

البنية التنظيمية والاتصالية لمؤسسات التوعية البيئية الحكومية ودورها فى نشر الوعى بمخاطر التغيرات المناخية

د.السيد السعيد عبدالوهاب*

ملخص الدراسة:

اهتم الباحث برصد وتحليل وتقييم البناء التنظيمى والاستراتيجية الاتصالية لمؤسسات وقطاعات الاتصال البيئى الحكومى بوزارة البيئة والمؤسسات ذات الصلة، ودراسة الأنشطة الاتصالية والمبادرات الخضراء والفعاليات الخاصة بالتغيرات المناخية التى قامت بها الاجهزة الحكومية ذات الصلة خلال الفترة من ٢٠١٤ - ٢٠٢٢، والتركيز على دراسة حالة لمبادرة "اتحضر للأخضر". اعتمدت الدراسة الوصفية على منهج المسح، ونوعت فى الأدوات البحثية ما بين دليل المقابلات المتعمقة وتحليل المضمون الكيفى لما صدر بشأن التغيرات المناخية والمبادرات الخضراء بالقطاع البيئى الحكومى. وتوصلت الدراسة إلى تنوع المبادرات الخضراء التى أطلقتها الدولة محليا ودوليا لمواجهة التغيرات المناخية، وأن أكثر المبادرات تأثيرا هى مبادرة اتحضر للأخضر، إلا أنها تحتاج للتطوير والتحديث لخطة المبادرة ونوع الرسالة والوسائل الاتصالية المستخدمة.

الكلمات المفتاحية

الاتصال البيئى - الاتصال الحكومى - المبادرات الخضراء - التغيرات المناخية - مبادرة "اتحضر للأخضر" - الوعى البيئى - التوعية البيئية الحكومية

* الأستاذ مساعد بقسم العلاقات العامة بكلية الإعلام - جامعة المنوفية

Abstract:

The Researcher was Interested in Monitoring, Analyzing and Evaluating The Organizational Structure and Communication Strategy of The Governmental Environmental Communication Institutions and Sectors in The Ministry of Environment and Related Institutions, and Studying the Communication Activities, Green Initiatives and Climate Change Events Carried out by the Relevant Government Agencies During the Period from 2014-2022, and Focusing on a Case Study of The "Bring" Initiative. for green". The Descriptive Study Relied on The Survey Methodology, and Diversified The Research Tools Between The in-Depth interview Guide and The Qualitative Content Analysis of What was issued Regarding Climate Change and Green Initiatives in The Governmental Environmental Sector. The Study Found a Variety of Green Initiatives launched by the State locally and Internationally to Confront Climate Change, and that The Most Influential initiative is The "Get Ready for Green" initiative, but it Needs Development and Updating of The Initiative's Plan, The Type of Message and The Communication Means Used.

key words:

Environmental Communication - Government Communication - Green Initiatives - Climate Change - "Get Green" Initiative - Environmental Awareness - Government Environmental Awareness

المقدمة

يعد تخصص الاتصال البيئي من التخصصات العلمية المهمة والمؤثرة في معالجة القضايا البيئية، لكونه يوظف كافة وسائل الاتصال بتنوعها في عدة أهداف تحقق جودة وتميز الإدارة البيئية، سواء على مستوى الاتصال البيئي المؤسسي كأحد أهم اختصاصات العلاقات العامة والاتصالات المؤسسية وما يرتبط بها من وظائف وأنشطة، أو على مستوى تخصص الاتصال الإعلامي بوسائل الإعلام التقليدية والرقمية ومدى تطورها بكافة المكونات والمراحل الاتصالية وتوظيفها في المجال البيئي.

ويهدف الاتصال البيئي إلى نشر الوعي المجتمعي بحماية البيئة والمحافظة عليها، وإحاطة المواطنين بالأخبار والمعارف والمعلومات حول كافة القضايا والأحداث البيئية، وما يتعلق بالسياسات والاستراتيجيات والجهود المحلية والدولية، وما تتخذه الدولة من مبادرات رسمية تستهدف التحول نحو السياسات البيئية المستدامة، ونشر الوعي بالمفاهيم المستجدة من الاقتصاد الأخضر والاستدامة البيئية والمنتجات صديقة البيئة، والأعمال الخضراء في كافة المجالات والقطاعات، وكذلك تحول العالم كله الآن للحديث عن مخاطر التغيرات المناخية، وما تتطلبه من جهود مكثفة محلية ودولية لمواجهة، ومنها الوعي المجتمعي بمواجهة المخاطر البيئية وتغير المناخ.

أيضا يركز الاتصال البيئي على الاتجاهات والسلوكيات للمواطنين تجاه البيئة، وما تقوم به الأجهزة المعنية من أدوار تستهدف تغيير السلوك والاهتمام بالتنظيف البيئي، وذلك من خلال تصميم الحملات الاتصالية والإعلامية لنشر الوعي المجتمعي بمخاطر البيئة والتغيرات المناخية، وحث المواطنين على تحمل المسؤولية المجتمعية والأخلاقية تجاه البيئة والحفاظ عليها، ويكون هذا عبر القطاعات التنظيمية الخاصة بالتوعية في مؤسسات الاتصال البيئي الحكومي. ومن ثم تتطلع تلك الدراسة إلى البحث في هذا المجال، ودراسة الجوانب التنظيمية لقطاعات التوعية البيئية بوزارة الدولة لشئون البيئة وجهاز شئون البيئة والمؤسسات ذات الصلة، بجانب دراسة الاستراتيجية الاتصالية لوزارة البيئة في مواجهة المخاطر البيئية، وتحليل محتوى المبادرات الخضراء التي أطلقتها الدولة، وخاصة المبادرة الرئاسية "تحضر للأخضر"، وما اتخذته الدولة من سياسات للتعامل مع ظاهرة التغيرات المناخية، سواء على المستوى الرئاسي أو على المستوى المؤسسي والاتصالي بوزارة البيئة.

مراجعة نقدية للدراسات السابقة

يعرض الباحث رؤيته للدراسات السابقة التي تم التوصل إليها بالعرض وفقاً لعدة عناصر تشمل: توجهات الموضوعات والأهداف البحثية بين الباحثين محليا وعالميا- أهم الأطر المنهجية المستخدمة- أهم الأطر النظرية المستخدمة- أهم النتائج بالدراسات السابقة وتفيد الدراسة الراهنة- ما تضيفه الدراسة الراهنة للدراسات السابقة وأوجه استفادتها منها.

أولاً: توجهات الموضوعات البحثية وأهدافها

■ **اتجه عدد من الباحثين نحو دراسات الجمهور والمبادرات البيئية،** مثل دراسة (أحمد عبده، آلاء محمد: ٢٠٢٣) هدفت إلى قياس معدل تعرض الجمهور المصري لحملة رجع الطبيعة لطبيعتها، والمتعلقة بتعريف الجمهور بمخاطر تغير المناخ والعمل على تغيير السلوكيات السلبية التي تؤثر على البيئة. كذلك دراسة (سارة شوقي: ٢٠٢٢) اهتمت بالكشف عن اتجاهات الجمهور المصري نحو القضايا البيئية التي يتم مناقشتها عبر الفيسبوك، وذلك بالتطبيق على حملة تقليل استخدام أكياس البلاستيك التابعة لمبادرة اتحضر للأخضر. أما دراسة (تامر سعيد: ٢٠٢٢) اتجهت لدراسة مستوى وعي الشباب الجامعي بدور الاقتصاد الأخضر في التنمية المستدامة بالجامعات المصرية، في حين اهتمت دراسة (إسلام سعد: ٢٠٢٠) بالبحث في دور مؤسسات الدولة والمجتمع المدني في تشكيل معارف الجمهور بقضايا التغيرات المناخية ومخاطرها لدي مجتمع الصعيد، أما دراسة (مروة صبحي: ٢٠٢٠) هدفت إلى قياس دور الصفحات الرسمية لمواقع التواصل الاجتماعي في دعم التنمية المستدامة، بالتطبيق على مبادرة اتحضر للأخضر، والتي طبقت الاستبيان على عينة من الجمهور العام المتابع لصفحة المبادرة، وتم رصد اتجاهاته نحو المبادرة ودور الأجهزة المعنية بها. وفي نفس الاتجاه ركزت دراسة (Hynes 2016) في البحث عن تأثيرات المحتوى لمواقع التواصل الاجتماعي على سلوكيات الجمهور المتعلقة بالبيئة، وسعت إلى التعرف على فعالية وتأثير الحملات الإعلامية البيئية عبر مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الجمهور. أما دراسة (Venghaus, et al 2022) قد اختبرت مستوى الوعي والمعرفة بمخاطر التغيرات المناخية بين المواطنين الألمان وبين السلوك المطلوب في مواجهة التغيرات المناخية، وذلك بإجراءات إيجابية تقلل من التأثيرات الضارة، وتؤكد الدراسة على الرغم من وجود موقف إيجابي قوي وواسع تجاه حماية المناخ والوعي المتزايد بها، إلا أن الأمر يتطلب ترجمته في تغييرات سلوكية ملحوظة وقرارات وسياسات ملزمة.

