

الإعلام البيئي كألية لتعزيز التنمية المستدامة للمؤسسات الاجتماعية الناشئة
بالجزائر - رؤية تحليلية للقطاع السياحي -

Environmental Media as a Mechanism for Promoting Sustainable
Development of Emerging Enterprises in the Tourism Sector in
Algeria -Analytical view for tourism sector-

تاريخ النشر: 2025/04/25

تاريخ القبول: 2025/01/25

تاريخ الإرسال: 2024/12/23

نبيل بن مدّور¹، صديقة بصوف²

¹مخبر دراسات الإعلام والوسائط الرقمية، جامعة أم البواقي، الجزائر،

EMAIL : benmeddour.nabil@univ-oeb.dz

²مخبر آفاق الحوكمة للتنمية المحلية، المركز الجامعي بركة، الجزائر،

EMAIL : sadika.bessouf@cu-barika.dz

الملخص:

تركز ورقتنا البحثية على دور الإعلام البيئي في تحفيز الاستدامة والنمو للمؤسسات الناشئة في القطاع السياحي، وتحفيز التفكير حول كيفية استخدام الإعلام البيئي كأداة استراتيجية لتحسين الوعي والأداء البيئي والاقتصادي في هذا القطاع الحيوي، وكيف يمكن للإعلام البيئي أن يساهم في تحقيق التنمية المستدامة للمؤسسات الناشئة في قطاع السياحة في الجزائر.

ويتطلب تحليل هذه الإشكالية فهم دور الإعلام البيئي في تعزيز الوعي بقضايا البيئة وتشجيع التنمية المستدامة، وكيف يؤثر ذلك على الأعمال والأداء البيئي للمؤسسات الناشئة في مجال السياحة، كما تشمل عوامل مهمة كالاتصال البيئي والتسويق البيئي والقوانين البيئية، وتحديد الخطوات العملية لاستفادة الأعمال الناشئة والبيئة معا. الكلمات المفتاحية: الإعلام البيئي؛ التنمية المستدامة؛ المؤسسات الاجتماعية؛ القطاع السياحي؛ آليات التعزيز.

المؤلف المرسل: نبيل بن مدّور، الإيميل: benmeddour.nabil@univ-oeb.dz

Abstract:

Our research focuses on the role of environmental media in stimulating sustainability and growth for enterprises in the tourism sector, encouraging reflection on how environmental media can be used as a strategic tool to improve awareness, environmental performance, and economic outcomes in this active sector. Moreover, it examines how environmental media can contribute to achieving sustainable development for growing institutions in the tourism sector in Algeria.

The analysis of this problem statement necessitates the study and comprehension of the role of environmental media in promoting environmental awareness and encouraging sustainable development. It also explores how this can influence the operations and environmental performance of growing institutions in the field of tourism. Factors like environmental communication, environmental marketing, and environmental regulations are important components. Furthermore, the practical steps required to benefit both emerging businesses and the environment need to be identified.

Keywords: Environment media ; Duration developpement ; Social institution ; Touristic tasks ; Strategic tools.

1. مقدمة:

تشهد صناعة السياحة تطورات هائلة ونموًا غير مسبوق، حيث أصبحت واحدة من أهم القطاعات الاقتصادية في العالم، ومع زيادة الوعي بأهمية المحافظة على البيئة والاستدامة، أصبحت قضايا البيئة والاستدامة تحتل مكانة متزايدة في قلوب وعقول السياح والمسافرين، وقد أصبح دمج الجوانب البيئية في قطاع السياحة ضرورة ملحة، إذ يتعامل العالم مع تحديات بيئية جسيمة تتطلب تحركًا فوريًا وشاملاً للحفاظ على الموارد



الطبيعية والبيئة، كما تشهد مؤسسات السياحة الناشئة تزايدًا في أعدادها حيث تسعى إلى تلبية تطلعات المسافرين الباحثين عن تجارب فريدة ومستدامة.

مع تزايد عدد الباحثين عن تجارب سياحية فريدة ومستدامة، نجد أن المؤسسات السياحية الناشئة تلعب دورًا مهمًا في تلبية هذا الطلب المتزايد، تلك المؤسسات غالبًا ما تبتكر أساليب جديدة ومبتكرة لتقديم تجارب سياحية تجمع بين الجاذبية السياحية والاستدامة.

