

"دور العلاقات العامة في توعية الجمهور من أخطار تلوث البيئة"

إعداد الباحثة:

هبة عبدالرحيم المجالي

العلاقات العامة

بلدية شيحان



الملخص:

دور العلاقات العامة في التوعية البيئية له أهمية كبيرة و لأن العالم بدأ يتحور حول رعدة البشرية و الإحساس العام بالأخطار التي يتعرض لها كوكب الأرض بفعل الإنسان المستهلك للموارد الطبيعية بصورة غير سوية مما أدى إلى خلق فجوة بين ما هو متاح وما يستهلك، و من هنا أنت أهمية رفع الوعي البيئي و خلق إدراك واسع من خلال تبني سلوك ملائم يمارس على المستوى الفردي و الجماعي، من هنا تبرز أهمية العلاقات العامة و الدور الذي يمكن أن تؤديه في رفع الوعي البيئي.

المقدمة:

تتمثل الأهداف الرئيسية للعلاقات العامة في إنشاء سمعة المؤسسات الحكومية والحفاظ عليها وحمايتها ، وتعزيز مكانتها وإبراز صورة إيجابية. تتطلب العلاقات العامة الفعالة معرفة ، بناءً على التحليل والفهم ، للعوامل المختلفة التي تشكل المواقف العامة تجاه الحكومة. فهي أداة مهمة لتقديم برامج التوعية العامة. و تتضمن وضع سياسة شاملة فيما يتعلق بأي حملة لتحديد الأهداف والنتائج المرجوة ، بالإضافة إلى القيود التي تعمل من خلالها الحملة ، من أجل تحقيق نجاحها الشامل.

يلعب ممارسو العلاقات العامة دورًا حيويًا في المؤسسات الحكومية. إلى جانب الحفاظ على الصورة الذهنية والسمعة الجيدة، فهم الأفراد الرئيسيون للتخطيط و رسم خريطة الطريق لتحقيق الأهداف التنظيمية. اكتشفوا أنهم بحاجة أيضًا إلى لعب دور "المخططين التحليليين العقلانيين" و "صانعي القرار" و "مصدري الأوامر" و "المفاوضين الدائمين" في تغيير تنظيمي جذري. لم يتم استكشاف دور ممارسي العلاقات العامة في حملات التوعية البيئية على نطاق واسع في الأردن حيث لدينا فقط خبراء علاقات عامة غير محددين في القضايا البيئية المحلية. سيكون متخصصو العلاقات العامة البيئية في وضع جيد لتكوين مهنة متنامية ، من المتوقع أن تزيد مقارنة بالمهن الأخرى آخذين بالإعتبار الضغط المتزايد باستمرار على البيئة ، والمصلحة العامة المتزايدة ، ووجود صناعات خاصة بالبيئة ، فمن المرجح أن يسجل هذا النمو المتوقع أرقامًا أكثر قوة.

استكشاف كفاءة دور ممارسي العلاقات العامة في البلديات يكمن في توصيل رسائل حملات التوعية البيئية في سياق العلاقات العامة. لهذا يعتبر ممارسو العلاقات العامة مهمين في الحملات البيئية وسبب هذا أنهم يعزفون على حملة التوعية الصحيحة للتحقيق في العوامل الحاسمة وراء كفاءة العلاقات العامة عند تنفيذ حملة توعية بيئية في الأردن. الهدف هو معرفة كيفية الحد من الممارسات الخاطئة التي ستعطي آثارًا سلبية تجاه سمعة وصورة المؤسسات الحكومية ومنها البلديات. وتتضمن مناقشة أدوار ممارسي العلاقات العامة في المنظمات عمومًا مجموعة متنوعة من الوظائف. كشفت أن العلاقات العامة تلعب دورها كصانع قرار نحو تشكيل استجابة الجمهور لحملات التوعية. وشددت على احتياجات العديد من التفسيرات في المقارنة بين أدوار العلاقات العامة التقليدية، مقابل وظيفة العلاقات العامة المهنية كمتواصل ذو خبرة. هذه بعض الأدوار المهمة التي ستعطي تأثيرًا مباشرًا على الجماهير ، لا سيما في الحملات البيئية. ذكر أن الباحثين قد سلطوا الضوء أيضًا على العديد من القضايا الأخيرة المتعلقة بمهنية أو كفاءات ممارسي العلاقات العامة والتي تعتبر ضرورية بشكل أساسي لمواجهة عالم معقد ومتنوع.