■ **ركز آخرون على الاتصال المؤسسي والمبادرات الخضراء وقضايا التغيرات المناخية،** ومنها دراسة (Agrwal et al 2023) حول تأثير المبادرات الحكومية للاستدامة البيئية (ESGI) على الممارسات الخضراء (GP) وتفاعلية الجمهور مع المحتوى الاتصالي وتنوع المنصات الرقمية. أما دراسة (غادة سيف: ٢٠٢٢) اهتمت بتحليل عينة عمدية من المنصات الرقمية للمبادرات الحكومية المستخدمة في بناء الوعي الجمعي بقضايا البيئة وتغير المناخ في عدد من الدول العربية منها مصر والإمارات والسعودية، وذلك بهدف تقييم معايير العلاقات العامة التسويقية في تلك المنصات. كذلك دراسة (دويدي بشير: ٢٠٢٢) ركزت على استراتيجيات ومبادرات الاقتصاد الأخضر ودوره في تعزيز ودعم التنمية المستدامة، أما دراسة (Ghanim& Al-amri 2022) اهتمت بدراسة تأثير مبادرة الشرق الأوسط الأخضر على تحقق أبعاد التنمية المستدامة في المملكة العربية السعودية. وفي نفس الاتجاه جاءت دراسة

(عائشة مصطفى، فادية بوخديمي: ٢٠٢٠) لرصد وتحليل مبادرة الجزائر في التحول نحو الاقتصاد الأخضر، والتي ركزت على دراسة برامج التوعية والإعلام الشامل بأهمية الاقتصاد الأخضر في تحقيق التنمية المستدامة، ووضع إستراتيجية وطنية للنهوض بالاقتصاد الأخضر. كذلك دراسة (ثاري زهية: ٢٠٢٠) تطرقت إلى المبادرات والمشاريع التحفيزية نحو التحول إلى الاقتصاد الأخضر في الدول العربية، وتمثلت في تجربة الإمارات والجزائر، وهدفت الدراسة إلى تحليل السياسات المنتهجة التي تخلق الوظائف الخضراء في البلدان العربية. أيضاً دراسة (عبدالله بن محمد: ٢٠١٧) استهدفت عرض التجارب الدولية لبعض الدول الرائدة في مجال التحول نحو الاقتصاد الأخضر مثل تجربة الدنمارك وكوريا والبرازيل وتونس. كذلك دراسة (Claudia 2015) اهتمت بمبادرات الشركات والاستراتيجيات الواجب تلبيتها للإسهام في مواجهة التحديات البيئية نحو تنمية الاقتصاد الأخضر، للتعرف على التحديات البيئية التي تواجه الشركات، وذلك عن طريق دراسة ١٠ قطاعات رئيسية حددها برنامج الأمم المتحدة للبيئة عام ٢٠١١ تقود الاتجاهات المحددة للانتقال إلى المنطقة الخضراء.

■ **اهتم باحثون آخرون بالتوجهات العالمية نحو الاقتصاد الأخضر والاستدامة البيئية والتسويق الأخضر، وهي دراسات اهتمت بدور إستراتيجية التسويق الأخضر في تعزيز التنمية المستدامة مثل دراسة (نهي إبراهيم: ٢٠٢٢) حول إستراتيجيات التسويق الأخضر عبر الشركات ودورها في تحقيق التنمية المستدامة. وفي نفس الإتجاه جاءت دراسة (جيهان رجب وآخرون: ٢٠٢٢) لهدف تحديد دور التسويق الأخضر في تحقيق أهداف التنمية المستدامة بالتطبيق علي قطاع البترول في مصر، وكذلك دراسة (Amoako et al 2022) سعت لتحديد كيفية مساهمة إستراتيجيات التسويق الأخضر في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، ودراسة (Rachmawati, et al 2023) ركزت علي تحديد تأثير كل من التسويق بالعلاقات والتسويق الأخضر علي استدامة الشركات، ودراسة (Aziz 2020) لتحديد العلاقة بين التسويق الأخضر المستدام والتنمية المستدام، في حين أسفر الرصد عن دراسة اهتمت بالبحث في تأثير العوامل البيئية علي الاستدامة هي دراسة (Abbas, et al 2023)، والتي ركزت علي تحديد دور العوامل البيئية والتنظيمية في الإبتكار الأخضر وأنشطة التنمية المستدامة للشركات.**

■ **كذلك ركز البعض على رؤية العملاء والمستهلكين للإقتصاد الأخضر والمنتجات صديقة البيئة، ومن تلك الدراسات دراسة (Naidoo & Gasparatos, 2023)، والتي سعت إلي معرفة وجهات نظر المستهلكين حول مبادرات الإستدامة البيئية، واستبيان تصوراتهم والعوامل المؤثرة على قراراتهم واستجاباتهم الشرائية. كذلك دراسة (Nekmahmud, et al 2022) اهتمت بفحص نوايا المستهلكين لشراء المنتجات الخضراء وكيفية تأثير التسويق عبر وسائل التواصل الإجتماعي، وفي نفس الإتجاه جاءت دراسة (Kong, & Witmaier 2021)، والتي اهتمت بكيفية تأثير**

وسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالاستدامة علي نوايا المستهلكين تجاه العلامات التجارية. بينما جاءت دراسة (Fang, et al 2022) للبحث في العوامل الداعمة للابتكار التسويقي الأخضر والمستدام، ودوره في توجيه المستهلكين للمشاركة في إعادة تدوير المنتجات لتكون صديقة للبيئة، وركزت على الدمج بين ثلاث نظريات هي نظرية انتشار المبتكرات ونظرية القيمة السوقية ونظرية السلوك المخطط.

■ **كما اتجهت دراسات أخرى نحو المسؤولية الاجتماعية وقضايا البيئة والاقتصاد الأخضر والوعي بالمنتجات الخضراء، ومنها دراسة (Liu, et al 2022)، والتي سعت إلي تحليل تأثير المسؤولية الاجتماعية للشركات علي السلوك الشرائي الأخضر للمستهلك، وكذلك دراسة (Zhang,& Berhe,2022) لتركز علي تأثير التسويق الأخضر والاستثمار الأخضر علي الأداء التجاري للشركات بإستخدام مبادئ المسؤولية الاجتماعية، أما دراسة (Rodríguez,& Fernández 2020) اهتمت بالبحث في تأثير تصورات العملاء ومستوى وعيهم بمبادئ المسؤولية الاجتماعية عند أنشطتهم وممارساتهم البيئية، كذلك دراسة (Alamsyah, Othman & Mohammed 2020) لإستكشاف العلاقة بين الإعلان الأخضر وصورة العلامة التجارية الخضراء، والبحث في مستوى وعي العملاء بالمنتجات الخضراء الصديقة للبيئة وتأثيرها علي نية الشراء.**

■ **بمطالعة الباحث لتوجهات الموضوعات البحثية، استطاع أن يحدد الموضوع للدراسة الراهنة، والاستفادة من التراث البحثي التطبيقي للباحثين، وذلك في البحث والدراسة لموضوع الاستراتيجيات التنظيمية والاتصالية في مواجهة مخاطر التغيرات المناخية، وتبنى استراتيجية إطلاق المبادرات الخضراء ضمن طرق المواجهة، من خلال التطبيق على وزارة الدولة لشئون البيئة وقطاع الوعي البيئي بها كحالة دراسية.**

ثانيا: أبرز الأطر المنهجية بالدراسات السابقة

○ أشار الرصد البحثي إلي أن الدراسات التي تم عرضها من إسهامات الباحثين هي دراسات وصفية في أغلبها، واستخدمت المنهج المسحي ودراسة الحالة، واعتمدت على الأدوات البحثية الميدانية في كثير منها، بإستثناء دراسات انطلقت من منهجية البحوث التجريبية مثل دراسة سارة شوقي ٢٠٢٢ لإستكشاف العلاقة بين اتجاهات الجمهور المصري وسلوكه نحو القضايا البيئية التي يتم مناقشتها عبر الفيسبوك بشأن مبادرة اتحضر للأخضر.

○ جاءت أغلب الأدوات البحثية بالبحوث التي عرضت متجهة نحو الدراسات الميدانية، واعتمدت على الإستبيان في جمع المعلومات، وتتنوع الجمهور ما بين الجمهور العام، أو الجمهور المستهلك للمنتجات صديقة البيئة والمنتجات الخضراء، ومن تلك الدراسات: دراسة (أحمد عبده، آلاء محمد:٢٠٢٣)، ودراسة (Nadioo,& Gasparatos 2023)، ودراسة (Venghaus et al 2022)، ودراسة (Wallace & Buil,2023)، ودراسة (Rachmawati, et al 2023). أو طبق الاستبيان علي

عينة عمدية من المسؤولين بالمؤسسات مجتمع الدراسة بالقطاعات البيئية والمجتمعية، مثل دراسة (Zhang & Berhe, 2022)، ودراسة (جيهان رجب وآخرون، ٢٠٢٢).

○ دمجت بعض الدراسات بين الأدوات الكمية والكيفية كأداة المقابلة المتعمقة والاستبيان في دراسة واحدة، ومن تلك الدراسات دراسة (Liu, et al 2022)، ودراسة (مروة صبحي ٢٠٢٠)، ودراسة (Hynes 2016). في حين تناول عدد محدود من الدراسات دليل المقابلات المتعمقة كأداة كيفية لجمع البيانات، ومنها دراسة (نهى إبراهيم، ٢٠٢٢). كما ركزت بعض الدراسات على منهجية تحليل المضمون وفق وحدات تحليلية للمحتوى المنشور عبر السوشال ميديا، مثل دراسة (Karmugilan Pachayappan, 2020)، حيث ركزت علي تحليل ٣٠٠ تغريدة حول المنتجات الخضراء علي Twitter.

○ تستند الدراسة الراهنة من العرض لأدبيات البحث في سعيها للجمع بين الأدوات الكمية والكيفية في جمع المعلومات من مجتمع البحث، وبما يحقق متطلبات الدراسة كمنهجية أساسية في الدراسة الراهنة.

