤول على صورة المؤسسة بإضفاء صفة المؤسسة المواطنة التي تتواصل بشفافية حول تأثيراتها البيئية والاجتماعية من خلال نشر تقارير دورية لتطبيق ونتائج تطبيق التنمية المستدامة في المؤسسة ، كما أن نشر معلومات خاطئة لا تعكس نتائج واقعية للمؤسسة يسهم في وقوع المؤسسة في الغسيل الأخضر GREEN WACHING، أي التضليل والتلاعب الذي قد تتجاوز تأثيراته على المؤسسة مسألة البقاء والاستمرار، فما بنته المؤسسة الاقتصادية من سياستها في أجيال يمكن أن يدمر بتصرف غير مسؤول للمؤسسة خصوصا إذا تعلق الأمر بمواضيع حساسة اجتماعية بيئية صحية .

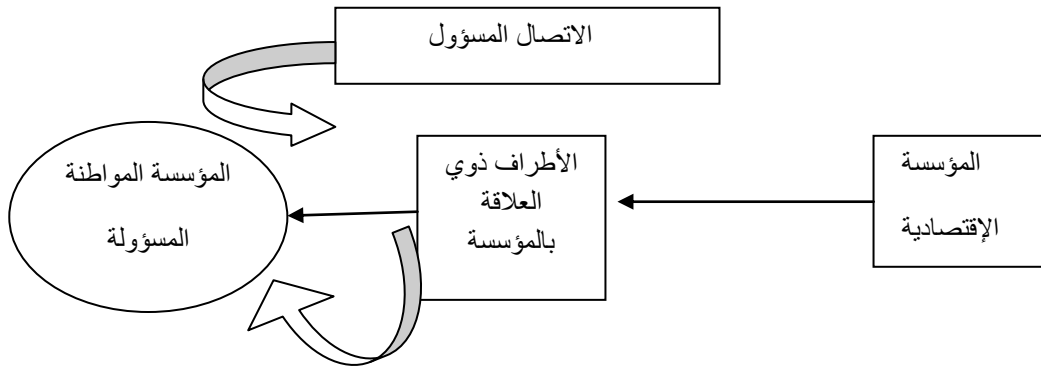
-يؤثر الاتصال المسؤول حول التنمية المستدامة على علاقة المؤسسة بالأطراف ذوي المصلحة بها الذين يؤثرون في سياساتها ويتأثرن بقراراتها ، فالالتزام بالتنمية المستدامة من خلال تطبيقاتها المختلفة في المؤسسة الاقتصادية والتي أشرنا لها سابقا في شق من هذا المقال ، يسهم في كسب الأطراف ذوي المصلحة والحد من ضغوطاتهم وتحويلها إلى مكاسب إستراتيجية تدعم وجود المؤسسة واستمرارها ، وفي هذا الإطار يمكن أن نشير لمثال هام هو تجربة إحدى الشركات البرازيلية الاقتصادية التي تتاجر بتجارة الحطب ، لتكسب دعم الأطراف ذوي المصلحة وباعتبار أن نشاطها التجاري مضاد للتنمية المستدامة وحماية البيئة إلا أنها استعملت الاتصال المسؤول بترويج رسائل مضادة لنشاطها وحملات اتصالية للتوعية والتحسيس بحماية الغابات .

- يؤثر الاتصال المسؤول على أرباح المؤسسة الاقتصادية بإمكانية دخول أسواق عالمية ، فمعايير التنمية المستدامة كمعايير الإيزو 14001 هي معايير دولية في الأسواق العالمية ، فمع دخول المؤسسات الاقتصادية الجزائرية مع اتفاقية المنظمة العالمية للتجارة أصبحت التنمية المستدامة والمواصفات والمعايير كسلسلة الإيزو 14000 هي معايير أساسية لدخول المنتجات الجزائرية الأسواق الأوروبية .

- يؤثر الاتصال المسؤول من حيث الناحية التسويقية للمؤسسة بكسب شرائح من المستهلكين البيئيين أو المستهلكين المسؤولين الذين يملكون حس ووعي بيئي بالمنتجات والعلامات البيئية و يبرز تأثير الإتصال المسؤول من خلال الإعلام البيئي حول شروط تصنيع المنتجات ومكوناتها وتأثيراتها الصحية والبيئية.

- الاتصال المسؤول أيضا من ناحية تدعيمه للوسائل الاتصالية في المؤسسة الاقتصادية يدعم استعمال الوسائل الاتصالية الرقمية وترشيد استعمال الورق والحبر ، حيث يدعم التواصل الأخضر عبر أجهزة كمبيوتر صديقة للبيئة وتستهلك أقل قدر ممكن من الطاقة الكهربائية ، فمن مهام قسم الاتصال المسؤول في المؤسسة توفير دعائم اتصالية مادية صديقة للبيئة وتراعي تقليل الأثر البيئي في مختلف الأقسام الإدارية بالمؤسسة .

