

أهمية العلاقات العامة في إدارة أزمة ندرة الماء بالجزائر

دراسة ميدانية لشركة المياه والتطهير سيال SEAAL خلال سنة 2024

The importance of public relations in managing the water crisis in Algeria A case study for General Directorate of the Water Sanitation Company SEAAL during the year 2024

د. مموسهام، جامعة الجزائر3، كلية علوم الإعلام والاتصال

memou.sihem@univ-alger3.dz

تاريخ النشر: 2024/12/23

تاريخ القبول: 2024/11/29

تاريخ الاستلام: 2024/10/15

ملخص:

تبحث هذه الدراسة في الدور المحوري للعلاقات العامة في معالجة أزمة ندرة المياه في الجزائر، مع التركيز على عمليات شركة المياه والتطهير سيال في الجزائر العاصمة خلال سنة 2024، كما تهدف إلى تقييم مكانة العلاقات العامة في مؤسسة "سيال"، ودراسة دور العلاقات العامة كأداة محورية في إدارة الأزمات من خلال استكشاف استراتيجيات العلاقات العامة وفعاليتها في رفع الوعي العام بشأن الحفاظ على المياه، والتحديات في نشر المحتوى، والجهود المبذولة لتعزيز الثقة بين شركة سيال وجمهورها الخارجي، وتدخل هذه الدراسة الميدانية ضمن دراسات الحالة، أظهرت الدراسة أن العلاقات العامة في شركة سيال تلعب دورا هاما في إدارة أزمة ندرة المياه في الجزائر، خلال المجهودات التي تبذلها يوميا من اجل نشر الوعي لدى بيئتها الخارجية حول الاستهلاك الرشيد للمياه و الحفاظ على هذا المورد الثمين، إلا أنها لازالت تواجه تحديات خاصة فيما يتعلق بتحسين التواصل مع الجمهور الخارجي وبناء الثقة معه.

الكلمات المفتاحية: العلاقات العامة، الأمن المائي، إدارة الأزمات، ندرة الماء

Abstract:

This study examines the pivotal role of public relations in addressing the water scarcity crisis in Algeria, focusing on the operations of the Water and Sanitation Company SEAAL in Algiers during the year 2024. The study aims to assess the standing of public relations within the SEAAL organization and investigate its role as a key tool in crisis management by exploring public relations strategies and their effectiveness in raising public awareness about water conservation, the challenges in disseminating content, and efforts to enhance trust between SEAAL and its external audience.

The study shows that public relations at the SEAAL company play an important role in managing the water scarcity crisis in Algeria, through the daily efforts it makes to raise awareness among its external environment about the rational consumption of water and the preservation of this precious resource.

Keywords: Public Relations, Crisis Management, Water Scarcity

1. مقدمة:

تواجه البشرية اليوم تحديات كثيرة تهدد استقرارها وازدهارها، ومن أبرزها الأمن المائي، ذلك المفهوم الذي يُشير إلى قدرة الدول على توفير احتياجاتها من المياه العذبة بشكل مستدام، مع ضمان جودتها بالقدر الكافي، وحمايتها في نفس الوقت من التلوث عن طريق المحافظة على النظم البيئية والموارد المائية المتوفرة، والسعي بكل السبل للبحث عن مصادر مائية جديدة وتطويرها.

يعد موضوع الأمن المائي من الموضوعات المهمة التي تشغل اهتمام السياسيين والباحثين في الشؤون المائية، وذلك نظرا للأهمية التي يحتلها الماء ودوره المهم الذي يلعبه في جميع مجالات الحياة بدءًا من الشرب مرورًا بالزراعة والصناعة والري، وصولاً إلى الحفاظ على النظم البيئية، إذ

بدونه، لا يمكن للحياة أن تستمر، كقوله تعالى (وَجَعَلْنَا مِنَ الْمَاءِ كُلَّ شَيْءٍ حَيٍّ) (سورة الأنبياء، 30)

فقد أصبحت مهمة تحقيق الأمن المائي رهان تضاربت عليه معظم دول العالم نظرا لتصادمها مع عدة مشاكل منها مشكلة التلوث والتغيرات المناخية التي بدورها تسبب ندرة في المياه.