وهنا يأتي دور الإعلام البيئي كعنصر أساسي في هذا السياق. يعتبر الإعلام البيئي وسيلة فعالة لتوجيه الانتباه والاهتمام نحو قضايا البيئة والاستدامة في قطاع السياحة. يساعد في نقل المعرفة والوعي بالتأثيرات البيئية للسياحة ويبرز العوامل التي يجب مراعاتها للمحافظة على البيئة الطبيعية والثقافة المحلية في وجهات السفر، ولا يقتصر دوره على التوعية فقط، بل يتعدى ذلك إلى دعم المبادرات المستدامة وتشجيع المؤسسات الناشئة في قطاع السياحة على اتباع ممارسات مستدامة، ويمكن للإعلام البيئي أيضًا أن يعزز الوعي بفوائد تنمية المشاريع السياحية الصغيرة والناشئة التي تضمن استدامة الموارد وتحقيق توازن بين التنمية الاقتصادية والحفاظ على البيئة.

إن فهم كيفية تأثير الإعلام البيئي على مستقبل المؤسسات السياحية الناشئة يمكن أن يساعد في تطوير استراتيجيات أفضل لتعزيز السياحة المستدامة ودعم التنمية المستدامة في هذا القطاع الحيوي. لذا، سيستكشف هذا البحث الأثر الإيجابي للإعلام البيئي كوسيلة لتعزيز تنمية المؤسسات الناشئة في قطاع السياحة، بالتركيز على كيفية تحقيق التوازن بين الاستدامة البيئية والتنمية الاقتصادية ودور الإعلام البيئي كأداة حيوية لنقل القيم البيئية والاستدامة للسياح والمؤسسات السياحية الناشئة.

هذا السياق يبرز أهمية الإعلام البيئي كوسيلة مؤثرة وحيوية لتوجيه الاهتمام والجهد نحو تطبيق مفهوم السياحة المستدامة، فالإعلام البيئي يعمل على نقل المعلومات والوعي

حول التأثيرات البيئية للسياحة ويسلط الضوء على الأمور التي يجب مراعاتها للحفاظ على البيئة والموروث الثقافي في الوجهات السياحية.

تتنوع أدوار الإعلام البيئي بين توجيه الجمهور نحو اختيارات سياحية مستدامة وتشجيع المؤسسات الناشئة على اتباع ممارسات مستدامة. يمكنه أيضاً تعزيز الوعي بفوائد تنمية المشاريع السياحية الصغيرة والناشئة التي تضمن استدامة الموارد وتعزيز التوازن بين التنمية الاقتصادية والحفاظ على البيئة.

إن هذا البحث يهدف إلى استكشاف الأثر الإيجابي للإعلام البيئي في تعزيز تنمية المؤسسات الناشئة في قطاع السياحة، بالتركيز على كيفية تحقيق التوازن بين الاستدامة البيئية والتنمية الاقتصادية، وكذلك تحليل دور الإعلام البيئي كأداة حيوية لنقل القيم البيئية والاستدامة للسياح والمؤسسات السياحية الناشئة.

ومن هنا نطرح التساؤل التالي: كيف يساعد الإعلام البيئي في تعزيز التنمية المستدامة للمؤسسات الاجتماعية الناشئة في القطاع السياحي بالجزائر؟

2. الإجراءات المنهجية للدراسة:

1.2 أهداف الدراسة:

- كيف يمكن لوسائل الإعلام البيئي في الجزائر أن تسهم في زيادة الوعي بأهمية الممارسات البيئية المستدامة للمؤسسات الاجتماعية الناشئة؟
- دور الإعلام البيئي في تعزيز استدامة القطاع السياحي في الجزائر ودعم نمو المشاريع الناشئة في هذا القطاع
- كيفية التفاعل بين الشركات الناشئة في مجال السياحة والجهات الحكومية والمجتمع المحلي لتعزيز التنمية المستدامة في القطاع السياحي بالجزائر.

2.2 أهمية الدراسة:



تحمل هذه الورقة العلمية أهمية كبيرة في الحقل الأكاديمي لعدة أسباب:

تعزيز فهم التنمية المستدامة؛ حيث ستساهم في توسيع فهمنا لكيفية تحقيق التنمية المستدامة في قطاع السياحة بالجزائر، وهي مسألة ذات أهمية عالمية في ظل التحديات البيئية والاقتصادية الحالية.

ناهيك عن توجيه البحث والسياسات؛ فنتائج هذه الدراسة يمكن أن تستخدم كمرشد للباحثين وصناع السياسات في تطوير استراتيجيات وسياسات تعزيز التنمية المستدامة للمؤسسات الناشئة في قطاع السياحة، ضف لذلك إبراز دور الدراسات البيئية من خلال مساهمة هذه الورقة البحثية في تطوير مجال الإعلام البيئي والبحث البيئي بشكل عام، وتبسيط الضوء على أهمية الإعلام في التوعية بالقضايا البيئية والتنمية المستدامة.