رسم بياني : يوضح تأثير الاتصال المسؤول حول التنمية المستدامة في المؤسسة الاقتصادية



المصدر : من إعداد الباحثين

خاتمة:

تناول هذا المقال التنمية المستدامة كأهم الرهانات التي تواجه المؤسسات في ظل الألفية الثالثة لكن في إطار مؤسساتي من حيث التطبيق والممارسة، حاول هذا المقال ربط هذا المفهوم كممارسة عملية بالاتصال بمختلف

أشكاله وأدواته لدى المؤسسة، أو ما يسمى بالاتصال المسؤول الذي يهدف للتطبيق الواضح والشفاف لسياسة التنمية المستدامة ونقل الاثار البيئية الاجتماعية لأنشطة المؤسسات لمختلف الأطراف ذوي العلاقة بها، نظرا لأهمية هذا النمط من الاتصال في تحسين صورة المؤسسة وخلق شرعية اجتماعية لها في النسيج الاجتماعي، فالاتصال المسؤول هو عقد اجتماعي بين المؤسسة والمجتمع يضمن تطور المؤسسة وبقاءها دون التأثير السلبي على المجتمع والبيئة.

حيث بدأ تطور الاهتمام بالتنمية المستدامة من الإعلام البيئي الذي وضع خطورة المشاكل البيئية وأثارها على الإنسان والبيئة المحيطة بعد دق ناقوس الخطر من طرف جماعات الخضر بأوروبا في نهاية السبعينات وتطور هذا المفهوم إلى توجه اتصالي مؤسسي بيئي اجتماعي ومجتمعي يعكس درجة من الوعي حول رهانات التنمية المستدامة التي أصبحت حق للإنسان في بعض الدساتير العالمية خصوصا بعد أن أصبحت حقوق الإنسان البيئية هي الجيل الثالث من حقوق الإنسان.

ويستعمل هذا النمط من الاتصال مختلف أدوات ووسائل الاتصال كعلم إنساني لنقل الرسالة الاتصالية البيئية التي تهدف لترقية حياة الإنسان وصحته والحفاظ على محيطه عبر عدة أدوات ووسائل كتقرير التنمية المستدامة أو المسؤولية الاجتماعية والبيئية، الإعلان البيئي للمنتجات البيئية التي تحترم البيئة والمستهلك، العلامة البيئية، التسويق البيئي.....

كما حاولنا من خلال هذا المقال إبراز القواعد الناجحة للقيام باتصال مسؤول ناجح حول منهج التنمية المستدامة كممارسة من خلال مبادئ الاتصال المسؤول ، بالإضافة لعرض مختلف الطرق والإجراءات التي تمكن أي مؤسسة من الاستفادة من آليات تطبيق التنمية المستدامة في المؤسسة بطريقة فعالة تحقق للمؤسسة أيا كان نوعها عدة مكاسب خصوصا على الصعيد التنافسي المؤسسي في ظل المنافسة العالمية والبقاء للأفضل.

قائمة المراجع :

- <sup>i</sup> -د. سناء محمد الجبور : الإعلام البيئي، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1، 2011، الأردن ، ص 12.
- \* جروها ليم بروتلاندا : رئيسة وزراء النرويج سابقا ، هي أول من وضع تعريف رسمي للتنمية المستدامة ، وهو أشهر تعريف للتنمية المستدامة إذ تعرفها على أنها التنمية التي تأخذ بعين الاعتبار حقوق الأجيال الحالية دون المساومة على حقوق الأجيال القادمة من تلبية احتياجاتهم ونصيبيهم من الموارد .
- \* تعتبر الأجنحة 21 أو أجنحة القرن الواحد والعشرين من أهم الوثائق التي انبثقت عن مؤتمر قمة الأرض بريو دي جانيرو سنة 1992 حيث وضعت هذه الأجنحة دليل يوضح تطبيق مسارات التنمية المستدامة على مستوى الدول ، تضمنت 4 مقاطع
2. أنظر إلى نبيل حواد : التسويق في خدمة المشروع، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، ط1، بيروت، 2008، ص448.
- iii - محمد عادل عياض : دراسة نظرية لمحددات سلوك حماية البيئة في المؤسسة ،مجلة الباحث - عدد 07، 2009 - 2010 ، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة ، ص03.
- iv - جمال الدين محمد أبو شنب : الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق ،.....