عرفت الجزائر على غرار بعض الدول الإفريقية (ليبيا، تونس، موريتانيا) خلال السنوات الأخيرة ندرة في المياه، فقد لوحظ نقص في الموارد المائية وهذا راجع إلى عدة أسباب، خاصة منها المناخية حيث يتميز الإقليم الإفريقي بارتفاع درجات الحرارة وقلة سقوط الأمطار ما جعل المناخ في هذه المناطق شبه جاف، كما تعتمد هذه الدول بشكل كبير على القطاع الزراعي الذي يتطلب كميات كبيرة من المياه في مواسم الجفاف، إضافةً إلى زيادة النمو الديموغرافي المستمر الذي يؤدي إلى زيادة الطلب على المياه، سواء للشرب أو للاستخدامات الأخرى.

تعد الدولة السلطة الوحيدة المسؤولة عن إدارة الموارد المائية. ومع ذلك، نظراً للتكاليف الباهظة المرتبطة بإدارة هذا القطاع، قامت وزارة الموارد المائية بتفويض بعض المهام إلى الجهات الفاعلة في القطاع الخاص، والتي تُمنح التصاريح اللازمة للقيام بأعمال التوصيل والصرف، بالإضافة إلى بناء السدود والآبار. من بين هذه الجهات، تبرز مؤسسة المياه والتطهير "سيال SEAAL" لمدينة الجزائر.

تعمل مؤسسة "سيال" SEAAL ، بالتنسيق مع مديرية الموارد البيئية بالولاية، على تثمين المياه غير التقليدية من خلال إعادة تصفية المياه المستعملة والمحافظة على الموارد المائية، وذلك في سياق أزمة ندرة المياه.

فيستدعي تعرض مؤسسة "سيال" لهذه الأزمة تبني استراتيجيات متقدمة للعلاقات العامة، التي تُعد من بين الوظائف الإدارية الحيوية للمؤسسات على اختلاف مجالاتها، بهدف التواصل مع

الجمهور، وتعزيز العلاقة بهم، وكسب ثقتهم عبر وسائل الإعلام والمعلومات الدقيقة. في الأوقات العادية، تُشكل العلاقات العامة جزءًا جوهريًا من هيكل المؤسسة، ولكنها تكتسب أهمية أكبر خلال الأزمات التي قد تواجهها المؤسسة، نظرًا لبيئة العمل المتغيرة وغير المستقرة.

وفي هذا السياق، قمنا باختيار مؤسسة سيال للمياه والتطهير كنموذج لدراسة واقع وأهمية العلاقات العامة في إدارة أزمة ندرة الماء في الجزائر خلال سنة 2024.

وبناء على ما سبق ذكره يمكن أن نلخص إشكاليتنا في السؤال الجوهري التالي:

كيف تساهم العلاقات العامة بمؤسسة سيال في إدارة أزمة ندرة المياه التي تعاني منها الجزائر العاصمة حاليا؟

يمكن تلخيص السؤال جوهري إلى مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما هي مكانة العلاقات العامة في مؤسسة سيال؟
 - ما هي الوسائل الاتصالية للعلاقات العامة التي تستخدمها مؤسسة سيال؟
 - ما هي إستراتيجية الاتصالية للعلاقات العامة المتبعة في إدارة أزمة ندرة المياه؟
 - ما هو دور العلاقات العامة في تحسيس وتوعية الجمهور بأسباب أزمة ندرة المياه؟
 - ما هي الخطوات المتخذة لبناء وتعزيز الثقة بين المؤسسة والجمهور الخارجي؟
- تهدف هذه التساؤلات إلى تقديم فهم شامل لدور العلاقات العامة في مؤسسة "سيال"، واستراتيجيات الاتصال المختلفة التي تُستخدم لإدارة الأزمة الحالية المتعلقة بندرة المياه في الجزائر العاصمة.

هدفنا أيضا إلى تقييم استراتيجيات العلاقات العامة وتحليل الاستراتيجيات الاتصالية المتبعة في إدارة أزمة ندرة المياه، وكيفية تكييفها مع التحديات الحالية ومتطلبات المجتمع.

وفي الأخير حاولنا تقديم توصيات عملية: اقتراح إجراءات وتوصيات لتعزيز دور العلاقات العامة في مؤسسة "سيال"، وتحسين كفاءة الاستجابة لأزمات ندرة المياه.