ثالثاً: أبرز الأطر النظرية بالدراسات السابقة

- عدد من الباحثين بدراساتهم لم يهتموا باستخدام النظريات العلمية، وخصوصاً في الدراسات الأجنبية، والتي يعتمد الكثير منها على تقديم أطر معرفية وقضايا نظرية، أو تبنى منهجية محددة من نتائج التطبيق لأدبيات البحث، وأغلبها ينطلق من النماذج الإرشادية والنظرية والتطبيقية.
- حداثة موضوع البحث، ومحدودية المداخل النظرية المرتبطة بمجالات الاقتصاد الأخضر والتسويق الأخضر وحملات الوعي البيئي، هذا قد أوجد صعوبة في تبنى نموذجاً أو نظرية منفردة، وتطلب الدمج بين أكثر من مدخل نظري لتطبيق الدراسة الراهنة.
- اعتمدت بعض الدراسات علي نظرية التعلم الاجتماعي " Social Learning Theory"، والتي تم وضعها بواسطة "Bandura & mcclelland" عام (1977)، حيث توفر إطاراً منظماً للتعامل مع الإهتمامات السلوكية المختلفة والتنمية البشرية والمستدامة، كما جاء في دراسة (Venghaus et al, 2023)، ودراسة (Zhang, & Berhe, 2022). كما اعتمدت دراسات أخرى علي نظرية انتشار المبتكرات "Diffusion of Innovations Theory"، والتي وضعها روجرز، وتقوم النظرية علي إفتراض أن قنوات الاتصال ووسائل الإعلام تكون أكثر فاعلية في زيادة المعرفة حول المبتكرات الجديدة، مثل دراسة (نهى إبراهيم، ٢٠٢٢). في حين جاءت دراسة (Ghanim, & Al-amri, 2022) لتعتمد على نماذج الاتصال الحوارى وبناء العلاقات مع الجمهور.

- استخدمت بعض الدراسات نظرية السلوك المخطط " Theory of planned behavior"، والتي تركز علي معرفة السلوك الفعلي للمستهلكين والنوايا السلوكية، وقد استخدمت بعض الدراسات هذه النظرية لتصور نوايا الشراء الأخضر للمستهلك، كما جاء في دراسة (Wallace & Buil, 2023)، ودراسة (Nekmahmud, et al 2022) كما دمجت بعض الدراسات بين أكثر من نظرية من نشر الابتكار "Innovation Diffusion Theory"، والتي تركز علي عملية التبني الفردي للابتكار، وكذلك نظرية القيمة المتصورة أو المدركة "Perceived value theory"، والتي تشير إلى أن نجاح خدمات الابتكار التسويقي يعتمد علي القيمة المتصورة لدي المستهلك من حيث المنفعة الاقتصادية أو الإجتماعية، إلي جانب نظرية السلوك المخطط "Planned Behavior Theory"، والتي تعتمد علي النوايا والسلوكيات البشرية، كما جاء في دراسة (Fang, et al 2022).

رابعاً: أهم النتائج البحثية من الدراسات السابقة وأوجه استفادة الباحث

- خلصت الدراسات السابقة إلى نتائج مهمة تستند منها الدراسة الراهنة في موضوعها وبنيتها المنهجية والنظرية، وتؤكد على أهمية الموضوع البحثي، وتتنوع النتائج في الآتي:
 - عكست النتائج محدودية الدراسات المعنية بالإقتصاد الأخضر وأزمات التغيرات المناخية، وما تتطلبه من استراتيجيات اتصالية وتنظيمية لنشر الوعي المجتمعي بها، كذلك أوضحت النتائج أهمية بحوث التسويق الأخضر وعلاقتها بالتنمية المستدامة والحفاظ علي البيئة.
 - أشارت النتائج بالدراسات العربية أن الجمهور المصري يعتمد في الدرجة الأولى على مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة أساسية في متابعة حملة رجع الطبيعة لطبيعتها، وأن الجمهور يفضل الفيديوهات كوسيلة للتعرض إلى الحملة بنسبة 95%، كما بينت الدراسة أن أهم الاستراتيجيات الأكثر تأثيراً على اتجاهات وسلوك الجمهور هي المسؤولية الاجتماعية، واستراتيجية التخويف بنسبة 92.74%، في حين يعتمد الجمهور الأجنبي على تويتر كوسيلة أساسية في متابعة المبادرات البيئية الخضراء.
 - خلصت الدراسات التي ركزت علي ممارسة المؤسسات لمسئوليتها الاجتماعية البيئية والوعي بالمنتجات الخضراء والتأثيرات المناخية إلي أن تنفيذ التسويق الأخضر في برامج المسؤولية الاجتماعية للشركات يجلب الفائدة للمجتمع، كما يعطي صورة إيجابية للشركات الخضراء ومنها دراسة (Widyastuti, et al, 2019). وفي نفس الإتجاه جاءت دراسة (Fang, et al 2022) لتركز علي نفس الاهتمام البحثي، وأظهرت أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر علي السلوك الشرائي الأخضر للمستهلكين، وكذلك دراسة (Liu, et al 2022)، والتي توصلت إلي أن المسؤولية الاجتماعية للشركات تؤثر علي كل من التسويق الأخضر والاستثمار الأخضر اللذان يؤثران بشكل كبير علي الأداء التجاري للشركة.

- تستند الدراسة الراهنة من العرض السابق في تأكيد أهمية البحث في موضوع التغيرات المناخية والإقتصاد الأخضر، وهو ما يركز عليه الباحث في دراسته حول الاستراتيجيات الاتصالية والتنظيمية لقطاعات التوعية والاتصال في وزارة البيئة، ودراسة دورها في نشر الوعي المجتمعي بمواجهة مخاطر التغيرات المناخية، والتحفيز للإهتمام بمجالات الإقتصاد الأخضر وإطلاق المبادرات الخضراء كأسرراتيجية أساسية في مواجهة تغيرات المناخ.

الإطار المعرفي لمفاهيم الدراسة

المفهوم	التعريف النظري الاصطلاحي	التعريف الاجرائي التطبيقي
البناء التنظيمي والاتصالي	هو الهيكل التنظيمي والتقسيمات الوظيفية الادارية التي تتكون منها الجهة، والتنظيم هو الاطار الذي تتسبب من خلاله القرارات والتعليمات، وتتضح فيه صلاحية اتخاذ القرارات والمسؤولية (دليل الأمانة العامة للمجلس التنفيذي لإمارة دبي ٢٠١٤). وتأتي الاختصاصات الاتصالية في البناء التنظيمي كنظام فرعي يعمل داخل النظام ككل، ويمثلها إدارات الاتصال والإعلام والعلاقات العامة والتوعية، وغيرها من الوظائف والمسئيات الوظيفية ذات الصلة (Nur Aini et al 2022)	مجموعة الادارات التنظيمية داخل وزارة البيئة ضمن الهيكل التنظيمي لها، ومختصة بأنشطة الاتصال البيئي والتوعية، ويكون للممارسين بها من مسئولى التوعية البيئية والإعلام البيئي مجموعة من الوظائف تعكس الوصف والتوصيف الوظيفي بوزارة البيئة، ويكون لهم صلاحيات للعمل وانجاز المبادرات البيئية وتقديم أنشطة اتصالية ناجحة في الوعي البيئي ومواجهة التغيرات المناخية.
الوعي البيئي	يمكن تفسير الوعي في سياق الاستدامة البيئية علي مستويين؛ المستوي الأول: هو الوعي البيئي، والذي يعني أن تكون مدركاً لتأثير الإنسان علي البيئة، والاهتمام بالقضايا البيئية، أما المستوي الثاني: هو الأكثر عمومية، وهو الوعي بالاستدامة، حيث لا يشمل القضايا البيئية فقط، بل يضم أيضاً القضايا الإجتماعية والإقتصادية وغيرها، ويتم الآن استخدام هذا النهج وتنفيذه في كثير من الأحيان لحل مشاكل العالم المعاصرة (Filho, et al 2020:22).	يعرف الباحث الوعي البيئي في الدراسة الراهنة بأنه؛ المعرفة التي تتشكل لدي المواطن حول القضايا البيئية، وأساليب المحافظة علي البيئة في معيشته وروتينية حياته اليومية، ورويته لاستخدام المنتجات الخضراء الصديقة للبيئة، والمعرفة بطرق مواجهة المخاطر والأزمات البيئية، وما يحدث من تغيرات مناخية.
التوعية البيئية الحكومية	التوعية البيئية في تعريف الأمم المتحدة (٢٠٢٢) هي الفهم التدريجي للقضايا البيئية، والاعتراف بالصلاات القائمة بين الإجراءات البشرية والتنمية والاستدامة، والمسؤولية الإنسانية في هذه العمليات. وتنطوي التوعية البيئية على الإدراك بأن البشر والنظم الإيكولوجية تتعايش في بيئة مشتركة تتمثل في نهاية المطاف بالمحيط الحيوي. وهي تعميم وتعميق المعارف البيئية في أوساط المجتمع وتحفيزهم للمساهمة والمشاركة الفردية والجماعية في حماية البيئة وصون مواردها والتقليل من المخاطر البيئية المحتملة من السلوكيات غير السليمة بينيا	هي الأنشطة الاتصالية لتوعية المواطنين بشأن البيئة وقضاياها وأزماتها ومخاطرها، والتي تقوم بها الأجهزة الحكومية المعنية بالبيئة وشؤونها، وهي الأنشطة الاتصالية لقطاعات التوعية والاتصال البيئي بوزارة البيئة كجهة حكومية، والتي توجه أنشطتها للجمهور العام محلياً ودولياً، بهدف معرفة السلوكيات الصحيحة للتعامل مع القضايا البيئية، وتقليل حجم المخاطر الناجمة عن سوء الاستخدام لموارد البيئة والطبيعة، وما يحدث من تغيرات مناخية وكوارث بيئية طارئة.
التغيرات المناخية	يشير مصطلح التغيرات المناخية حسب التعريف الوارد في الإتفاقية الاطارية للأمم المتحدة بشأن تغيرات المناخ إلى «التغيرات المناخية التي تعزى بصورة مباشرة أو غير مباشرة إلى النشاط البشري	تمثل التغيرات التي حدثت للمناخ مؤخرًا وتحدث مستقبلاً، وما اتخذته الدولة والعالم من اجراءات دولية منها تنظيم مؤتمرات المناخ وقمم الأمم المتحدة، وإطلاق