ستعمل الحالة هذه على تحديد أهمية أدوار العلاقات العامة في إدارة النفايات الصلبة بيئة شبكة التنمية المستدامة (إدارة النفايات الصلبة) في نشر حملات التوعية البيئية. حيث يستخدم الأسلوب النوعي المتعمق لتحديد جميع أدوار العلاقات العامة ذات الصلة وذلك لاكتشاف فهم أفضل للعوامل الرئيسية المختلفة التي تؤثر على التصورات العامة. تتناول المناقشة القضايا ذات الصلة من وجهات نظر متعددة.

حول ممارسي العلاقات العامة نظرة ثاقبة حول كيفية إدراكهم لأدوارهم وتحديد عناصر معينة في شركات العلاقات العامة العالمية. هناك علاقة تكافلية ملحوظة بين البيئة والمجتمع والاقتصاد.

أهداف البحث:

- 1) التعرف على أدوار ممارسي العلاقات العامة والبلديات في إدارة حملات التوعية البيئية بين الوكالات الحكومية في الاردن.
- 2) التحديات ونقاط القوة والضعف في أدوار العلاقات العامة والبلديات في حملات التوعية.
- 3) التحقيق في كفاءة أدوار العلاقات العامة والبلديات المختلفة في تنظيم حملات التوعية و وسائل الاتصال التي تستخدمها لتعزيز الوعي المجتمعي.

الإطار النظري

فاعلية أدوار العلاقات العامة في حملات التوعية البيئية

من عوامل النجاح الحاسمة لأدوار ممارس العلاقات العامة العامة هو التواصل باستخدام الأدوات العملية من أجل إيصال رسائل عملية. حيث أن التطبيق يعتمد كثيرا على الخبرات المكتسبة من حملات التوعية المتكررة. لا يمكننا أن نُؤدي بشكل فعال إذا لم نواجه المواقف الحقيقية من قبل. قد تلاحظ أنه أثناء تقديم جلسات المحادثة ، سيكون هناك الكثير من العقبات أثناء عروضنا التقديمية. يمكن التعامل مع الأمور بسلاسة إذا قمنا بالإعداد المبكر وعرفنا كيفية توقع المشكلات بشكل أفضل من خلال ردود الفعل و الاستجابة للجمهور عن طريق طرح أسئلة عشوائية عرضية وتقديم بعض الاختبارات إلى الجمهور .

عند الحصول على تعليقات حول حملات التوعية "في العادة ، يمكننا بسهولة الحصول على ردود فعل فورية من جمهورنا. إذا لم يكن الأمر كذلك ، فقد نستخدم طرقاً مختلفة للتعامل معهم. على سبيل المثال ، سيستغرق استخدام المعارض الثابتة أو توزيع الملصقات والنشرات وقتاً أطول للحصول على الاستجابة. على الرغم من أن بعض المعلمين أو المستشارين المحليين قدموا بعض الردود ، إلا أن الجمهور الحقيقي للحصول على أفضل مؤشرات لحملتنا هم طلاب المدارس . سيتفاعلون من خلال الشروع في جمع القمامة التي تلوث مدرستهم ، وجمع المواد القابلة لإعادة التدوير ، وزراعة الأشجار وتنظيم حملات التوعية الخاصة بهم.