2. لإجراءات المنهجية للدراسة:

2.1 منهج الدراسة وأدواته:

تم الاعتماد في بحثنا على منهج دراسة الحالة بحكم دراستنا لواقع ومكانة العلاقات العامة في مؤسسة سيال للمياه والتطهير ودورها في إدارة أزمة ندرة المياه بالجزائر العاصمة، حيث تتميز بحوث دراسة الحالة بأنها أكثر قدرة على دراسة القضايا الراهنة، وتتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء دراسة ما. ويمكننا أن نصف بحث دراسة الحالة بأنه يعبر عن البحث المتعمق لحالة فرد ما أو جماعة ما، أو مؤسسة أو مجتمع عن طريق جمع البيانات عن الوضع الحالي لها، وخبراتها الماضية، وعلاقتها بالبيئة باستخدام أدوات معينة بغية معرفة العوامل المؤثرة في الحالة، وإدراك العلاقات بينها.

تعد دراسة الحالة في نظر بعض الباحثين من البحوث الوصفية التي غالباً ما تكون الطريقة الوحيدة التي يمكن استخدامها لدراسة المواقف الاجتماعية ومظاهر السلوك الإنساني.

وقد اعتمدنا في دراستنا على المقابلة كأداة أساسية لجمع المعلومات ولأنها الأنسب في دراسة الحالة ولتميّزها بالمرونة من حيث أنها تسمح للمبحوث بالاسترسال في الكلام وقد حاورنا في هذا الصدد السيد مهدي لعرب المكلف بالاتصال والعلاقات العامة بمديرية الاتصال التنمية المستدامة بشركة "سيال للمياه والتطهير وعدلان شرفة المكلف بالاتصال الجوي في نفس المؤسسة في الفترة الممتدة من شهر أفريل إلى ماي 2024.

3. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

قمنا بتحديد مجموعة من المفاهيم وهي كالتالي:

1.3 تعريف العلاقات العامة:

تعرف العلاقات العامة من وجهة نظر الإدارة على أنها وظيفة من وظائف العملية الإدارية ذات طابع مخطط ومستمر تهدف من خلاله المنظمات إلى كسب والمحافظة على تفهم وتأييد الجمهور وبناء وتدعيم علاقات سليمة مع الجمهور الداخلي والخارجي. (محمود، 2015)

عرفها "ريكسهارلو" أحد علماء علم الاجتماع ومن الممارسين للعلاقات العامة فهي وظيفة إدارية مميزة تساعد في تأسيس خطوط اتصال وتعاون متبادل والمحافظة عليها بين المؤسسة وجمهورها وتشمل كذلك إدارة المشاكل والقضايا، وتساعد الإدارة في أن تظل على معرفة بالرأي العام والاستجابة لها. وهي فن التأثير على الآخرين في سلوكهم لإتباع نفس الطريق الذي تريده المؤسسة وهي فن الحصول على رضا الجمهور وتأييده عن طريق الاتصال. (محمود، 2015)

التعريف الإجرائي: العلاقات العامة هي اتصال ذو طرفين لحل المشاكل والنزاعات المتعلقة بتضارب المصالح والمنافع وذلك بالتوعية وتبادل الفهم وبناء الثقة والإقناع.

3.2 تعريف ندرة المياه:

هي عجز موارد المياه العذبة على تلبية طلب الإمداد على المياه، أي الإمداد بالمياه يكون أقل من الاحتياجات اللازمة لتلبية احتياجات السكان كما يعني عدم التوازن بين العرض والطلب تبعاً للتدابير النمط الاجتماعي السائد أو الأسعار أو أنه زيادة في الطلب عما هو متوفر من عرض أو أنه معدل استهلاك عالي مقارنة بالعرض المتوفر خاصة أن كانت احتمالات العرض المتبقي صعبة أو مكلفة التحقيق. (صليحة، 2015)

تعرف ندرة المياه عموماً بأنها "الحالة التي لا يوجد فيها ما يكفي من المياه لتلبية الاحتياجات الطبيعية للسكان. فهي مصطلح يتسم بالمرونة وليس جامداً. تبدأ الندرة مع نقص المياه التي يمكن أن تكون مؤقتة أو دائمة وتستمر إلى حد الإجهاد المائي، الذي يؤدي إلى انعدام الأمن المائي. كما تتأثر الندرة بكل من مستوى العرض والطلب وأسبابها مختلفة قد تكون اجتماعية (تأثير النمو السكاني وما يتبعه من زيادة في الطلب على المياه لتلبية حاجات التنمية)، أو ناتجة عن تغير أنماط