بالإضافة إلى تحفيز البحث المستقبلي، فهي ستوفر قاعدة للبحوث المستقبلية في مجال التنمية المستدامة ودور الإعلام في تحقيقها، مما يشجع على إجراء مزيد من البحوث والاستكشافات في هذا المجال.

باختصار، تلعب هذه الدراسة دورًا هامًا في إثراء المعرفة الأكاديمية والمساهمة في التفكير والعمل نحو تعزيز التنمية المستدامة في قطاع السياحة بالجزائر ومناطق أخرى.

3.2 منهجية البحث:

لتحقيق أهداف الدراسة الوصفية التحليلية تم تقسيم البحث إلى ثلاث محاور:

أولاً: دور الإعلام البيئي في نشر الوعي بقضايا البيئة والاستدامة وتحفيز المؤسسات الناشئة في قطاع السياحة لتبني ممارسات أكثر استدامة.

ثانياً: تأثير الإعلام على اتخاذ القرار من خلال توجيه عمليات اتخاذ القرار للمؤسسات الناشئة في مجال السياحة بالجزائر.

ثالثا: كيفية تفاعل المؤسسات الناشئة مع وسائل الإعلام البيئي وكيف يمكن لهذا التفاعل أن يؤدي إلى تحسين أدائها.

هذه النقاط الثلاثة تمثل محاور الدراسة وتساهم في توجيه البحث وتحليل دور الإعلام البيئي في تعزيز التنمية المستدامة للمؤسسات الناشئة في قطاع السياحة بالجزائر.

4.2. التساؤلات العامة حول الموضوع:

نتبع العديد من التساؤلات التي يمكن تناولها في دراسة الإعلام البيئي وتعزيز التنمية المستدامة للمؤسسات الناشئة في المجال السياحي في الجزائر، ومنها:

ما هو الإعلام البيئي في سياقه الثقافي والاجتماعي؟

ما هي آثار الإعلام البيئي على المؤسسات الاجتماعية الناشئة؟

كيف تستفيد المؤسسات الناشئة من الإعلام البيئي لتعزيز استدامة أنشطتها؟

ما هي تحديات المؤسسات الناشئة في استخدام الإعلام البيئي لتحقيق التنمية المستدامة؟

فيما تتمثل التوجهات المستقبلية لتعزيز استخدام الإعلام البيئي في دعم التنمية المستدامة للمؤسسات الاجتماعية الناشئة في الجزائر؟

5.2. مدخل مفاهيمي:

أ. الإعلام البيئي:

يُعرّف الإعلام البيئي بأنه نقل المعلومات والأخبار حول القضايا البيئية والمحافظة على الطبيعة، ويشمل هذا النقل الإعلامي استخدام وسائل الإعلام المتنوعة، مثل التلفزيون، الصحف، الإذاعة، ووسائل الإعلام الرقمية، لتوفير معلومات حول التحديات البيئية والحلول الممكنة. (عربيات ومزاهرة، 2010، ص15-16)

وفي دراستنا هذه يرمز الإعلام البيئي لذلك النشاط الذي يستخدم وسائل الإعلام لتسليط الضوء على القضايا البيئية، وتوجيه الانتباه إلى مسائل الحفاظ على الطبيعة والتنوع البيولوجي، كما يهدف إلى نقل المعلومات بشكل دقيق وشفاف للجمهور، مع التركيز على توعية الناس حول التحديات البيئية وتشجيعهم على المشاركة في الحفاظ على البيئة.

تُعتبر وسائل الإعلام البيئي أداة فعالة لنقل الأخبار والمعلومات حول قضايا البيئة وتعزيز الوعي والفهم الشامل لأهمية المحافظة على البيئة.

ب. المؤسسات الاجتماعية:

تعرف المؤسسات الاجتماعية بأنها تلك الهياكل أو الكيانات التي تُقَيِّم وتُنَفِّذ البرامج والخدمات الاجتماعية في مجتمع معين، حيث تشمل هذه المؤسسات مجموعة واسعة من المنظمات غير الربحية والهيئات الاجتماعية التي تعمل على تحقيق الأهداف الاجتماعية والإنسانية. (بوالشعور، 2018، ص 431)

وفي هذه الدراسة تُعرف المؤسسات الاجتماعية على أنها هيكليات أو هيئات تعمل في مجال الخدمات الاجتماعية، وتتنوع بين المنظمات غير الربحية والمؤسسات الحكومية والشراكات الخاصة، إذ تهدف إلى تلبية احتياجات وتحسين جودة حياة الفرد والمجتمع بشكل عام من خلال تقديم خدمات تعليمية، صحية، اقتصادية، واجتماعية.