<p>المبادرات الخضراء لمواجهة مخاطر التغيرات المناخية، وأنشطة وتقرير واستراتيجيات وزارة البيئة بشأن التغيرات المناخية. وبالتالي تركز الدراسة على ما اتخذته قطاعات التوعية البيئية الحكومية من أنشطة اتصالية ومبادرات خضراء بشأن مواجهة ظاهرة التغيرات المناخية.</p>	<p>الذي يؤدي إلى التغير الملاحظ في تكوين الغلاف الجوي العالمي، بالإضافة إلى التقلب الطبيعي للمناخ على مدى فترات زمنية متماثلة (خالد السيد حسن: ٢٠٢١).</p>	
<p>وفقاً لموضوع الدراسة الراهنة يذهب الباحث برؤيته الاجرائية للاستدامة بأنها الاستراتيجيات التي تتبعها الحكومة والمؤسسات في المحافظة على الموارد البيئية، وإطلاق المبادرات الخضراء التوعوية، والاستمرار في تقديم المشروع والخدمات البيئية، بما يحقق أعلى استفادة للبيئة والانسان.</p>	<p>هي توافر عنصر الاستمرارية في العائد البيئي وفق معايير جديدة ومتطورة صديقة للبيئة، وهي دمج الصحة البيئية والعدالة الإجتماعية والحيوية والإقتصادية، وذلك بهدف إنشاء مجتمعات مزدهرة وصحية ومتنوعة ومرنة لهذا الجيل والأجيال القادمة (Oncel, 2023:5)</p>	<p>الاستدامة البيئية</p>
<p>هي الأنشطة التي تقدمها الجهات الرسمية التربوية والبيئية والإعلامية والأهلية التطوعية من أجل تنشئة فئات المواطنين على الثقافة البيئية، والمحافظة على البيئة، والمشاركة التطوعية الإيجابية في مواجهة أزماتها.</p>	<p>هي العملية المنظمة لتكوين القيم والاتجاهات والمهارات اللازمة لفهم العلاقة التي تربط الإنسان وحضارته بالبيئة، لاتخاذ القرار المناسب لحل المشكلات البيئية القائمة والعمل على منع ظهور مشكلات بيئية جديدة (Nur Aini et al2022)</p>	<p>التربية البيئية</p>

الاطار النظري للدراسة

تنتقل الدراسة الراهنة من أهداف نظرية النظم الحديثة ونموذج التطوير التنظيمي المنبثق عنها، وذلك في صياغة الأهداف البحثية وما يترتب عليها من التساؤلات البحثية الاجرائية والأدوات المناسبة لجمع البيانات. حيث توصف نظرية النظم (التنظيم) بأنه نظام مفتوح يتفاعل مع البيئة المحيطة به، وأن النظام هو "مجموعة من الأجزاء تشمل الأفراد الذين يعملون معا بشكل منظم يتفاعل مستمر للوصول الي نهاية محددة، أي أنها أسلوب تفكير في التوجه نحو تحقيق الأهداف"، كما أن ونظرية النظم تطرح أسلوباً في التعامل ينطلق عبر الوحدات والأقسام وكل النظم الفرعية المكونة للنظام الواحد، والعلاقات العامة وإدارات الاتصال بالجمهور هي أنظمة فرعية جزئية تعمل داخل النظام ككل(راسم الجمال ٢٠٠٥).

وبالتالي وفقاً للدراسة الراهنة يحدد الباحث الاستفادة من نظرية النظم في الآتي:

١. الوحدات التنظيمية للاتصال البيئي بوزارة البيئة هي نظام فرعي يعمل داخل النظام ككل (وزارة البيئة)، ومن ثم يتأثر ويؤثر في كافة الأنشطة والأدوار المؤسسية. وهنا يقوم الباحث برصد وتحليل وتقييم الهيكل التنظيمي والوصف الوظيفي والأدوار الفعلية والوصفية لمسئولي الاتصال البيئي بوزارة البيئة، وذلك وفق محددات نظرية النظم في تحليل (البناء التنظيمي الفرعي).
٢. ركزت نظرية النظم على أهمية تطوير التنظيم وأدواته، وتبني نظم التكنولوجيا والتطوير في الاتصال، ومن ثم يسعى الباحث بدراسته الراهنة لرصد وتحليل

وتقييم الأنشطة الاتصالية والوسائل الاتصالية ونوعية الرسائل التوعوية بشأن المبادرات الخضراء التي أطلقتها الدولة، ودراسة المحتوى الخاص بها، وكذلك الجهات الحكومية ذات الصلة بالقطاع البيئي، وتحليل المشكلات والمعوقات الاتصالية في تفاعلية الجمهور مع المبادرات الخضراء.

٣. ربط وليم بنويت **William Beniot** وجيمس جرونج **James E. Grunig** رؤيتهم مع أهداف نظرية النظم، وذلك في نماذجهم الاتصالية عن الأنشطة المؤسسات وعلاقات الجمهور بالمؤسسات، وأن الأنشطة الاتصالية والعلاقات الممتازة مع الجمهور تأتي في ظل بناء تنظيمي حديث ومطور، وأن قطاع الاتصال والعلاقات العامة داخل المؤسسات لا بد أن يأخذ صلاحياته حتى ينجح في مهامه (Benoit 2014)، وبالدراسة الراهنة يتم التطبيق على قطاع التوعية العامة والإعلام والاتصال البيئي بوزارة البيئة، وهو قطاع يعتمد على أنظمة اتصالية وبناء تنظيمي واتصالي يتطلب دراسته ورؤيته في العمل.

الاجراءات المنهجية للدراسة

تشمل تحديد مشكلة الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها ومنهجها وأدواتها البحثية المستخدمة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة ومجالاتها البحثية.

مشكلة الدراسة

أشار التقرير البيئي السنوي لوزارة البيئة ومركز المعلومات ودعم إتخاذ القرار لعام ٢٠٢٢ بأن العالم يشهد تحولات كبيرة في إدارة الملف البيئي، خاصة مع تغير المناخ والمخاطر والأزمات والكوارث البيئية الناجمة وتحذيرات الأمم المتحدة، وأن مصر قد بدأت مع رؤيتها الجديدة بهذا الملف، ووضعت بعداً رئيسياً ضمن أبعاد استراتيجية مصر للتنمية المستدامة ٢٠٣٠، واتجهت لإعادة هيكلة القطاع البيئي، وتطوير البناء التنظيمي لوزارة البيئة وقطاعات الاتصال البيئي لتحقيق الوعي لدى المواطنين، بجانب إطلاق عدة مبادرات خضراء من قبل الرئاسة لمواجهة تغير المناخ ووضع حلول للمخاطر البيئية، ومشاركة مصر في الفعاليات والأحداث البيئية الدولية، إلى أن قامت مصر برئاسة واستضافة الدورة السابعة والعشرين من مؤتمر الأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغير المناخ **COP27 Conference of The Parties** بشرم الشيخ الفترة من ٦-١٨ نوفمبر ٢٠٢٢.

ومن ثم تتحدد المشكلة البحثية في التركيز على دراسة البناء التنظيمي والأنشطة الاتصالية لقطاعات التوعية والاتصال البيئي بوزارة البيئة والمؤسسات ذات الصلة، حيث يركز الباحث على رصد وتحليل وتقييم الهيكل التنظيمي لقطاعات الاتصال البيئي، وتحليل الوصف الوظيفي لمسئولي التوعية البيئية، بجانب دراسة الاستراتيجية الاتصالية البيئية للجهات الحكومية المعنية، ورصد الأنشطة الاتصالية والمبادرات الخضراء والفعاليات الخاصة بالتغيرات المناخية التي قامت بها وزارة البيئة بهذا الشأن خلال الفترة من ٢٠١٤ للآن، والتركيز على دراسة حالة لمبادرة "اتحضر للأخضر" باعتبارها أول مبادرة بيئية خضراء

تطلق رسمياً لمواجهة التغيرات المناخية ونشر الوعي بالسلوك الأخضر في كافة مجالات الحياة، وكونها أيضاً المبادرة الرئيسية التي بنى عليها المبادرات الأخرى، وهي مستمرة حتى الآن.

أهداف الدراسة

تسعى الدراسة لتحقيق هدف رئيس هو: رصد وتحليل وتقييم الاجراءات التنظيمية والأنشطة الاتصالية لقطاعات التوعية والاتصال البيئي بوزارة البيئة بشأن قضايا التغيرات المناخية والمبادرات الخضراء، مع التركيز على رصد وتحليل محتوى الحملة التوعوية حول مبادرة "اتحضر للأخضر" كحالة دراسية.