العرض كميا ونوعيا بسبب تغير المناخ مثلا الجفاف والفيضانات والتلوث. وأغلب الأسباب قابلة للعلاج أو التخفيف. كما أن مستوى ندرة المياه يختلف من مكان إلى آخر. (نبيلة، ديسمبر 2017)

4. عرض وتحليل نتائج الدراسة:

1.4 الوسائل الاتصالية التي تستخدمها مؤسسة سيال للمياه والتطهير

يعتمد قسم العلاقات العامة بمؤسسة سيال على مجموعة شاملة من التقنيات والوسائل لضمان تواصل فعال مع الجماهير الداخلية والخارجية، وذلك من أجل تعزيز التفاهم والثقة مع جماهيرها المختلفة وضمان سير العمل بسلاسة وتحقيق أهدافها الإستراتيجية. تشمل هذه الوسائل ما يلي:

- لوحة الإعلانات: يمكن أن تلتصق لوحة الإعلانات في أماكن رئيسية وهامة داخل الشركة بحيث يستطيع كافة الموظفين رؤيتها والحصول على المعلومات في الوقت ذاته.
- مجلة المؤسسة: تصدر شركة سيال كباقي الشركات والمنظمات، مجلات تتحدث باسمها، وتختلف المجالات من حيث دورية صدورها؛ فمنها ما هو نصف شهري أو شهري أو فصلي أو نصف سنوي، ويتم توزيعها على الجماهير المختلفة ذات علاقة بالشركة.
- الكتيبات والمطوية: والتي تتضمن معلومات حول تاريخ المؤسسة ونشاطاتها وأهدافها وذلك للتعرف بنفسها وخدماتها لدى الجمهور الخارجي.
- الموجز الإخباري: هو ملخص موجز لأهم الأحداث الجارية
- الفاكس: يعد الفاكس من الوسائل الأكثر شيوعا واستعمالا، لما لها من أهمية في تخطي الصعوبات وإرسال الرسائل بأقصى سرعة، وبالتالي وصولها إلى المرسل في زمنها الجي، يعتبر من بين الوسائل الفعالة عند التعرض للآزمات.

- التقارير: هو عرض للحقائق الخاصة بموضوع أو مشكلة أو ظروف أو أحداث معينة، وهو وسيلة هامة من وسائل الاتصال داخل الشركة، إذ تعتمد عليه الإدارة لمعرفة حقيقة ما يجري داخل الشركة.

- اجتماعات أسبوعية: تنظم الاجتماعات بشركة سيال بطريقة أسبوعية يتم من خلالها التواصل والتعاون واتخاذ القرارات الخاصة بالمؤسسة.

وحدة انشغالات الزبائن 1594: يعمل مركز الاستقبال الهاتفي العملياتي لسيال منذ سنة 2005، 24 ساعة في اليوم وهذا على مدار أيام الأسبوع عبر الرقم المختصر 1594، بدون انقطاع. يعمل على خدمة الزبائن على مستوى ولايتي الجزائر العاصمة وتيبازة وهذا بالاستماع والتكفل بكافة انشغالاتهم التي تجمع بين الانشغالات التقنية مثل تسربات المياه والانقطاع في التزويد، الاستفسار حول برنامج التوزيع وانشغالات أخرى بالإضافة لخدمات أخرى. يستقبل هذا الأخير حوالي 1000 الى 1500 مكالمة يوميا في فصل الشتاء وحوالي 4000 إلى 5000 مكالمة في فصل الصيف. 70% منها انشغالات تقنية متعلقة بالتوزيع والباقي مقسم بين الانشغالات التجارية والمتعلقة بقنوات الصرف الصحي للمياه.

- الهاتف: يُعد الهاتف أداة فعّالة في مجال العلاقات العامة لكونه يُتيح التواصل المباشر بين الأشخاص، ويعتبر أداة فعّالة في نقل المعلومات أثناء الأزمات لتمييزه بالسرعة والآنبة.

- الانترنت: تستعمل شبكة الانترنت داخل الشركة لعدة أغراض منها تبادل المعلومات ومشاركة الملفات بين العمال أو البحث عبر محركات البحث.