يمكن أن تترك الأدوات المهمة تأثيرات كبيرة على مناهج العلاقات العامة فإن أفضل أداة يمكن أن تعطي تأثيراً جيداً هي أسلوب التحدث أمام الجمهور . يمكننا أن نرى التأثير الفوري وردود الفعل من الجمهور في اتصال ثنائي الاتجاه. عندما نقول شيئاً عن حملات التوعية ، نحتاج إلى نوع من ردود الفعل المعززة لتحسين فرص التغيير عند مقابلة الجمهور .

كفاءة أدوار العلاقات العامة بين العاملين في بيئة إدارة النفايات الصلبة

عامل النجاح الحاسم لأدوار العلاقات العامة هو التواصل باستخدام أدوات دقيقة لتوصيل الرسائل. ستعتمد دقته على الخبرات السابقة المكتسبة من إدارة حملات التوعية السابقة. لا يستطيع ممارسو العلاقات العامة الذين يفتقرون إلى الخبرة التصرف بفعالية لأنهم لم يواجهوا الوضع الحقيقي من قبل. عند توصيل الرسائل أثناء جلسات المحادثة، هناك الكثير من الحواجز والعصبية والضوضاء التي يمكن أن تعرقل العروض التقديمية. يمكن التعامل مع الجلسات بشكل أكثر سلاسة إذا كنا مستعدين بشكل أفضل وندرك كيفية التعامل مع أي جلسات متوقعة للموقف. يمكن لممارسي العلاقات العامة تجربة بعض التقنيات أو الأساليب المختلفة لتقديم العروض التقديمية من خلال نشاط عن ملاحظات الجمهور والاستجابة لها من خلال طرح أسئلة عشوائية أو أسئلة أو اختبارات تجذب مشاركة الجمهور بهدف تحقيق اختراق أفضل.

النجاح الأساسي لأدوار العلاقات العامة في حملات التوعية البيئية

بعد الحصول على مصدر معلومات دقيق وموثوق أمرًا ضروريًا في تنفيذ حملات التوعية حيث يكون الدافع الذاتي والتحفيز من عوامل تأثير الدفع الحاسمة القادرة على غرس وتعزيز التغييرات السلوكية الإيجابية. و تعتبر مواقف الجمهور مهمة جدًا لممارسات الوعي البيئي المقترحة.

سيؤدي هذا أيضًا إلى تغيير ما يعتقدون بشأن القضايا البيئية الرئيسية. سيسمح التعرض الكبير لوسائل الإعلام بتسليم الرسائل بنجاح إلى الجمهور المستهدف. أما بالنسبة للمشاركة العامة، فستشمل إلى حد كبير العلاقات المجتمعية والعلاقات الحكومية والتفاهم المتبادل مع جميع الأطراف ذات الصلة. تستلزم المحددات الأساسية والأكثر أهمية للوصول المرضي الكفاءة المهنية لقوة العلاقات العامة والكفاءة العالية.

ومدرًا لحلول هذه المشكلات، ومحفزًا لحلها. يتم استخدامه عمومًا للإشارة إلى التعليم داخل النظام المدرسي؛ ومع ذلك، فإنه يستخدم أيضًا على نطاق أوسع لتشمل جميع الجهود المبذولة لتنقيف الجمهور والجماهير الأخرى، بما في ذلك المواد المطبوعة، والمواقع الإلكترونية، ووسائل الإعلام وحملات العلاقات العامة، إلخ. في هذه الدراسة، يتم استخدام المصطلح بمعنى أوسع.

العلاقات العامة في القضايا الاجتماعية

من الصعب تحديد مفهوم العلاقات العامة في إطار معين. و من الصعب الوصول إلى تعريف مشترك للعلاقات العامة لأنه يحتوي على مجال تطبيق واسع ويتم تنفيذه بأهداف مختلفة في المؤسسات العامة والخاصة. العلاقات العامة هو الوكيل الذي يعمل مع كل من وسائل الاتصال الحديثة والتشكيلات الجماعية للمجتمع من أجل تقديم الأفكار إلى وعي الجمهور.