بشكل عام، يمكن تلخيص المؤسسات الاجتماعية بأنها هي الهياكل التي تعنى بتوفير الدعم والخدمات للفئات الضعيفة وتحسين ظروف المجتمع والفرد فيه. (الطائي، 2016، ص 15)

ث. المؤسسات الناشئة:

تعرف المؤسسات الناشئة أنها الكيانات أو الهياكل الصغيرة أو الجديدة التي تم تأسيسها حديثاً لتحقيق أهداف معينة، وتكون هذه المؤسسات غالباً مرتبطة بالابتكار والأفكار

الجديدة، وتهدف إلى تطوير وتحسين خدمات أو منتجات جديدة في سوق معين. (بخيتي و بوعونية، 2020، ص 590)

وتتميز هذه الكيانات أو المؤسسات بالابتكار والروح الريادية، كما تكون غالبًا مرتبطة بالتكنولوجيا أو الأعمال الاجتماعية، وتسعى إلى تحقيق نجاح تجاري أو تأثير اجتماعي في وقت قصير، وتشمل المؤسسات الناشئة شركات الأعمال الصغيرة والمشاريع الابتكارية التي تسعى للنمو وتوسيع نطاق تأثيرها.

ج. التنمية المستدامة:

ترمز التنمية المستدامة لذلك النمو الذي يحقق احتياجات الجيل الحالي دون التأثير الضار على قدرة الأجيال المستقبلية على تحقيق احتياجاتها، حيث يتم تحقيق هذا النوع من التنمية من خلال تحقيق التوازن بين الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، مما يساهم في الحفاظ على البيئة والتوازن بين الأنظمة البيئية والمجتمعية. (أحمد، 2022، ص 398)

كما تُعرف التنمية المستدامة بأنها نمو اقتصادي واجتماعي يُحقّق التحسينات في مستوى حياة الأفراد والمجتمعات، مع الأخذ في اعتباره تقليل الآثار البيئية الضارة التي تشمل استخدام الموارد بكفاءة، وتطوير تكنولوجيا نظيفة، وتعزيز المساواة الاجتماعية والاقتصادية، بهدف الحفاظ على البيئة وتحسين جودة الحياة للأجيال الحالية والمستقبلية. (حيموم، 2021، ص 311)

ح. القطاع السياحي:

يعرف القطاع السياحي بأنه النشاط الاقتصادي والاجتماعي المتعلق برحلات السفر والإقامة في أماكن جديدة لأغراض الترفيه والتعلم والاسترخاء، وذلك عبر تقديم العديد من الخدمات والأنشطة مثل الفنادق، والمطاعم، والنقل، والأنشطة الترفيهية، ويلعب دورًا هامًا في تعزيز التبادل الثقافي وتحقيق الدخل الوطني. (بوعموشة، 2011، ص 49)

وهو أيضا جزء من الاقتصاد الوطني يشمل جميع الأنشطة المتعلقة بالسياحة، بما في ذلك الخدمات المباشرة مثل الإقامة والتغذية والنقل، والخدمات غير المباشرة مثل التسوق والترفيه، ويساهم في توليد الدخل وخلق فرص العمل، إذ يتطلب النجاح في هذا القطاع التوازن بين جذب السياح والحفاظ على الموارد الثقافية والبيئية. (الجاف، 2021)

3. تأثير الإعلام البيئي على المؤسسات الاجتماعية الناشئة:

في سياق التحولات الاجتماعية والبيئية المستمرة، يبرز تأثير الإعلام البيئي كعامل حيوي يشكل أساسًا لتحفيز نماذج جديدة للتنمية المستدامة، حيث يعتبر الإعلام البيئي ذلك الجسر الذي يربط بين القضايا البيئية والمجتمع، ويفتح نوافذ التفاهم والتواصل الفعال، وفي هذا الصدد يظهر تأثير الإعلام البيئي بوضوح على المؤسسات الاجتماعية الناشئة، حيث يلعب دورًا حيويًا في تعزيز الوعي وتحفيز التفاعل في سبيل تحقيق التنمية المستدامة. (ملحة، 2020، صفحة 135)

سيتم استكشاف الآثار الملموسة لهذا التأثير في دراستنا هذه، حيث سيتم التركيز على كيفية تعزيز الإعلام البيئي للمؤسسات الاجتماعية الناشئة، وكيف يمكن لهذا التفاعل الدينامي أن يكون محفزًا لتحقيق التنمية المستدامة وإحداث تأثير إيجابي في المجتمع والبيئة.