- البريد الالكتروني contact@seaal.dz: تقوم مديرية الاتصال بالتواصل مع وسائل الإعلام في المناسبات والندوات الصحفية من خلال البريد الالكتروني الاحترافي للشركة، كما تستخدم خاصية البريد الالكتروني في الاتصال بين الموظفين من مختلف المستويات داخل المؤسسة.

- موقع المؤسسة seaal.dz: يحتوي الموقع على:

مساحة مختصة للزبائن، مساحة خاصة لوسائل الإعلام حتى يتطلعوا على أخبار الشركة، مساحة خاصة لمركز التكوين إضافةً إلى البوابة الجغرافية التي تمكن المتصفح على الاطلاع بصفة آنية على برنامج توزيع المياه، تخضع هذه البوابة لتحديثات بصفة منتظمة مع أخذ بعين الاعتبار كل التغييرات على برنامج التوزيع.

- الوكالة الافتراضية WAKALATI: وهي خاصية تسمح للزبائن بدفع الفواتير بطريقة الكترونية تختصر لهم وقت التنقل إلى الوكالة بواسطة بطاقة CIB أو البطاقة الذهبية.

- مواقع التواصل الاجتماعي: في عصر يعتمد فيه التواصل على التكنولوجيا والتفاعل بالدرجة الأولى، قامت مؤسسة "سيال" باستحداث صفحات وحسابات على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي من أجل فعالية أكبر في التواصل مع الزبائن والتعرف على آرائهم واتجاهاتهم من خلال تفاعلاتهم مع منشورات المؤسسة.

✓ الفاييسبوك @SEAAL: عدد المشتركين بصفحة الشركة على الفاييسبوك هو 178.854 متابع، يتم نشر عبر الصفحة النشاطات والفعاليات التي تقوم بها المؤسسة وتقديم معلومات وبيانات حول انقطاع المياه وبرامج التوزيع، إضافة إلى نشر محتوى توعوي.

✓ انستغرام @SEAAL_CORPORATE: يحتوي على 7886 متابع، يتم النشر عبر الانستغرام نفس محتوى الفاييسبوك

✓ اليوتيوب @SEAAL_INFOS: تحتوي على 2960 متابع، يتم العرض على هذه القناة فيديوهات تحسيسية ضد تبذير المياه، إضافة إلى توثيق أشغال الصيانة والتطهير للمياه.

نستنتج مما سبق أن مؤسسة سيال تعتمد على مجموعة متنوعة من الوسائل والتقنيات الحديثة والتقليدية. تشمل هذه الوسائل الاتصالات الداخلية مثل لوحات الإعلانات، المجالات، الكتيبات، الموجز الإخباري، الفاكس، التقارير، الاجتماعات الأسبوعية، والبريد الإلكتروني، فالعملية

الاتصالية داخل المؤسسة تسير بطرق مختلفة وبوسائل خاصة كشبكة الأنترنت و الإيميل والإعلانات المكتوبة، أما على صعيد التواصل مع الجماهير الخارجية، فتعتمد المؤسسة على مواقع التواصل الاجتماعي أين تنشر المؤسسة بطريقة منتظمة وتقوم بتحليل تعليقات المتابعين عبر صفحاتها لمعرفة آرائهم و اتجاهاتهم، كما تتعامل المؤسسة مع وسائل الإعلام بشفافية لإعلام الرأي العام حول مستجدات الأزمة والإجراءات الواجب اتخاذها للحفاظ على الموارد المائية.

2.4 الاستراتيجيات الاتصالية للعلاقات العامة المتبعة لإدارة أزمة ندرة المياه

تتولى الجزائر، كغيرها من الدول، من أزمة مائية خانقة تشكل تهديداً لمختلف جوانب الحياة. تتولى شركة سيال للمياه والتطهير المسؤولية الوطنية في توفير المياه الصالحة للشرب وخدمات الصرف الصحي.

تلعب هذه المؤسسة دوراً بارزاً في إدارة أزمة ندرة المياه من خلال استراتيجيات اتصالية متقدمة تهدف إلى توعية الجمهور بأهمية استخدام المياه بشكل مستدام وترشيد استهلاكها، بالإضافة إلى تقديم المعلومات حول الإجراءات المتخذة للحفاظ على توفر المياه والتعامل مع الأزمات المتعلقة بالمياه.