ومن هذا الهدف تأتي الأهداف الاجرائية التطبيقية في الآتي:

- ١) معرفة الوصف الوظيفي والهيكل التنظيمي للمؤسسات المعنية بالبيئة وقطاعات الاتصال البيئي بمجتمع الدراسة كاستراتيجية تنظيمية لتطوير الأداء الاتصالي التوعوي.
- ٢) الكشف عن الفعاليات والأنشطة الاتصالية الرسمية بشأن قضايا التغير المناخي محلياً ودولياً، والتي قامت بها الجهات الحكومية مجتمع الدراسة.
- ٣) رصد رسالة وهدف المبادرات البيئية الخضراء خلال الفترة الزمنية منذ إطلاق مصر لاستراتيجية التنمية المستدامة ٢٠٣٠ عام ٢٠١٥ وحتى ٢٠٢٢.
- ٤) دراسة الحملة القومية التي نفذتها وزارة البيئة بشأن المبادرة الرئاسية "اتحضر للأخضر"، ورصد وتحليل وتقييم خطة الحملة ومراحل التنفيذ، وما اتخذ من أنشطة واجراءات اتصالية، وتحليل محتوى الرسائل والاستراتيجيات التأثيرية وأنواع الوسائل والأدوات الاتصالية المستخدمة.

تساؤلات الدراسة

اعتمدت الدراسة الراهنة بشكل رئيس على عدد من التساؤلات وفقاً لأهدافها البحثية، والتي تستهدف الإجابة على تساؤل رئيس هو: ما العناصر التي تشكل البناء التنظيمي لقطاعات الاتصال البيئي بوزارة البيئة ومؤسساتها التابعة وذات الصلة؟ وما الأنشطة الاتصالية التي اتخذتها المؤسسات البيئية عينة الدراسة للتعامل مع ظاهرة التغيرات المناخية، ومنها المبادرة الرئاسية "اتحضر للأخضر"؟

ويأتي مجموعة من التساؤلات الاجرائية موزعة على أهداف الدراسة في الآتي:

١. ما العناصر التي تشكل البناء التنظيمي لقطاعات الاتصال البيئي بوزارة البيئة من حيث: الوصف الوظيفي والهيكل التنظيمي والأدوار الفعلية والوصفية لما يخص التوعية البيئية؟
٢. ما المبادرات الخضراء والفعاليات الرسمية المحلية والدولية التي أطلقها القطاع الحكومي منذ دخول استراتيجية مصر للتنمية المستدامة ٢٠٣٠ للتنفيذ وحتى الآن؟
٣. ما نوع الاستراتيجية الاتصالية في رسالة التوعية بالمبادرات البيئية الخضراء عينة الدراسة؟

٤. ما محتوى التقارير والوثائق والاستراتيجيات البيئية الرسمية التي صدرت خلال الفترة الزمنية عينة الدراسة وتناولت بعد الاتصالات البيئية والوعي المجتمعي؟
٥. كيف تم تنفيذ وتصميم المبادرة الرئاسية "اتحضر للأخضر"؟ وما الأنشطة الاتصالية المتبعة؟
٦. ما درجة التنوع في الوسائل الاتصالية المستخدمة لنشر رسالة التوعية بمبادرة اتحضر للأخضر؟ وما نوعية المحتوى الاتصالي بالمنصات الرقمية التي أنشئت بشأن المبادرة؟
٧. كيف يرى الممارسون لأنشطة الوعي البيئي امكانية التطوير التنظيمي والوظيفي وإحداث التأثير المجتمعي برسالة الوعي البيئي؟

منهجية الدراسة

■ **نوع ومنهج الدراسة:** تنتمي الدراسة الراهنة لنوعية الدراسات الوصفية، التي تستخدم منهج المسح بشقيه الميداني والتحليلي، بحيث تتفق المنهجية المستخدمة مع أهداف وتساؤلات الدراسة ومتطلبات تحقيقها، من رصد وتحليل وتقييم رؤية المسؤولين القائمين بالاتصال بالقطاع البيئي الحكومي بشأن التغيرات البيئية والحملات الاتصالية بشأنها، ودراسة المحتوى الاتصالي من الخطط والاستراتيجيات والتقارير البيئية الرسمية، وتحليل محتوى الوسائل الاتصالية بشأن المبادرات الخضراء عينة الدراسة.

■ مجتمع الدراسة: يتم التطبيق على:

١. مؤسسات حكومية مركزية التنظيم بالقطاع البيئي، وتشمل: وزارة البيئة - جهاز شئون البيئة - المجلس الوطني للتغيرات المناخية
 ٢. وحدات تنظيمية للاتصال البيئي بجهاز شئون البيئة:
- الإدارة المركزية للإعلام والثقافة والتوعية البيئية.
 - الإدارة العامة للتوعية والثقافة البيئية.
 - الإدارة العامة للإعلام البيئي.
 - الإدارة المركزية للتغيرات المناخية.
 - الإدارة المركزية للأزمات والكوارث البيئية.
- **العينة وأدوات جمع البيانات:** اشتملت على:

١. **استمارة دليل المقابلات المتعمقة:** تم تطبيقها على عينة عمدية منتقاة وفقاً للصلاحيات والسلطات الممنوحة للعينة من المسؤولين عن أنشطة الاتصال البيئي بالمؤسسات والوحدات التنظيمية المحددة سلفاً بمجتمع الدراسة من القطاع البيئي، حيث تمت المقابلات مع عدد (١٢) من المسؤولين، وتم الاختيار وفقاً للمنصب القيادي والصلاحيات التنظيمية، لإمكانية الحصول على المعلومات مباشرة، وهو ما تحقق خلال إعداد البحث، وقد شملت العينة عدد (٨) من المسؤولين مباشرة عن الأقسام

والإدارات والوحدات التنظيمية بالمركز الإعلامي والإدارة المركزية للإعلام والثقافة والتوعية البيئية، وكذلك (٤) من مسؤولى قطاع الإعلام الداخلى بالهيئة العامة للاستعلامات.

٢. **استمارة تحليل المضمون الكيفي:** حيث تم تحديد الأهداف البحثية والوحدات التحليلية وفقاً لمتطلبات الدراسة. وقد اشتملت عناصر التحليل للمحتوى على ما يلي:
- المطبوعات الصادرة عن المبادرة الرئاسية الخضراء "اتحضر للأخضر".
 - المواد الفلمية والإعلانات التليفزيونية والوسائط الخاصة بالمبادرة.
 - محتوى الصفحة الرسمية للمبادرة على الفيس بوك والموقع الإلكتروني لوزارة البيئة.
 - دليل التثقيف البيئي "مصر وقضايا التغيرات المناخية" الصادر عن الهيئة العامة للاستعلامات ٢٠٢٢.
 - الوصف الوظيفي والهيكل التنظيمي بالمؤسسات والوحدات التنظيمية مجتمع الدراسة.
 - الاستراتيجيات والتقارير الرسمية الصادرة بشأن قضايا البيئة والتغيرات المناخية خلال الفترة (٢٠١٤ - ٢٠٢٢).

نتائج الدراسة الميدانية والتحليلية

المحور الأول: الاستراتيجية التنظيمية والوظيفية لعمل مسؤولى الاتصال البيئي

يقصد بإستراتيجية البناء التنظيمي لقطاع التوعية العامة بوزارة البيئة كافة الجوانب المرتبطة بالتأسيس التنظيمي لقطاعات التوعية والاتصال والإعلام البيئي، والكيان التنظيمي الخاص بالتغيرات المناخية ومجالاتها ومخاطرها كوحدات تنظيمية داخل جهاز شئون البيئة في مصر. وتتضمن الاستراتيجية مدى توافر: إدارة متخصصة، الوصف الوظيفي للإدارة والقائمين بالاتصال والإعلام البيئي، الهيكل التنظيمي للإدارات، مدى الإهتمام بتطوير الهيكل التنظيمي لمواجهة التغيرات المناخية. ومن خلال نتائج الدراسة عبر تحليل المحتوى لخطط العمل والاستراتيجية التنظيمية لجهاز شئون البيئة، وكذلك نتائج المقابلات المتعمقة مع المسؤولين عينة الدراسة، يمكن للباحث عرض النتائج كمايلي:

❖ أولاً: الاختصاصات وقرارات التأسيس لوزارة البيئة وجهاز شئون البيئة:

بموجب نص المادة رقم ٢ من القانون رقم ٤ لسنة ١٩٩٤ تم إنشاء "جهاز شئون البيئة" برئاسة مجلس الوزراء، بحيث تكون له الشخصية الاعتبارية العامة، ويتبع الوزير المختص بشئون البيئة، ويكون له ميزانية مستقلة، وله فروع تغطي كل المحافظات، وخاصة بالمناطق الصناعية. ثم تم إنشاء "صندوق حماية البيئة" في نفس العام ١٩٩٤، يليها القرار الجمهوري رقم ٢٧٥ لسنة ١٩٩٧ بإنشاء "وزارة البيئة".