ويشمل تأثير الإعلام البيئي على المؤسسات الاجتماعية الناشئة مجموعة واسعة من التأثيرات التي قد تكون إيجابية ومحفزة على التنمية المستدامة على غرار:

زيادة الوعي البيئي: حيث يساهم الإعلام البيئي في زيادة وعي المجتمع حول قضايا البيئة والتحديات المستدامة، إذ يمكن للمؤسسات الاجتماعية الناشئة الاستفادة من هذا الوعي لتعزيز قيمها وأهدافها البيئية.

التشجيع على التحول الاجتماعي: يمكن أن يؤثر الإعلام البيئي على توجهات المجتمع نحو التصرف المستدام والمسؤول، فالمؤسسات الاجتماعية الناشئة قد تجد فرصاً لتشجيع التحول الاجتماعي نحو ممارسات أكثر استدامة.

فرص التمويل والشراكات: يمكن أن يجذب الاهتمام المتزايد بالقضايا البيئية من قبل وسائل الإعلام الدعم المالي والشراكات، فالمؤسسات الاجتماعية الناشئة التي تركز على الاستدامة قد تجذب بشكل أكبر المستثمرين المهتمين بالبيئة.

توسيع الشبكات والتواصل: يفتح الإعلام البيئي أبواب التواصل مع جمهور أوسع ومتنوع، وهو ما يسمح للمؤسسات الاجتماعية الناشئة الاستفادة من هذا التواصل لتوسيع شبكاتها وزيادة تأثيرها.

تحفيز التفاعل المجتمعي: يشجع الإعلام البيئي على التفاعل المجتمعي والمشاركة في مبادرات بيئية، فتلك المشاركة يمكن أن تعزز دور المؤسسات الاجتماعية الناشئة في تحقيق التنمية المستدامة.

تكوين الشراكات الدولية: يفتح الإعلام البيئي أبواب التواصل مع منظمات دولية وشركاء عالميين مهتمين بالقضايا البيئية، ويؤدي ذلك بالمؤسسات الاجتماعية الناشئة لإيجاد فرص لتبادل المعرفة وتكوين شراكات مع مؤسسات أخرى حول العالم.

4. التأثير البيئي على القطاع السياحي:

في ظل التحولات البيئية العالمية والاهتمام المتزايد بالقضايا البيئية، يظهر التأثير البيئي بوضوح على القطاع السياحي، والذي يعتمد بشكل كبير على الطبيعة والثقافة، وعرضة لتأثيرات البيئة بشكل مباشر، ويشكل تفاعل البيئة والسياحة نقطة تلاقي هامة تتطلب فحصاً دقيقاً لتقييم كيف يؤثر البيئة على تشكيل وتطوير هذا القطاع الحيوي. (أحمد،

(2017)

وستنطلق إلى التأثيرات المتعددة للعوامل البيئية على القطاع السياحي، كما سندستكشف كيف يتأثر السفر والسياحة بالتغيرات في الطقس والطبيعة، وكيف يمكن للممارسات السياحية المستدامة أن تلعب دورًا حيويًا في الحفاظ على البيئة وتعزيز استدامة هذا القطاع الاقتصادي المهم.

التغيرات المناخية وتأثيرها على وجهات السياحة: يشهد القطاع السياحي تأثيرًا متزايدًا نتيجة لتغيرات المناخ، مثل ارتفاع درجات الحرارة والتقلبات في الطقس، حيث تؤثر هذه التغيرات على جاذبية الوجهات السياحية، مع تأثير كبير على السياحة الطبيعية.

التنقل وأثار النقل على البيئة: زيادة حركة النقل السياحي قد تؤدي إلى زيادة انبعاثات الكربون وتلوث الهواء، وتشجيع وسائل النقل المستدامة وتحسين بنية النقل يمكن أن يقلل من الآثار البيئية السلبية.

تشجيع الممارسات السياحية المستدامة: تأثير السياحة المستدامة يشمل تعزيز الممارسات التي تحترم البيئة والمجتمع المحلي، وتوجيه السياحة نحو الفعاليات البيئية والاستدامة يمكن أن يعزز فهم الزوار للتأثير البيئي.

المشاركة المجتمعية والتوعية: تشجيع المشاركة المجتمعية في القطاع السياحي يساهم في توجيه التأثير البيئي بشكل فعال، كما تساهم برامج التوعية للزوار والمجتمعات المحلية في تعزيز المسؤولية البيئية.