لا تمتلك مؤسسة سيال فريق دائماً لإدارة الأزمات، وإنما يتم تشكيل الفريق عند حدوث أزمة، وفي حين وقوعها، يقوم الفريق بتقييم الوضع وتحديد الأولويات ووضع خطة للتعامل مع الأزمة، ومن الخطوات الأولى التي تتخذها إدارة العلاقات العامة في التعامل مع الأزمات هي:

1. تشكيل خلية أزمة: يتم تشكيل فريق خلية الأزمة عند حدوث الأزمة، حيث يضم ممثلين من مختلف الإدارات المعنية، مما يساعد على تنسيق الجهود واتخاذ القرارات بشكل سريع وفعال.
2. عقد اجتماعات يومية: تُعقد اجتماعات يومية لمتابعة تطورات الأزمة وتحديد الأولويات، واتخاذ القرارات اللازمة للتعامل مع الأزمة بفعالية وفعالية.

3. تكليف الموظفين وتحديد المسؤوليات: يتم توزيع المهام بين أفراد الفريق المخصص للأزمة وتحديد مسؤوليات كل فرد بدقة، لضمان تنفيذ الخطط والإجراءات المحددة بفعالية.
 4. متابعة تنفيذ الخطط: يتم متابعة تنفيذ الخطط الطارئة في الميدان، للتأكد من تطبيقها بشكل صحيح وفعال، والتدخل السريع عند الحاجة.
 5. تقييم ما بعد الأزمة: بمجرد انحسار الأزمة، يتم عقد اجتماعات لتقييم الجهود المبذولة وتحليل الأداء، مما يتيح فرص التحسين والتطوير المستمر لاستراتيجيات الطوارئ والتعامل مع الأزمات المستقبلية.
 6. اقتراح وسائل جديدة للتواصل: بناءً على نتائج التقييم، يتم اقتراح وتطبيق وسائل جديدة للتواصل مع الجمهور، سواء كانت وسائل إعلام تقليدية أو حديثة، بهدف تعزيز الشفافية وبناء الثقة وتحسين التواصل مع المجتمع.
- تلك الخطوات تساهم في قدرة سيال على التعامل بكفاءة مع الأزمات المائية وبناء علاقات قوية مع الجمهور والمجتمع، مما يعزز من استقرار وثقة المؤسسة في ظل التحديات البيئية المتزايدة.

3.4 دور العلاقات العامة في تحسيس الجمهور بأسباب أزمة ندرة المياه

تلعب العلاقات العامة لمؤسسة سيال للمياه والتطهير دورًا حيويًا في توعية وحثيف الجمهور حول أسباب وتداعيات أزمة ندرة المياه، وفي تحفيز المشاركة المجتمعية في سبيل إيجاد الحلول المناسبة. وأكد السيد مهدي لعراب، رئيس مصلحة العلاقات العامة في المؤسسة، على أهمية اعتماد استراتيجية شاملة تشمل تنوع الوسائل والقنوات لضمان تواصل فعال مع جميع شرائح المجتمع وتحقيق أقصى استفادة من الحملات التوعوية.

تشمل هذه الاستراتيجية تنظيم ورشات عمل وندوات توعوية تجمع خبراء في مجال المياه لمناقشة الحلول الممكنة والمشاركة في المعارض والمؤتمرات ذات الصلة. كما تعاونت المؤسسة مع منظمات

غير حكومية لتنفيذ مشاريع توعية بالمياه، ونظمت ورشات عمل للأطفال بهدف تعزيز الوعي بأهمية المحافظة على الموارد المائية. بجانب ذلك، عملت سيال على زيادة عدد السدود وتحلية مياه البحر لزيادة إمدادات المياه وتلبية الطلب المتزايد، مما أسهم في تقليل الردود السلبية وتعزيز الثقة بين المواطنين والمؤسسة.

بهذه الخطوات الملموسة، تستمر مؤسسة سيال في تعزيز إستراتيجيتها الاتصالية لتحسين الوعي العام حول أزمة المياه، وتحفيز المشاركة المجتمعية في إيجاد حلول مستدامة لهذا التحدي الحيوي.

وفي نفس السياق، تعمل مؤسسة سيال بالتعاون مع الجمعيات الخيرية والمنظمات غير الحكومية على تنظيم حملات توعية متعددة الأوجه لتسليط الضوء على أهمية الحفاظ على المياه والتصدي للتبذير. من خلال تعاونها مع جمعية الإصلاح بشارع بلوزداد وغيرها من الجمعيات، نجحت سيال في تحفيز الجمهور على تغيير سلوكياتهم وتبني ممارسات استدامة في استهلاك المياه.