وقد وجد الباحث تعاوناً كبيراً من قبل المسؤولين بوزارة البيئة وجهاز شئون البيئة، حيث في مقابلة مع رئيس الإدارة المركزية للإعلام والثقافة والتوعية البيئية أوضح أن "جهاز شئون البيئة خضع لتطوير كبير في الأدوار والمهام المسندة له مع التغيرات العالمية في المناخ، وأنه تم استحداث إدارات وقطاعات جديدة لها صلة مباشرة بالتغيرات

المناخية والأزمات". كما قدم رئيس الإدارة المركزية للتدريب والموارد البشرية **التوصيف والوصف الوظيفي والخطة الاستراتيجية لعمل الجهاز، وتتناول أهم اختصاصات جهاز شئون البيئة في الآتي:**

- (١) إعداد الدراسات البيئية وصياغة الخطة القومية للبيئة والمشروعات والموازنات التقديرية.
- (٢) إعداد الخرائط البيئية للمناطق العمرانية وخطط الحماية البيئية والتنمية العمرانية المستدامة.
- (٣) جمع المعلومات القومية والدولية الخاصة بالوضع البيئي والتغيرات التي تطرأ عليها.
- (٤) الإشتراك مع الجهات التعليمية في إعداد برامج تدريبية ومقررات دراسية لحماية البيئة.
- (٥) إعداد مشروعات القوانين والقرارات المتعلقة بتحقيق أهداف الجهاز.
- (٦) المشاركة في إعداد خطة تأمين البلاد ضد تسرب المواد والنفايات الخطرة والملوثات البيئية.
- (٧) متابعة تنفيذ الإتفاقيات الدولية والإقليمية المتعلقة بالبيئة.
- (٨) إعداد إستراتيجية للإدارة البيئية المتكاملة للمناطق الساحلية.
- (٩) إعداد خطط للطوارئ والأزمات والكوارث البيئية والتنسيق بين الجهات المعنية.

❖ **ثانياً: تنظيم ووصف الإدارة المركزية للإعلام والثقافة والتوعية البيئية:**

- أشارت النتائج التحليلية للبطاقات الوظيفية والهيكل التنظيمي لجهاز شئون البيئة أن مهام التفقيف البيئي والإعلام البيئي تندرج ضمن مهام الإدارة المركزية للإعلام والثقافة والتوعية البيئية، والتي تتبعها الإدارات الآتية:
- (١) الإدارة العامة للثقافة والتوعية البيئية ويتبعها (إدارة التوعية الطلابية، إدارة التوعية الجماهيرية، وحدة الركن الأخضر، وحدة الشباب).
 - (٢) الإدارة العامة للإعلام البيئي ويتبعها (إدارة الإعلام، إدارة الإنتاج الفني).
- وتشير نتائج الدراسة التحليلية للوصف الوظيفي الرسمي والمدرج بالموارد البشرية بالوزارة إلى أهم الوظائف والأدوار والأنشطة الفعلية التي يتم القيام بها بالإدارة كالاتي:
- (١) تخطيط وتنظيم ومتابعة الإعلام والتعليم البيئي للمواطنين، لتعميق مفهوم البيئة وحمايتها والمحافظة عليها بإستخدام وسائل الإعلام المتنوعة لخدمة هذا الغرض.
 - (٢) تخطيط وتنظيم وإدارة ومتابعة الأنشطة والحملات الإعلامية البيئية مع العاملين بالجهاز وفروعه، بهدف تطوير وتنمية مهاراتهم ورفع مستوي أدائهم الإعلامي، وإطلاعهم علي الأساليب الحديثة في مجال أعمالهم.
 - (٣) التخطيط والتنظيم ومتابعة تنفيذ حملات التوعية البيئية من خلال وسائل الإعلام المختلفة، وإعداد المادة اللازمة ووسائل الإيضاح التي تساعد علي إنجاح هذه الحملات.
 - (٤) إعداد البحوث الخاصة بالتوعية والإعلام والتعليم والاتصال للوصول إلي أفضل الطرق التي تتناسب مع الظروف البيئية.

- ٥) وضع الخطط التنفيذية لتوعية الجماهير عن طريق استخدام كافة وسائل الاتصال الشخصي والجماهيري، والعمل علي تنسيق التعاون وعقد بروتوكولات شراكة بين الوزارات المختلفة لتنفيذ مجموعة من الأنشطة وبرامج للتوعية البيئية.
- ٦) الإشراف علي إدماج الأنشطة والبرامج لزيادة الوعي البيئي، ودمج الثقافة البيئية ضمن برامج وأنشطة الوزارات المعنية برعاية وتنمية النشئ والشباب مثل (وزارة التربية والتعليم، وزارة الثقافة، وزارة الشباب).
- ٧) تنفيذ وإعداد مجموعة من الأنشطة البيئية مع كافة مؤسسات المجتمع (المنظمات الحكومية، مؤسسات المجتمع المدني والجمعيات الأهلية).

❖ ثالثاً: الوصف الوظيفي لإدارة الإعلام البيئي

تشير بطاقات الوصف الوظيفي لمسئولي الإعلام البيئي إلى وصف أدوارهم في الجوانب الآتية:

- ١) القيام بإنتاج التوثيق والفيديوهات الإذاعية والتلفزيونية حول المشكلات البيئية المختلفة، وتنسيق عملية بثها عبر محطات الإذاعة والتلفزيون.
- ٢) التنسيق مع إدارات الجهاز المختلفة لإنتاج مواد إعلامية بيئية للوعي البيئي والمجتمعي.
- ٣) القيام بإنتاج الوسائط الإلكترونية التي تحتاجها الإدارات المختلفة بالجهاز.
- ٤) القيام بتزويد موقع الوزارة الإلكتروني بالمواد العلمية والأخبار البيئية المختلفة.
- ٥) الإشراف علي إجراء البحوث والدراسات المتنوعة في مجال الإعلام البيئي.
- ٦) التنسيق والتعاون مع الإدارة العامة للتوعية والثقافة البيئية في دعم وتنفيذ برامج للتوعية من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية المختلفة (صحافة، إذاعة، تلفزيون، شبكات الإجتماعية).
- ٧) التنسيق والتعاون مع إدارات وقطاعات الجهاز والهيئات المعنية بشئون البيئة في الحصول علي المواد العلمية عن أهم الإنجازات في مجال حماية البيئة من التلوث.
- ٨) متابعة إعداد وصياغة المواد العلمية عن الإنجازات في مجال الحفاظ عن البيئة وحمايتها من التلوث وإمداد وسائل الإعلام المختلفة بها.

❖ رابعاً: التنظيم والوصف الوظيفي "الإدارة المركزية للأزمات والكوارث البيئية"

تشير نتائج الدراسة التحليلية للوثائق التنظيمية بالجهاز إلى وجود إدارة مركزية للأزمات والكوارث البيئية، حيث يتبعها عدة إدارات هي:

- ١) الإدارة العامة للأزمات البيئية ويتبعها (إدارة الأزمات البيئية للأنشطة البيولوجية والجيولوجية، إدارة الأزمات البيئية للأنشطة الصناعية والبتروولية)
- ٢) الإدارة العامة لمكتب المهام الخاصة وإدارة الكوارث البيئية ويتبعها (إدارة مكتب المهام الخاصة، إدارة الكوارث البيئية)
- ٣) غرفة العمليات المركزية: لتنسيق التواصل بين الإدارة المركزية للأزمات والكوارث بشكل مباشر مع الرئيس التنفيذي (رئيس جهاز شئون البيئة).

➤ وتختص الإدارة بوضع السياسات الخاصة بقواعد المعرفة الخاصة بالحد من المخاطر البيئية، ووضع الخطط الأولية والمرحلية والمحلية والوطنية لإدارة الأزمات والكوارث البيئية، وتخطيط وتنظيم أسلوب متابعة آثار الكوارث والأزمات، وكذلك تحديد أسلوب مشاركة مختلف الجهات في إزالة هذه الآثار، إلي جانب تطوير الخطط بهدف تحسين الأداء ورفع مستوى الوعي العام بأسلوب التعامل مع الكوارث والأزمات. بجانب تحديد وسائل إعلام المواطنين عند حدوث الكارثة وتطوراتها وسبل التعامل مع آثارها.

❖ **خامساً: التنظيم والوصف الوظيفي "الإدارة المركزية للتغيرات المناخية"**

صدقت مصر عام ١٩٩٤ علي إتفاقية الأمم المتحدة الإطارية لتغير المناخ بوصفها عضواً في الأطراف غير المدرجة في المرفق الأول، وفي عام ١٩٩٦ أنشئت وحدة تغير المناخ في جهاز شئون البيئة، ثم طورت إلي إدارة مركزية عام ٢٠٠٩، ثم خضعت لإعادة هيكلة بعد إطلاق مصر لاستراتيجية التنمية المستدامة ٢٠٣٠. وتنقسم الإدارة المركزية للتغيرات المناخية إلي عدة إدارات هي:

- (١) الإدارة العامة للمخاطر والتكيف: يتبعها (إدارة المخاطر - إدارة التكيف).
 - (٢) الإدارة العامة للتخفيف وآلية التنمية النظيفة: يتبعها (إدارة التنمية النظيفة - إدارة التخفيف).
 - (٣) الإدارة العامة للتكنولوجيا والبحوث: يتبعها (إدارة التكنولوجيا - إدارة بحوث تغير المناخ - إدارة الدعم الفني لتكنولوجيا البحوث).
 - (٤) إدارة معلومات التغيرات المناخية.
- وتتحدد أهداف الإدارة المركزية للتغيرات المناخية في الآتي:
١. المساهمة في إنتاج إستراتيجية تنموية منخفضة الكربون لتحقيق التنمية المستدامة.
 ٢. الإرتقاء بالأداء الوطني في مجال التكيف مع تغيرات المناخ في إطار الخطط الوطنية.
 ٣. زيادة القدرة علي اجتذاب الدعم الدولي والإستفادة منه.
 ٤. رفع الوعي بقضية تغير المناخ علي جميع المستويات.
 ٥. التنسيق مع الجهات الدولية والدول النامية لتجنب فرض أي إلتزامات لخفض الإنبعاثات علي الدول النامية ومنها مصر، والتي تتعارض مع خطط التنمية الإقتصادية والإجتماعية.