تم تعريف العلاقات العامة على أنها ممارسة لإدارة انتشار المعلومات بين فرد أو منظمة (مثل شركة أو وكالة حكومية أو منظمة غير ربحية) والجمهور. أعطى تعريفًا من المجال العام ووفقًا له فإن العلاقات العامة هي اتصالات مباشرة أو غير مباشرة بين المواطنين وآلية الدولة في المجال العام.

تساعد العلاقات العامة البلديات وعامة الناس على التكيف مع بعضهم البعض ، ويمكن تعريف العلاقات العامة على أنها إنشاء نظام اتصال ثنائي الاتجاه بطريقة مخططة بهدف اكتساب فهم المجتمع ودعمه. الهدف من العلاقات العامة هو إعلام الجمهور والعلماء المحتملين والمستثمرين والشركاء والموظفين وأصحاب المصلحة الآخرين وإقناعهم في نهاية المطاف بالحفاظ على وجهة نظر معينة حول المنظمة أو قيادتها أو منتجاتها أو القرارات السياسية.

تتعدد أهداف التوعية البيئية تبعاً لأهمية الدور الذي يناط بها في مواجهة المشكلات البيئية ومن أهم الأهداف ما يلي:

- 1- تيسير المعرفة البيئية ، وكشف الحقائق المتصلة بها.
- 2- تكوين معرفة بيئية لدى فئات مختلفة من المجتمع تساعدهم على فهم المشكلات البيئية ، ليكون لهم نصيب من المساهمة في المحافظة على المحيط البيئي.
- 3- توليد الحماس تجاه إيجاد الحلول المناسبة ، من خلال غرس القيم البيئية الهادفة لصيانة البيئة.
- 4- الحث على المشاركة في الحد من المشكلات البيئية والوقاية منها.

التوعية البيئية في مجال التلوث البيئي:

تهدف التوعية البيئية في مجال التلوث البيئي إلى تحقيق مجموعة من الأهداف وهي:

- 1- تزويد الفرد بالفرص الكافية لإكسابه المعرفة والمهارة والالتزام لتحسين البيئة والمحافظة عليها لضمان تحقيق التنمية المستدامة.
- 2- تحسين نوعية المعيشة للإنسان من خلال تقليل أثر التلوث على صحته.
- 3- تطوير الأخلاقيات البيئية بحيث تصبح هي الرقيب على الإنسان عند تعامله مع البيئة.
- 4- تفعيل دور المجتمع في المشاركة باتخاذ القرار بمراعاة البيئة المتوفرة.
- 5- مساعدة الفرد في اكتشاف المشاكل البيئية، وإيجاد الحلول المناسبة لها.
- 6- تعزيز السلوك الإيجابي لدى الأفراد في التعامل مع عناصر البيئة.
- 7- الاهتمام العالمي بالتوعية البيئية.

ان أهداف التوعية البيئية تكاد تشترك جميعها في نقاط محددة، لوحدت الهدف العام وهو الارتقاء بالبيئة وتمييزها وحمايتها وصيانة مكوناتها وعناصرها، وتهدف التوعية البيئية إلى تعريف الأفراد بمكونات البيئة المحيطة بهم سواء أكانت بيئة حية أو غير حية، كما تعرفهم بالتأثيرات البيئية المختلفة على جميع الكائنات الحية، وما يترتب على ذلك من نتائج سلبية أو ايجابية تنعكس على الحياة، ومن ثم العمل على إيجاد الحلول للتغلب على النواحي السلبية.

الوعي البيئي يشمل نوعين، يكمل كلا منهما الآخر وهما:

1- الوعي الكامل (الوقائي) وهو الذي يمنع حدوث المشكلة.