التحفيز الاقتصادي للاستدامة: تشجيع المؤسسات السياحية على اتباع ممارسات استدامة يمكن أن يوفر تحفيزًا اقتصاديًا لتبني أسلوب أكثر استدامة، ويتطلب ذلك دعمًا من الحكومات والمنظمات لتحفيز القطاع باتجاه التنمية المستدامة.

كيف يمكن للمؤسسات الناشئة في القطاع السياحي الاستفادة من الإعلام البيئي؟

تتطلب إدارة تأثير القطاع السياحي على البيئة توازناً دقيقاً بين استمرار النشاط السياحي وحماية الموارد البيئية من خلال تبني الممارسات السياحية المستدامة، ويمكن أن يلعب القطاع دوراً حيوياً في الحفاظ على الطبيعة وتعزيز التوازن بين السياحة والحفاظ على البيئة. (FERRE, 2000)

كما يمكن للمؤسسات الاجتماعية الناشئة في مجال السياحة الاستفادة من الإعلام البيئي لتعزيز استدامة أنشطتها من خلال تنفيذ مجموعة من الإجراءات والمبادرات، كتبسيط الضوء على الممارسات المستدامة وعلى المبادرات والممارسات البيئية الإيجابية التي تقوم بها المؤسسة الاجتماعية، وإنشاء حملات إعلامية تركز على استدامة الرحلات والنشاطات السياحية، ضف إلى ذلك التفاعل مع وسائل الإعلام البيئية لزيادة التغطية حول الجهود في مجال الاستدامة، وذلك يمكن أن يشمل المشاركة في مقابلات، كتابة مقالات أو إنشاء محتوى مرئي. (الجاف، 2021، صفحة 141)

زد على ذلك استخدام وسائل التواصل الاجتماعي بفعالية من خلال بناء وجود قوي على وسائل التواصل الاجتماعي واستخدامها لتشجيع المشاركة المجتمعية في مبادرات الاستدامة، في صورة مشاركة قصص النجاح والتحديات التي تواجهها المؤسسات الاجتماعية، وتوفير محتوى تثقيفي يوضح للجمهور كيف يمكن للسياحة أن تكون مستدامة وتؤثر إيجابياً على المجتمع المحلي من خلال مقالات، وورشات عمل تثقيفية، وكذا التعاون مع المنظمات البيئية المحلية أو الدولية حيث يمكن لهذا التعاون تقديم فرص للمشاركة في مشاريع مشتركة تعزز الاستدامة. (بويدي، 2022، ص 98)

هذا ويعتبر تقييم الأثر البيئي نهجاً مستداماً في الأعمال اليومية وكذا تقييم الأثر البيئي لنشاطات المؤسسات الاجتماعية بانتظام ثم مشاركة النتائج مع الجمهور، فمن خلال تنفيذ هذه الخطوات، يمكن للمؤسسات الاجتماعية الناشئة في مجال السياحة البناء على صورتها ككيان مستدام ومسؤول اجتماعياً.

5. التحديات والفرص:



تواجه المؤسسات الاجتماعية الناشئة العديد من التحديات التي يمكن أن تؤثر على قدرتها على تحقيق أهدافها والنجاح في مهمتها الاجتماعية. من بين هذه التحديات التمويل المستدام، حيث يعتبر الحصول على تمويل مستدام ومناسب واحداً من أكبر التحديات التي تواجهها المؤسسات الاجتماعية الناشئة، فمن الصعب جذب استثمار طويل الأمد أو الحصول على تمويل من مصادر موثوقة وثابتة، ويتطلب نجاح المؤسسات الاجتماعية الناشئة بناء شبكات وعلاقات قوية مع المانحين والشركاء والمجتمع المحلي والتي غالباً ما تعاني من هذا الإشكال لبناء هذه العلاقات في بداياتها. (أحمد، 2017، صفحة 114)

ومن التحديات التي يمكن أن تواجه المؤسسات الاجتماعية الناشئة نجد ما يسمى بإدارة النمو أين يكون التحكم في النمو والتوسع تحدياً، حيث يجب على المؤسسات الاجتماعية الناشئة الحفاظ على التوازن بين تلبية الاحتياجات المتزايدة والحفاظ على جودة الخدمات أو المنتجات التي تقدمها، كما نجد تحدي التأثير والقياس الذي يصعب قياسه بشكل دقيق، وهذا يشكل تحدياً للمؤسسات الاجتماعية الناشئة في إظهار قيمتها المضافة بطريقة قابلة للقياس والتحقق، بالإضافة إلى التشريعات والقوانين التي يمكن أن تواجه المؤسسات الاجتماعية الناشئة والعقبات القانونية والبيروقراطية في البلدان التي تعمل فيها، وهذا ما يتطلب فهماً جيداً للتشريعات المحلية والتعامل معها بفعالية.