بالإضافة إلى ذلك، استفادت سيال من تأثير شخصيات مرموقة في المجتمع، مثل رجال الدين وممثلي المجتمع المدني، لنشر رسائلها وتعزيز الوعي بأهمية المحافظة على الموارد المائية. هذا التعاون أسهم في تعزيز القدرة على الوصول إلى فئات متعددة من المجتمع وتحفيزهم على المشاركة الفعالة في حملات الوعي والتثقيف.

بالتزامن، قامت الشركة بتعزيز التعاون مع الجمعيات المحلية والسلطات المحلية لتحسين الخدمات المقدمة للمواطنين وتوسيع نطاق الوصول إلى المجتمع. كما شاركت سيال في الشراكات مع المنظمات البيئية والمدينة والقطاع الخاص لتطوير تقنيات جديدة وحلول مبتكرة لتحسين استدامة المياه وتقليل الهدر.

بالإضافة إلى ذلك، أقامت سيال شراكات مع شركات الاتصالات اوريدو، جيزي وموبيليس في مارس 2024 لإطلاق خدمات الرسائل النصية لتوعية العملاء بأهمية المياه وتقديم إشعارات عن حالات الطوارئ التقنية. كما قامت بتوزيع مطويات توعوية في وكالات الدفع ومقراتها لزيادة الوعي بضرورة ترشيد استهلاك المياه.

بهذه الإستراتيجيات، تسعى مؤسسة سيال إلى بناء شراكات قوية مع مختلف الأطراف المعنية وتعزيز الثقة والشفافية مع الجمهور، بهدف الحد من تأثيرات أزمة ندرة المياه وضمان استدامة الموارد المائية في الجزائر. هذه الصياغة تعكس الجهود الرامية للمؤسسة في إدارة الأزمات وتعزيز الوعي البيئي بشكل شامل وفعال.

إلى جانب الجهود الإعلامية والحملات التوعوية، تشرك سيال المجتمعات المحلية بشكل مباشر من خلال:

- التوعية المجتمعية والتشارك الاجتماعي: تنظم سيال ورش عمل وندوات توعوية بالتعاون مع المجتمعات المحلية، تحثها على المشاركة في حملات التنظيف وإصلاح تسربات المياه، مما يساهم في تحسين استدامة الموارد المائية.
- استخدام التكنولوجيا الحديثة: تقوم المؤسسة بإنشاء تطبيقات ذكية واستخدام تقنيات الواقع المعزز لتعزيز التواصل وتقديم المعلومات بطرق مبتكرة وجذابة، مما يزيد من فاعلية جهودها التوعوية.
- التربية البيئية في المدارس: تطلق سيال خرجات بيداغوجية لتلاميذ المدارس، تشمل شروحات وافية حول عمليات تصفية المياه وأهمية المحافظة على المياه. تهدف هذه الخطوة إلى رفع مستوى الوعي الإيكولوجي والتربية البيئية بين الشباب.
- المشاركة في الأنشطة الأكاديمية والعلمية: شاركت سيال في ملتقى وطني في شهر جوان 2024 بكلية علوم الإعلام والاتصال حول "الاتصال العمومي والأمن المائي"، حيث أسهمت في مناقشة قضايا الأمن المائي وندرة المياه وأثرها على المجتمع. يُعد هذا التفاعل جزءًا من جهودها المستمرة في نشر الوعي وتعزيز الاستجابة المجتمعية لهذه القضايا الحيوية.

في إطار الجهود الرامية للتصدي لأزمة ندرة المياه، نظمت شركة سيال للمياه والتطهير حملة تبرع بالدم بالتعاون مع الوكالة الوطنية للدم تحت شعار "كن أنت البطل"، وذلك في 13 فبراير 2024.

تأتي هذه الحملة ضمن استراتيجية المسؤولية الاجتماعية للشركة، التي تهدف إلى دعم العمل الإنساني والتكافلي في الوطن.