➤ كما تختص الإدارة بالتنسيق مع القطاعات المؤسسية المختلفة داخل مصر مثل (قطاعات الزراعة، الصناعة، الطاقة، النقل، الموارد المائية، الصحة، التعليم، الإعلام)، والإشراف والمشاركة في المؤتمرات والندوات والمعارض المحلية والدولية المتعلقة بالتغيرات المناخية، ومتابعة تنفيذ المشروعات البحثية والاستثمارية البيئية والارشادية، بجانب إعداد ومتابعة الإستراتيجية الوطنية لسبل التنبؤ بآثار ومخاطر تغير المناخ وكيفية التكيف معها، وتفعيل إتفاقية الأمم المتحدة الإطارية للتغيرات المناخية، وإعداد خطط الترويج لمشروعات التنمية النظيفة والمنتجات صديقة البيئة، والمشاركة في وضع خطط العمل الوطنية للتنمية المستدامة.

❖ سادساً: تنظيم وأهداف "المجلس الوطني للتغيرات المناخية"

أشار رئيس الإدارة المركزية للتخطيط الاستراتيجي إلى أنه "تم إعادة تشكيل المجلس الوطني للتغيرات المناخية وإصدار قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ١١٢٩ لسنة ٢٠١٩. ليتكون المجلس الوطني للتغيرات المناخية من: (اللجنة العليا - المكتب التنفيذي - مجموعات العمل الفنية)، ويكون رئيس مجلس الوزراء رئيساً للمجلس الوطني للتغيرات المناخية، وينعقد المجلس برئاسته مرة على الأقل كل عام أو كلما دعت الحاجة إلى ذلك".

وقد ذكر أهداف المجلس الوطني للتغيرات المناخية، بالتطابق مع تحليل خطة العمل في الآتي:

١. رسم السياسات العامة للدولة فيما يخص التعامل مع التغيرات المناخية، والعمل على وضع وتحديث الاستراتيجيات والخطط القطاعية لتغير المناخ، في ضوء الاتفاقيات الدولية والمصالح الوطنية والعمل على صياغة وتحديث إستراتيجية وطنية شاملة لتغير المناخ.
٢. ربط السياسات والاستراتيجيات الوطنية الخاصة بتغير المناخ بإستراتيجية التنمية المستدامة.
٣. متابعة ملف المفاوضات الخاصة بالاتفاقية الإطارية لتغير المناخ وما ينبثق عنها من بروتوكولات أو اتفاقيات وما يتعلق بالإبلاغات الوطنية.
٤. دمج مفاهيم التغيرات المناخية ضمن الإستراتيجية الوطنية للتنمية المستدامة والخطط القطاعية والعمل على توفير التمويل اللازم لتنفيذ تلك الخطط من الموازنات العامة أو أية فرص تمويلية دولية أو إقليمية.
٥. زيادة المعارف العلمية والبحوث المنشورة المرتبطة بالتغيرات المناخية ومتابعة تقارير الهيئة الحكومية الدولية المعنية بتغير المناخ.
٦. رفع وعى المسؤولين ومتخذي القرار والجمهور بكل ما يتعلق بالتغيرات المناخية.
٧. دمج المفاهيم والمعارف المرتبطة بالتغيرات المناخية داخل مراحل التعليم المختلفة.
٨. بناء القدرات المؤسسية والفردية اللازمة للتعامل مع التغيرات المناخية.
٩. ضم مهام واختصاصات المكتب المصري والمجلس المصري لآلية التنمية النظيفة لمهام واختصاصات المجلس الوطني للتغيرات المناخية.

❖ يستنتج الباحث أن البنية التنظيمية والوظيفية من الوصف الوظيفي والتطوير للهيكل التنظيمي لإدارة الاتصال البيئي تحتاج إلى التحديث، وهذا رغم أن وزارة البيئة وأجهزتها التابعة خضعت لإعادة الهيكلة بعد إطلاق استراتيجية مصر للتنمية المستدامة ٢٠٣٠، إلا أن التحديث لوظائف مسؤولى الاتصال البيئي لم يستوعب التطور الهائل فى تقنيات ووسائل الاتصال الرقمية، وتغير أساليب تفاعلية الجمهور مع الرسائل الاتصالية وتطور صناعة الوعى الجماهيرى. إلى جانب محدودية الصلاحيات والتنسيق بين

الإدارات المركزية لتحقيق هدف الوعي البيئي، وأن الوصف الوظيفي لم يذكر مطلقاً دوراً واضحاً لدور الاتصال البيئي في مواجهة التغيرات المناخية، رغم أن النتائج أشارت لتنوع الأدوار الفعلية لمسئولي الاتصال البيئي خلال المبادرات الرئاسية الخضراء، وتنوع الأنشطة الاتصالية داخل المحافظات، إلى جانب تولى المركز الإعلامي والإدارة المركزية للإعلام والتوعية البيئية لمهمة تنفيذ المبادرات وتقارير وأنشطة التوعية البيئية.

المحور الثاني: الاستراتيجية الاتصالية الحكومية لمواجهة التغيرات المناخية

يقصد بها رصد كل ما اتخذ من أنشطة وفعاليات محلياً ودولياً في شأن قضايا التغيرات المناخية، ونشر الوعي المجتمعي بمبادرات الإقتصاد الأخضر والمنتجات صديقة البيئة كإستراتيجية للمواجهة، وذلك من قبل وزارة الدولة لشئون البيئة وجهازها الرسمي، وكذلك ما تم من فعاليات ومبادرات رسمية للدولة محلياً وعالمياً في شأن التغيرات المناخية ونشر الوعي بمواجهتها.

وللوصول لجوانب الاستراتيجية الاتصالية ورصد ما قامت به الأجهزة الحكومية الرسمية المعنية بقضايا التغيرات المناخية، والتركيز على تحليل وتقييم المواد الاتصالية عن التغيرات المناخية ومواجهتها، فإن الباحث قام بـ: تحليل محتوى الإصدارات الرسمية لأجهزة الدولة المعنية من وزارة البيئة والهيئة العامة للاستعلامات بشأن قضايا التغيرات المناخية - تحليل محتوى الصفحات الرسمية للمبادرات الخضراء التي أصدرتها وزارة البيئة - إجراء المقابلات مع المسؤولين عينة الدراسة بوزارة البيئة. ويمكن عرض نتائج الرصد والتحليل والمقابلات مع المسؤولين في الآتي:

أولاً: إطلاق المبادرات والفعاليات الخضراء في مواجهة مخاطر التغيرات المناخية

أشارت نتائج الدراسة إلى تنوع المبادرات الخضراء والاستراتيجيات البيئية الوطنية كالاتي:

١. المبادرة الرئاسية ١٠٠ مليون شجرة: والتي تستهدف (الحد من مخاطر الاحتباس الحراري والتغيرات المناخية - مكافحة فقر الغذاء - الحفاظ على رقعة المياه - زيادة الرقعة الخضراء والحصول على الأكسجين النقي - نشر الوعي البيئي بين المواطنين - التخلص من الملوثات والأدخنة وخفض الانبعاثات وتحسين نوعية الهواء).

٢. إطلاق المنصة الوطنية المصرية لبرنامج "نوفى" لدعم المشروعات الخضراء: بهدف جذب التمويلات الدولية والاستثمارات المتنوعة لقائمة من المشروعات التنموية الخضراء في قطاعات المياه والغذاء والطاقة. وقد تم إعداد البرنامج اتساقاً مع الاستراتيجية الوطنية للتغيرات المناخية ٢٠٥٠ وخطة المساهمات المحددة وطنياً ٢٠٣٠.

٣. مبادرة "تحضر للأخضر": تأتي المبادرة في إطار رؤية مصر ٢٠٣٠ للتنمية المستدامة، وتستهدف تغيير سلوكيات المواطنين ليكونوا مشاركين في الحفاظ على

البيئة ومواردها الطبيعية، ونشر الوعي البيئي عبر حملات التوعية ووسائلها بالمبادرة، والوعي بأهمية التشجير وإعادة تدوير المخلفات، وترشيد الاستهلاك من الغذاء والطاقة، والحد من استخدام البلاستيك.

٤. **حملة رجع الطبيعة لطبيعتها:** جاءت في إطار المبادرة الرئاسية "إتحضر للأخضر"، وهدفت إلى (إيجاد وعي مجتمعي بيئي بقضايا التغيرات المناخية، ودفع الجمهور للمشاركة في الفعاليات والأنشطة والمبادرات الخضراء للحفاظ على البيئة وحمايتها، ونشر مفهوم المسؤولية المجتمعية بين المواطنين والدولة تجاه البيئة وحمايتها).

<https://www.ecaa.gov.eg/Reports/Index>

٥. **الحوار الوطني للتغيرات المناخية:** أطلق بمدينة شرم الشيخ في مارس ٢٠٢٢ كآلية لخلق إهتمام وطني بموضوعات تغير المناخ، وهو يقوم على فكرة الاستعداد ورفع الوعي فيما يخص قضايا المناخ، وخاصة نشر الوعي بالمدارس والجامعات والنقابات وتجمعات الشباب، بهدف خلق حوار وطني بين أطياف المجتمع.