ضف إلى ما سبق ذكره تأثير التكنولوجيا حيث يتوجب على المؤسسات الاجتماعية الناشئة مواكبة التطورات التكنولوجية واستخدامها بفعالية لتعزيز أنشطتها وتحسين تأثيرها، من خلال استغلالها للتوعية والتسويق الإلكتروني لجذب الانتباه إلى قضاياها وأهدافها؛ وهذه بعض التحديات الرئيسية، ويمكن أن يكون التفاعل مع هذه التحديات بشكل فعال جزءاً مهماً من رحلة نجاح المؤسسات الاجتماعية الناشئة.

6. التوجهات المستقبلية والسياسات:

من بين التوجهات المستقبلية المقترحة لتعزيز استخدام الإعلام البيئي في دعم التنمية المستدامة للمؤسسات الاجتماعية الناشئة في الجزائر نذكر:

-التوعية والتثقيف من خلال تعزيز برامج حول أهمية التنمية المستدامة ودور المؤسسات الاجتماعية الناشئة في تحقيقها، وكذا إطلاق حملات إعلامية تركز على قضايا البيئة والاستدامة لتعزيز الفهم والتحفيز للمشاركة الفعّالة.

-تعزيز استخدام تكنولوجيا المعلومات ووسائل التواصل الاجتماعي ومنصات الإنترنت لتعزيز رؤية المؤسسات وتكاملها في مجتمع رقمي، والتشجيع على تبني التكنولوجيا لتعزيز الفاعلية في التواصل وتبسيط الضوء على مشاريع مستدامة.

-الشراكات المستدامة لتعزيز التعاون بين المؤسسات الاجتماعية والقطاع الخاص والحكومة من أجل تحقيق تأثير أكبر في مجال البيئة والتنمية المستدامة، وكذا إقامة شراكات دولية لتبادل المعرفة والخبرات حول كيفية دمج الإعلام البيئي في استراتيجيات التنمية المستدامة.

-تقديم برامج تدريب وتطوير مستمرة للقادة والموظفين في المؤسسات الاجتماعية حول أحدث الاتجاهات في مجال الإعلام البيئي وتكنولوجيا المعلومات، وتعزيز القدرة على تحليل وفهم تأثير المشاريع على البيئة وكيفية تحسينها.

-المراقبة والتقييم من خلال تعزيز استخدام أدوات مراقبة وتقييم لتقييم تأثير مشاريع المؤسسات الاجتماعية على البيئة، وتطوير نظم لقياس الأثر البيئي وتوفير تقارير دورية لتحفيز المسؤولية والتحسين المستمر.

-التشجيع على الابتكار في مجال الإعلام البيئي وتوجيه الاهتمام نحو حلول تكنولوجية مبتكرة تساهم في تحقيق التنمية المستدامة، زيادة على توفير دعم مالي وتقني للمشاريع الاجتماعية الناشئة التي تسعى لتحقيق أهداف بيئية.

بتنفيذ هذه التوجهات، يمكن تحقيق تأثير إيجابي على البيئة وتعزيز التنمية المستدامة للمؤسسات الاجتماعية الناشئة في الجزائر.

7. خاتمة:

في الختام، يمكن القول إن تعزيز دور الإعلام البيئي في دعم المؤسسات السياحية الناشئة في الجزائر يتطلب جهودًا متكاملة من جميع الأطراف المعنية، بما في ذلك الحكومة، والمجتمع المدني، والقطاع الخاص من أجل تحقيق تنمية سياحية مستدامة تحافظ على البيئة وتلبي احتياجات الأجيال الحالية والمستقبلية. في الإعلام البيئي يعد أداة فعالة لتعزيز التنمية المستدامة للمؤسسات السياحية الناشئة في الجزائر، حيث يعمل على زيادة الوعي البيئي، وتحفيز تبني الممارسات المستدامة، وتوجيه القرارات نحو سياسات صديقة للبيئة من خلال دوره في نقل المعلومات والتوعية فيسهم في خلق توازن بين التنمية الاقتصادية وحماية البيئة، مما يدعم استدامة القطاع السياحي على المدى الطويل.