بالإضافة إلى ذلك، تسعى سيال لضمان جودة مياه الشرب في ولايتي الجزائر وتيبازة من خلال تقديم نتائج تحاليل الفصل الرابع، مؤكدة على التزامها بالمعايير الوطنية المعمول بها، وتعزيز الشركة الشفافية حول أزمة ندرة المياه من خلال استخدامها الفعّال لوسائل التواصل الاجتماعي، حيث تنشر محتوى تثقيفي على Facebook بهدف تعزيز الوعي بضرورة ترشيد استهلاك المياه وحمايتها كمورد طبيعي قيم. وخلال شهر رمضان، أطلقت سيال سلسلة فيديوهات بعنوان "معلومة كل يوم" لتعزيز الوعي بأهمية المياه وكيفية المحافظة عليها للأجيال القادمة.

خاتمة:

أظهرت الدراسة أن العلاقات العامة في شركة سيال تلعب دورا هاما في إدارة أزمة ندرة المياه في الجزائر، خلال المجهودات التي تبذلها يوميا من اجل نشر الوعي لدى بيئتها الخارجية حول الاستهلاك الرشيد للمياه و الحفاظ على هذا المورد الثمين.

إلا أنها لازالت تواجه تحديات خاصة فيما يتعلق بتحسين التواصل مع الجمهور الخارجي وبناء الثقة معه، فأصبح من الضروري على مؤسسة سيال أن تعمل على سد هذه الفجوة الاتصالية من خلال تعزيز شفافيتها وتكثيف حملاتها التوعوية بطريقة تلي الاحتياجات الحقيقية للجمهور الخارجي، وذلك لبناء علاقة قائمة على الثقة المتبادلة.

تتطلب معالجة هذه التحديات جهودًا مشتركة من جميع الجهات المعنية، بما في ذلك مؤسسات الدولة، والمجتمع المدني، والمواطنين أنفسهم، وبفضل التعاون والتضامن، يمكننا ضمان مستقبل مستدام يُؤمّن احتياجات الأجيال الحالية والمقبلة من المياه .

ختاما، يظل السعي نحو إيجاد حلول مستدامة لأزمة ندرة المياه تحديًا عالميًا يتطلب جهودًا ومسؤولية مشتركة. في هذا السياق، يبرز دور العلاقات العامة كأساس لنشر الوعي، وتعزيز ثقافة

الاستهلاك المسؤول، وتشجيع المجتمع على اتخاذ خطوات عملية نحو ترشيد استخدام للمياه، ونرجو في الأخير أن تكون هذه الدراسة قد استطاعت إعطاء صورة دقيقة وموضوعية عن أهمية العلاقات العامة لمؤسسة سيال في إدارة أزمة ندرة المياه في الجزائر.

قائمة المصادر والمراجع:

الكتب:

1. الله محمد الفقيه. (2019). إدارة الأزمات ط1. الجزائر: دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع.
2. تربيعة صليحة. (2015). الأمن المائي في العالم العربي بين الإحتياجات وإستراتيجية المواجهة . رسالة ماجستير في العلوم السياسية والعلاقات الدولية . كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة محمد بوضياف مسيلة.
3. هتيمي حسين محمود. (2015). العلاقات العامة وشبكات التواصل الإجتماعي ط1. الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.

المجلات:

1. الحبيطري نبيلة. (ديسمبر 2017). أمن الموارد المائية بالجزائر الواقع والمستقبل المجلد (04) ع1. مجلة أبحاث
2. سامح أحمد زكي. (2017). إدارة الأزمة. مجلة البحوث المالية والتجارية، جامعة بورسعيد ، المجلد 18، ع2.

المواقع الالكترونية:

1. الموقع الرسمي لمؤسسة سيال للمياه والتطهير www.seaal.dz
2. مقال الجزيرة : الجزائر إنتاج 3.7 ملايين متر مكعب من المياه المحلاة يوميا نهاية 2024
<https://www.aljazeera.net>

المقابلات:

1. لعرب مهدي رئيس مصلحة العلاقات العامة في مؤسسة سيال، مقابلة أجراها الباحث يوم 2024/04/24 على الساعة 10:30 صباحا في قاعة الاجتماعات لمديرية الاتصال والتنمية المستدامة "سيال" بالقبة.
2. عدلان شرفة المكلف بالاتصال الجوّاري في مؤسسة سيال للمياه والتطهير مقابلة أجراها الباحث يوم 2024/04/02 على الساعة 14:00 زوالا في قاعة الاجتماعات.

القرآن الكريم:

1. سورة الأنبياء، الآية 30