- v - نفين أحمد غباشي : الإعلام وقضايا التنمية، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2005 ، ص16
- vi - Corinne Gendron , **le développement durable comme compromis** , Québec, 2006 , p166.
- vii - .7ibid, p16.
- 8 - Christian Brodhag, colloque INaisese, **Le développement durable** « international association of investors in social economy » Mullouse 23 mai 2002. page 11
- 10 - د/ عثمان محمد غنيم ، ماجدة أحمد أبو زنت: التنمية المستدامة ، فلسفاتها أساليب تخطيطها وأدوات قياسها -، دار صفاء ، ط1، 2007، عمان ، ص ص 29-30.
- 11 - Mouvement des entreprise de France « MEDEF », **developpement Durable et PME** cahier élaboré dans le cadre du comité du développement durable , juin 2003. page 10.
- 12 - ibid, page 11.
- 13 - Mouvement des entreprises de France , op.cit. , page 4.
- 14 - د/ بقة الشريف ود/ العايب عبد الرحمن : التنمية المستدامة والتحديات الجديدة المطروحة أمام المؤسسات الاقتصادية ، مداخلة ضمن الملتقى الدولي : حول التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ، الجزائر ، 08/7 أبريل 2008، ص 155 .
- 15 Observatoire de la Responsabilité Sociétale de l'Entreprise, Développement durable et entreprises, AFNOR, 2003
- 16 - مريم قطوش : برنامج التأهيل الوظيفي للمستدام لترقية وظيفة الاستدامة في المؤسسة الاقتصادية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، في تخصص إدارة الأعمال الاستراتيجية للتنمية المستدامة ، مدرسة الدكتوراه ، جامعة فرحات عباس سطيف، 2010/2009، ص 72
- 17 - رحيم حسين ، مناصره رشيد: مواصفات الإيزو كمييار لقياس كفاءة الاستخدام للموارد الاقتصادية والبيئية :، الملتقى الدولي للتنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة ، جامعة فرحات عباس ، سطيف ، 2008، ص 176
- 18 - **Gérard Noël , Loïc Armand : communication responsable des entreprises** , Guide pratique a destination et des organization professionnelles, (MEDEF), paris, p7
- 19 - برني لطيفة : دور الإدارة البيئية في تحقيق مزايا تنافسية للمؤسسة الصناعية دراسة حالة مؤسسة **EN.CA.BiSKRA**، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية ، جامعة محمد خيضر بسكرة ، 2006/2007. ، ص 75
- 20 - NATALIE COSTA. Développement DURABLE EN ENTREPRISE. 2<sup>eme</sup> EDITION. ELLIPSES. PARIS. 2008. P54.
- 21 - رموند الحلقة : إدارة المخلفات ، مجلة أخبار الزرقاء ، العدد السادس ، أبريل 2007، ص 5-6
- 22 - شراد ياسين : 'استراتيجية تطوير وظيفة التسويق المستدام وأثرها على الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في العلوم الاقتصادية وعلوم التسيير، جامعة فرحات عباس سطيف، 2010/2011، ص ص 100-101.
- 23 شراد ياسين : نفس المرجع ، ص 95.
- 24 - Environmental communication – applying communication Tools to Wards sustainable développement , OECD, Paris ; France, 1999, p8.
- 25 - أحمد ملحة : الرهانات البيئية في الجزائر ، مطبعة النجاح ، أبريل 2000، ص 135.
- 26 Bereni Delphine : le comportement du consommateur face a la communication environnementale des entreprises .laboratoire IDIM-GREMCORK 2010.p4
- 27 - [http //www.eco2initiative.com/aller-plus-loin/](http://www.eco2initiative.com/aller-plus-loin/) **théories des partie – prenantes**, 16/02/2012, time 11 :00 , p2.

<sup>28</sup> -Thierry Rases ,Bettina laville,et autre : **développement Durable–aspects stratégique et opérationnels** ,édition Francis Lefebvre,2010,paris. P16

<sup>29</sup> – la communication rseponsible: <http://www.bidactiblog.com> ,12/4/2012 ,time 15.00

<sup>30</sup> gerard Noel , loic Armand ,op,cit , p6.

<sup>31</sup> – ibid, p07.

<sup>32</sup> – د/ عطا الله أحمد شاکر : إدارة المؤسسات الإعلامية ، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1 ، 2011 ، عمان ، الأردن ، ص ص 78-79.

<sup>34</sup> –gerard Noel ,loic Armand,op.cit.p 5-6.

<sup>35</sup> – **communication responsable et rse** . [http:// : www.bepub.com/view-fiche pratique,-](http://www.bepub.com/view-fiche-pratique) php?id-fic=29.- 15/04/2012.T11 :00

<sup>41</sup> – Stéphane Riot ; op, cit , p3

<sup>36</sup> – شوقي مانع: دور المسؤولية المجتمعية في المؤسسات الصغيرة والمتوسطة في تحقيق التنمية المستدامة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير ، إدارة الأعمال والتنمية المستدامة ، كلية العلوم الاقتصادية ، مدرسة الدكتوراه، جامعة فرحات عباس سطيف ، 2011/2010 ص36.

<sup>37</sup> Alain Chevreau, Jean Jaques Rosé, **L'entreprise responsable**. Édition d'organisation.2003 p 205.206

<sup>38</sup> – ثامر البكري أحمد النوري :التسويق الأخضر ،دار اليازوري ،ط2007،1،الأردن ،ص34.

<sup>39</sup> –ثامر البكري ، أحمد النوري :نفس المرجع ، ص33.

<sup>40</sup> - ثامر البكري أحمد النوري :نفس المرجع ، ص36 .