2- الوعي العلاجي وهو الذي يواجه به الفرد المشكلات الفعلية الناجمة عن سوء الاستخدام.

وتتمثل الأضلاع الثلاثة للوعي البيئي في:

1- الحكومة وأجهزتها.

2- المجتمع بكافة هيئاته ومؤسساته.

3- الأفراد الذين يشكلون حماية البيئة في حال توافر المعرفة والإدراك والفهم الصحيح لدورهم تجاه البيئة، أو من يمثلون صناعات التلوث في حالة غياب الوعي وسوء الفهم وفقدان الإحساس بالمسؤولية تجاه البيئة.

يجب علينا أن نرتقي إلى تلك المستويات من الوعي اللازم لمنع حدوث المشكلات البيئية وتجنبها من خلال توعية كافة الأفراد توعية بيئية كاملة ومخططة وهادفة لنصل إلى مستوى الأمان البيئي وهو المستوى الذي يتطلب تضافر كافة الجهود من جميع الأفراد والمؤسسات المعنية.

ممارسة العلاقات العامة المؤسسية:

العلاقات العامة والبلديات الاستباقية لفحص الاتصال الفعال للتلوث البيئي

تدرك مبادئ العلاقات العامة أن النهج الاستباقي هو أفضل فلسفة لمعالجة القضايا التي تؤدي إلى الأزمة، وذلك باستخدام برنامج الاتصال المنتظم والمستمر والمتسق بطبيعته. مع التواصل المتسق والتخطيط يكون ممارس العلاقات العامة أكثر استعداداً لمواجهة المشكلات والقضايا البيئية بقدر من الهدوء والنجاح. أدوات الإدارة الاستباقية هي: المعلومات والمعرفة والاتصال.

حملة توعوية وتوعية ضخمة

ويهدف هذا إلى إعلام وتنقيف وتوعية الجمهور بأثر التلوث البيئي وأسباب التدهور البيئي والأنشطة المدمرة للبيئة وتأثيرها على الوجود البشري. استخدام الاتصالات الاستراتيجية للعلاقات العامة التي تواجه تحديات كشف وتبسيط تعقيد القضايا البيئية لضمان الفهم السليم بين أصحاب المصلحة ، وذلك باستخدام مهارات الابتكار والإبداع والقدرة على التكيف والخيال واتخاذ القرار.

تحديد وترتيب أولويات القضايا البيئية

إنها تنطوي على عملية التخطيط التصاعدي التي تتكون من حمل أصحاب المصلحة بالكامل. أصحاب المصلحة هم أولئك الذين تتأثر مصالحهم ، والذين يمتلكون المعلومات والخبرات ذات الصلة، والذين يتحكمون في أدوات التنفيذ ذات الصلة. يجب دعوة جميع أصحاب المصلحة للانضمام إلى عملية التخطيط. يشمل أصحاب المصلحة الأفراد والمنظمات غير الرسمية وحكومة الولاية والمنظمات المؤسسية والحكومة المحلية والهيئات المهنية والوكالات الدولية. وقد تم دمجها أيضًا للتركيز على العديد من القضايا البيئية الرئيسية، مما يوفر منتدى لمناقشة التنمية المستقبلية، بحيث يكون هناك تعاون فعال من خلال الاجتماعات العامة والتشاور وجلسات العمل.

تعبئة أعضاء مجموعة العمل

ينبغي إنشاء مجموعة عمل لمعالجة القضايا البيئية ذات الأولوية. مجموعة العمل هي مجموعة دولية ومستعرضة تم إنشاؤها لمعالجة أي قضية بيئية ذات أهمية. يجب أن يُنظر إليهم على أنهم منتدى يتم فيه توليد الأفكار ، وتعبئة الموارد من أجل تنفيذ المشروع ومنصة لتبادل المعلومات.

