

جامعة وهران 1 - كلية العلوم الإنسانية
قسم علوم الإعلام والاتصال - ماستر 1 اتصال تنظيمي

المحاضرة 11: التحديات التنفيذية للاتصال

المستدام

رؤية تحليلية معمقة في الفجوة التنفيذية والمعوقات التنظيمية

تقديم الأستاذة: كروش نوال

أهداف المحاضرة الأساسية



الهدف المهاري

تصميم آليات للرقابة والتدقيق في تقارير الاستدامة لتجنب الأزمات الاتصالية.



الهدف التحليلي

تفكيك ظاهرة "الغسيل الأخضر" وأثرها القانوني والأخلاقي على سمعة المؤسسة.



الهدف المعرفي

فهم التعقيدات الهيكلية والثقافية التي تمنع تحويل استراتيجيات الاستدامة إلى ممارسات واقعية.

الخريطة الذهنية للمحاضرة

معوقات تقنية

معايير GRI, الرقمنة

معوقات بشرية

المقاومة، ضعف
التكوين البيئي

معوقات أخلاقية

التضليل، الشفافية،
الغسيل الأخضر

معوقات بنيوية

التخصص، الميزانية،
البيروقراطية

مقدمة: "الفجوة التنفيذية" الحادة



يواجه الاتصال المستدام اليوم **Implementation Gap** حادة؛ فبينما تتبنى المؤسسات خطاباً نظرياً براقاً، تصطدم عند التطبيق بعوائق تمنع وصول الرسائل بصدق.

التحدي لا يكمن فقط في "ماذا نقول"، بل في "كيف نثبت ما نقول" ضمن بيئة رقمية شديدة الرقابة (Signitzer & Prexl, 2008).

المحور الأول: التحديات التنظيمية



تحدي الموارد والاستثمار

الحاجة لميزانيات ضخمة للتدقيق تصادم مع رغبة الإدارة في أرباح سريعة (Short-termism)، حيث يُنظر للاتصال كعبء هالي (Schaltegger & Wagner, 2006).



جزر المعلومات (Silos)

حصر معلومات الاستدامة في مكاتب تقنية بعيدة عن قسم الاتصال، مما ينتج رسائل تفتقر للدقة العلمية أو الجاذبية الاتصالية (Barker & Angelopulo, 2005).

Spot green washing

There are a few common tricks that you can watch out for to make it easy to spot greenwashing and dubious sustainability claims:

VAGUE 'GREEN-SOUNDING' LANGUAGE:

Look out for words that sound good at first but have no concrete meaning legally, like 'farm fresh' or 'conscious'.

IRRELEVANT CLAIMS:

Making a big noise about one tiny green attribute on an otherwise totally anti-green product.

instead of experts.



MISLEADING NUMBERS AND PERCENTAGES

REBRANDING TO INCLUDE 'natural' PACKAGING

Products that change their look to apply the veneer of sustainability, but without actually changing anything.



MAKING THE PRODUCT PACKAGING GREEN

*At its core,
greenwashing is all
about misdirection.*

SO WHAT SHOULD WE BE LOOKING OUT FOR TO KNOW IF A BRAND IS FOR REAL

Accountability

Ironically, truly sustainable brands are transparent about how they're affecting the environment.



Clear labeling

Sustainable products should include simple language labels about exactly what's in a product.






المحور الثاني: تحدي "الغسيل الأخضر"

يعد **Greenwashing** التحدي التنفيذي الأكثر خطورة، حيث يتم توظيف الاتصال لتضليل الجمهور بشأن الأداء البيئي للمؤسسة.

آليات التضليل تشمل استخدام مصطلحات فضفاضة مثل "صديق للبيئة" دون دليل ملموس (Lyon & Montgomery, 2015).

تبعات التضليل المعلوماتي

- **أزمات السمعة:** اكتشاف أي تضليل يؤدي إلى أزمات مدمرة في ظل وعي المستهلكين. 
- **المساءلة القانونية:** صعود التشريعات الصارمة ضد الادعاءات البيئية الكاذبة. 
- **الصدق الراديكالي:** أصبح الخيار الوحيد للنجاة وبناء ثقة مستدامة مع أصحاب المصلحة (Du et al., 2010). 

المحور الثالث: الثقافة وإدارة التغيير

مقاومة التغيير الداخلي

يرى الموظفون في معايير الاستدامة تعقيداً لمهامهم اليومية
(Lozano, 2015).

الفجوة المعرفية للمديرين

افتقار مديري الاتصال للخلفية العلمية (مثل البصمة الكربونية) يجعلهم
غير قادرين على التبسيط غير المخل للرسالة.



المحور الرابع: تحدي القياس والمعايير

المعيار / التحدي	الوصف التقني	أثر التنفيذ الاتصالي
معايير GRI	إطار شامل لإعداد تقارير الاستدامة العالمية.	تشتت الممارس بين التفاصيل التقنية والرسالة الاستراتيجية.
ISO 26000	إرشادات المسؤولية الاجتماعية للمؤسسات.	صعوبة تحويل التوصيات النوعية إلى مؤشرات كمية مقنعة.
المصادقية الرقمية	التحقق من بيانات سلاسل التوريد البعيدة.	خطر تورط المؤسسة في اتهامات أخلاقية بسبب شركائها.

إثبات الأثر والمصدقية



الشفافية الاستباقية

تحويل الجهود النوعية (دعم حقوق الإنسان) إلى بيانات كمية مقنعة للمستثمرين الرقميين.

01

« إن الانتقال للتنفيذ يتطلب شجاعة إدارية لإعادة الهيكلة، وتبني منهج "الشفافية الاستباقية".
التحديات ليست عوائق بل مؤشرات للتحويل من "الربح فقط" إلى "الاستدامة الشاملة". »

خلاصة المحاضرة 11 - ماجستير 1 اتصال تنظيمي

قائمة المراجع والمناقشة

هل لديك أي استفسار؟

نشكركم على حسن الاستماع والمشاركة الفعالة.

الأستاذة: كروش نوال

جامعة وهران 1

- Barker & Angelopulo (2005). Integrated Organisational Communication.
- Du, S. et al. (2010). Maximizing business returns to CSR communication.
- Global Reporting Initiative (GRI). (2020). Sustainability Reporting Standards.
- Lyon & Montgomery (2015). The means and end of greenwash.
- Signitzer & Prexl (2008). Corporate sustainability communications.

Image Sources

https://miro.medium.com/v2/resize:fit:1200/1*3R2IRm9a0WBPC7Y6P4fHEA.png

Source: medium.com



<https://thesustainableagency.com/wp-content/uploads/2023/11/How-to-spot-greenwashing-infographic-min-1.png>

Source: thesustainableagency.com



<https://herrmann.co.nz/wp-content/uploads/sites/4/2024/04/Change-Management-Blog-Hero-Image.png>

Source: herrmann.co.nz



https://news.mit.edu/sites/default/files/styles/news_article__image_gallery/public/images/202108/Sourcemap_MITNews.jpg?itok=F_u8kSZO

Source: news.mit.edu