و عليه يمكننا الخروج ببعض النتائج أهمها:

1. الإعلام البيئي يسهم في زيادة الوعي بأهمية الممارسات البيئية المستدامة بين المؤسسات السياحية الناشئة.
2. الإعلام البيئي يؤثر بشكل إيجابي على قرارات المؤسسات السياحية الناشئة، مما يحفزها على تبني سياسات مستدامة.
3. التفاعل بين المؤسسات السياحية الناشئة ووسائل الإعلام البيئي يعزز من فرص تحسين أدائها البيئي.
4. التحديات المالية والتقنية تقف عائقًا أمام المؤسسات السياحية الناشئة في تبني الممارسات المستدامة و الاعلام البيئي يلقي الضوء عليها.
5. الشراكة بين المؤسسات الناشئة والمجتمع المحلي تعزز من فعالية الممارسات البيئية.

6. التكنولوجيا الحديثة تسهم في تحسين التواصل بين المؤسسات السياحية الناشئة ووسائل الإعلام البيئي.

ويمكن وضع بعض التوصيات والاقتراحات منها:

1. ضرورة تعزيز الحملات الإعلامية البيئية الموجهة نحو المؤسسات السياحية الناشئة، مع التركيز على تقديم أمثلة ناجحة لمؤسسات سياحية مستدامة.
2. تطوير برامج تدريبية للمؤسسات السياحية حول كيفية دمج البعد البيئي في استراتيجياتها، بدعم من الجهات الحكومية والمنظمات البيئية.
3. تشجيع المؤسسات السياحية على التفاعل مع وسائل الإعلام البيئي من خلال مشاركة تجارب المؤسسات سياحية ناجحة في مجال الاستدامة.
4. توفير دعم مالي وتقني من الجهات الحكومية والمنظمات الدولية في إطار التعاون الدولي والشراكة لتمكين هذه المؤسسات من تنفيذ مشاريع مستدامة من مستوى المؤسسات الناجحة والرائدة على المستوى العالمي، كما لا يغفل ضرورة فتح المجال للقطاع الخاص لتقديم الدعم المالي والتقني في مجال التنمية السياحية.
5. التعاون بين المؤسسات السياحية والمجتمعات المحلية لتنفيذ مبادرات بيئية مشتركة.
6. تشجيع استخدام التكنولوجيا الرقمية ومنصات التواصل الاجتماعي لنشر الوعي البيئي وتعزيز الممارسات المستدامة.

5. قائمة المراجع:

باللغة العربية:

- 1- بشير محمد، عريبات، و أيمن سليمان ماهرة. (2010). *التربية البيئية*. عمان، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.
- 2- أحمد، ح. (2022). دور القانون في تحقيق أهداف التنمية المستدامة. *مجلة الحقوق والعلوم السياسية جامعة خنشلة*. 398 ,
- 3-الجاف, أ (2021). أكتوبر 12. (3-مفهوم الإعلام البيئي محاولة لصياغة استراتيجية الإعلام البيئي في إقليم كردستان العراق . Récupéré sur kawamakurd: <https://www.kawamakurd.com/t595-topics/end6998>
- 4-الطائي, م. ح. (2016). *المسؤولية الاجتماعية للشركات وأخلاقيات الأعمال*. عمان، الأردن: دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 5-بخيتي, ع & ,بوعويّة, س. (2020). *المؤسسات الناشئة ، الصغيرة والمتوسطة في الجزائر واقع وتحديات دراسات وأبحاث*. 590 ,
- 6-بوالشعور, ش. (2018). دور حاضنات الأعمال في دعم وتنمية المؤسسات الناشئة: Startups دراسة حالة الجزائر. *مجلة البشائر الاقتصادية*. 431 ,
- 7-بوبيدي, ع. (2022). دور الاتصال التسويقي في الترويج للسياحة في الجزائر - دراسة ميدانية على عينة من مديريات السياحة بالشرق الجزائري أطروحة دكتوراه ل م د .باتنة, قسم علوم الإعلام والاتصال و علم المكتبات, الجزائر: جامعة باتنة 1.
- 8-بوعموشة, ح. (2011). دور القطاع السياحي في تمويل الاقتصاد الوطني لتحقيق التنمية المستدامة : دراسة حالة الجزائر .سطينف, الجزائر: جامعة سطيف.
- 9-حيموم, م. (2021). التنمية المستدامة على ضوء أحكام القانون الجزائري. *مجلة الأبحاث القانونية والسياسية جامعة سطيف* 311.2 ,
- 10-عريبات, ب. م & , ماهرة, أ. س. (2010). *التربية البيئية*. عمان، الأردن: دار المناهج للنشر والتوزيع.

باللغة الأجنبية:

1-Jean-Luc FERRE, Les Start-Up. Nouvelle Economie, Nouvel Eldorado ?, Les essentiels, Milan- Italie, 2000.