الخاتمة:

أدوار العلاقات العامة في حملة التوعية البيئية هي مجال ممارسة من قبل متخصصين في العلاقات العامة لا يمكن تحديده بشكل فعال إلا باستخدام إنها تجربة فردية ، ومن ثم فإن المعرفة الأساسية بالموضوع الذي تم التخطيط له وتنفيذه ستعطي مزيدًا من التبصر في الموضوع. و بهذا فإن أدوار العلاقات العامة في البلديات تتمثل بإطلاق حملات إعلانية بشكل مكثف، و استخدام وسائل التواصل الاجتماعي و وسائل الاعلام للإعلان و التوعية، و عقد ندوات و ورشات توعوية لحماية البيئة، و توظيف الإمكانيات المتاحة للعلاقات العامة في البلديات لتنفيذ برامج مستدامة لحماية البيئة، و ضرورة وضع اهداف ضمن الخطط الاستراتيجية لدور العلاقات العامة في التوعية البيئية.

المصادر والمراجع:

- Salhofer, S., & Isaac, N. A. (2002). Importance of public relations in recycling strategies: principles and case studies. *Environmental Management*, 30(1), 68-76.
- Salhofer S. 2000. Modelling commercial/industrial waste generation: A Vienna, Austria case study. *Waste Management and Research* 18:269 –282.
- Awadh, A. M., & Alyahya, M. S. (2013). Impact of organizational culture on employee performance. *International Review of Management and Business Research*, 2, 168.
- Bello, I. A., Ismail, M. N., & Kabbashi, N. A. (2016). Solid Waste Management in Africa: A review. *International Journal of Waste Resources*, 6(2), 1-4.
- Boiral, O., & Paillé, P. (2012). Organizational citizenship behavior for the environment: Measurement and validation. *Journal of Business Ethics*, 109(4), 431-445.
- Ahmed Lawal Gusau et.al (2017), Developing & Validating a Measure for PR Professionals“ Self-efficacy, *Asian Social Science*, Vol. 13, No. 6; 2017 ISSN 1911-2017 E-ISSN 1911-2025.

Anne Gregory. et.al. (2016), Editorial for Special Section on World Public Relations Forum Conference „Communication Across Cultures, WPRF; Research colloquium call for papers. [Available at <http://www.worldprforum.com/untill 29th May 2016> .]

Jim Macnamara (2017), revisiting the disciplinary home of evaluation: New perspectives to inform PR evaluation standards, Research Journal of the Institute for Public Relations; Vol. 3: No.2

Ji Yeon Jeong et. al. (2017), Core Elements for Organizational Sustainability in Global Markets: Korean Public Relations Practitioners' Perceptions of Their Job Roles; Sustainability; 9(9): p1646 .

Gari, L. [2002]: "Arabic Treatises on Environmental Pollution up to the End of the Thirteenth Century, Environment and History 8[4], PP.475-1996.

Hines, J. M., Hungerford, H. R., & Tomera, A.N. (1986). Analysis and synthesis of research on responsible environmental behavior: A meta-analysis. The Journal of Environmental Education, 18(2), 1-8.

Huckle, J. (1993). Environmental education: A view from critical theory, In J. Fien (Eds.), Environmental education: A pathway to sustainability (pp. 41-69). Geelong: Deakin University Press.

Kyburz-Graber, R., Hofer, K., & Wolfensberger, B. (2006). Studies on a socio-ecological approach to environmental education – a contribution to a critical position in the education for sustainable development discourse. Environmental Education Research, 12(1), 101-114 .

Ozdemir, O. (2007). A new environmental education perspective: Education for sustainable development. Education & Science, 32(145), 23-38.

Oztas, F., & Kalipci, E. (2009). Teacher candidates' perception level of environmental pollutant and their risk factors. International Journal of Environmental & Science Education, 4(2), 185-195 .

Wilke, R. (1995). Environmental literacy and the college curriculum. EPA Journal, 21(2), 28-30.