٦. **المبادرة الوطنية للمشروعات الذكية:** هي مبادرة أطلقت بقرار من رئيس مجلس الوزراء رقم ٢٧٣٨ لسنة ٢٠٢٢، تحت رعاية وتوجيه من رئيس الجمهورية، وهي مبادرة لتحفيز الأفكار الابداعية وتقديم الحلول الخضراء الذكية المبتكرة للمشكلات البيئية، بهدف التعامل مع تحديات تغير المناخ. كما أطلقت حملة إعلامية لنشر الوعي بالمشروعات الذكية، والتعامل مع كل محافظة بشكل مخصص لها بخريطة للمشروعات الخضراء الذكية المناسبة لها. وتتضمن المبادرة ٦ فئات أساسية: المشروعات كبيرة الحجم - المشروعات المحلية المتوسطة الحجم - المشروعات المحلية صغيرة الحجم ضمن مبادرة حياة كريمة - الشركات الناشئة - المبادرات والمشاركات المجتمعية غير الربحية - مشروعات المرأة وتغير المناخ والاستدامة. ويشترط توافر المكون الذكي والمكون الأخضر المستدام بكل المشروعات المقدمة بالمسابقة. وتم إطلاق الموقع الرسمي للمبادرة www.sgg.eg، وعلى الفيس بوك <https://www.facebook.com/SGGEgypt/about>. وركزت المبادرة على عقد الدورات التدريبية وورش العمل داخل الجامعات المصرية بمحافظة مصر لنشر أهداف ومعايير وفئات المبادرة، وتحديد شروط المياقة في دوراتها المتنوعة. وأقامت المبادرة شراكات مع التنمية المحلية والجامعات والشباب والرياضة والاستثمار وجهاز المشروعات والمجلس القومي للمرأة، وهذا مع المكونيين الرئيسيين بالمبادرة من وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات ووزارة البيئة.

٧. **مبادرة الأزهر الشريف "مناخنا حياتنا":** والتي تهدف إلى تقديم رؤية أزهريّة شرعية علمية لمواجهة التغيرات المناخية، وهي مبادرة استهدفت كل فئات المجتمع، بهدف نشر الوعي المجتمعي بحماية البيئة، وتبني السلوكيات الصحيحة في الاستهلاك من

الطاقة والمياه وطريقة المعيشة عموماً، وتوجيه الدعاة إلى نشر الوعي بالمواطنة البيئية والسلوكيات البيئية الصحيحة عبر المنابر والقنوات والوسائل الأخرى والإعلامية.

٨. **إطلاق وثيقة حماية البيئة للكنيسة الأرثوذكسية:** وقعت وزارة البيئة مع قداسة البابا تواضروس الثاني بابا الاسكندرية وبطريك الكرازة المرقسية، وهي بروتوكول تعاون لنشر الوعي البيئي بين المواطنين ضمن فعاليات المبادرة الرئاسية اتحضر للأخضر، وتم إطلاق وثيقة حماية البيئة، وتبنى الكنيسة حملة توعوية موسعة داخل الكنائس، ونشر الوعي بمؤتمر قمة المناخ COP27.

٩. أطلقت وزارة البيئة بالتعاون مع وزارة الشباب والرياضة في يونيو ٢٠٢٢ "أندية المناخ والبيئة"، وذلك تزامناً مع الاحتفال السنوي باليوم العالمي للبيئة، وأطلقتها بأندية ومراكز الشباب على مستوى الجمهورية، بهدف نشر الوعي المناخى بين الشباب، وتنمية الشعور بين الشباب بالمسئولية تجاه البيئة والمجتمع.

<https://www.eeaa.gov.eg/Reports/Index>

١٠. المبادرات والمشروعات التي قدمها **منتدى شباب العالم** برعاية رئيس الجمهورية، وكذلك المؤتمرات الوطنية للشباب، وقد أطلق البرنامج التوعوي لوزارة البيئة في منتدى شباب العالم يناير ٢٠٢٢، لمناقشة مستقبل تغير المناخ عالمياً وتأثيره على مصر.

١١. إطلاق مسابقة بيئية شهرية تحت شعار **(صحتنا من صحة كوكبنا)** بالتعاون مع شركة سانوفى مصر منذ عقد قمة المناخ Cop27، وفي إطار مذكرة التفاهم الموقعة بين وزارة البيئة وسانوفى مصر. تشمل المسابقة مجموعة من الأسئلة المتعلقة بحماية البيئة وتنميتها، والأمراض المترتبة على تلوث الهواء وخاصة أمراض الحساسية، حيث تتضمن المسابقة سؤالاً شهرياً، يقوم المتسابق بالإجابة عليه على الموقع الإلكتروني للوزارة، ويتم تقييم الاجابات من خلال وزارة البيئة والإعلان عن الفائزين، وتشمل الجوائز توزيع عدد ٢٠٠٠ دراجة هوائية مقدمة من تلفاست احدى منتجات شركة سانوفى مصر على الفائزين.

<https://www.eeaa.gov.eg/MediaCenter/79/sub/156/index>

١٢. **حملة ECO EGYPT:** هي الحملة الترويجية الأولى لدعم السياحة البيئية والمحميات الطبيعية، والتي جاءت ضمن إستراتيجية وزارة البيئة لتطوير المحميات. وتهدف إلى تعظيم الاستخدام المستدام للمحميات الطبيعية، ورفع الوعي بأهميتها وأهمية المشاركة في حمايتها، ودمج المجتمع المحلى في ذلك بتدريبه وتطوير أساليبه في الترويج لمنتجاته الثقافية وحرفه اليدوية، والترويج للفرص الاستثمارية بالمحميات.

<https://www.eeaa.gov.eg/MediaCenter/82/sub/162/index>

١٣. مشروع الركن الأخضر: هو من البرامج المخصصة لنشر الوعي البيئي لدى المواطنين في مصر وبخاصة الأطفال والطلائع. وقد بادرت جمعية الرعاية المتكاملة بإقامة هذا المشروع من خلال مكاتب الأطفال بالجمعية. وقد ساهمت وزارة البيئة وجهاز شئون البيئة مساهمة فعالة مع جمعية الرعاية المتكاملة في إنشاء الركن الأخضر بها، وتولت الوزارة مهمة نشر الركن الأخضر في جميع محافظات الجمهورية، وتم إنشاء وتجهيز ٣٠ موقع للركن الأخضر بجميع المحافظات.

<https://www.eeaa.gov.eg/MediaCenter/81/sub/160/index>

١٤. أصدرت إدارة الإعلام والتوعية البيئية بوزارة البيئة كتيب تلوين للأطفال بعنوان "كوكبنا ومستقبل أطفالنا" بالتعاون مع كلية النصر للبنات التابعة للمعاهد القومية بالإسكندرية وبرنامج العلم حول العالم في مصر، بهدف التوعية بموضوعات تغير المناخ والاحتباس الحراري. ويركز الكتيب على توعية الأطفال وأسرههم بطريقة بسيطة وسهلة ومحبة إليهم لتوضيح قضية تغير المناخ وأسبابها، وتأثير أنشطة الإنسان على زيادة انبعاثات غاز ثاني أكسيد الكربون، والدور الذي يقوم به الطفل والأسرة في الحد من هذه الانبعاثات. كما أكد الكتيب على نشر ثقافة ترشيد الاستهلاك للطفل باعتبارها أحد الحلول للتكيف مع مشكلة الحد من انبعاثات الكربون

<https://www.eeaa.gov.eg/Topics/78/30/Details>

١٥. إصدار الحقائق التثقيفية للمعلمين حول المفاهيم البيئية: من خلال شراكة بين وزارتي البيئة والتربية والتعليم، بهدف التثقيف ونشر الوعي البيئي بالمدارس، وتطوير المناهج التعليمية، ومناقشة المفاهيم المستجدة مثل الاقتصاد الأخضر والاستدامة والتغيرات المناخية والتنوع البيولوجي وغيرها. وحرصت الوزارة على إصدار جميع الحقائق التعليمية باللغتين العربية والانجليزية، وقد شملت ثلاث حقائق تعليمية هي: (تغير المناخ - الاستدامة البيئية - التنوع البيولوجي). وأتاحت الوزارة الحقائق عبر موقعها الإلكتروني

<https://www.eeaa.gov.eg/MediaCenter/81/sub/158/index>

١٦. رئاسة مصر واستضافتها للدورة السابعة والعشرين من مؤتمر الأطراف في اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن تغير المناخ (COP27) Conference of The Parties)، وذلك بشرم الشيخ الفترة من ٦-١٨ نوفمبر ٢٠٢٢. حيث أشارت تقارير الأمم المتحدة إلى التحول الكبير في شكل الأحداث المناخية القاسية التي تشهدها جميع أنحاء العالم، وتفاقم أزمة الطاقة التي أثارها الحرب في أوكرانيا، وأن البيانات العلمية تؤكد أن العالم لا يفعل ما يكفي للتصدي لانبعاثات الكربون وحماية مستقبل كوكبنا. ومن ثم جاءت أهمية المؤتمر وأهدافه الثلاثة الرئيسية في: (تمويل المناخ وتقديم رؤى دولية لمصادر التمويل - التخفيف بالتوجه نحو التقنيات الجديدة ومصادر الطاقة المتجددة النظيفة وتطوير الممارسات الادراية والاتصالية وسلوكيات المواطنين -

التكيف مع عواقب التغيرات المناخية لحماية المواطنين ونشر الوعي بالمسؤولية الاجتماعية للمجتمع الدولي الحكومي وغير الحكومي بالموافقة). وقد ثمن العالم رؤية مصر في تنظيم مؤتمر المناخ COP27، والتي طرحت رؤيتها من البداية متمثلة في أن يكون مؤتمر المناخ COP27 هو مؤتمر للتنفيذ والخروج بنتائج موضوعية شاملة وطموحة ومستندة إلى قواعد تتناسب مع التحدي القائم على النواحي العلمية، ومسترشدة بالمبادئ التي تستند إلى الاتفاقيات والقرارات والتعهدات والالتزامات الدولية، منذ اتفاق باريس ٢٠١٥ إلى مؤتمر جلاسكو عام ٢٠٢١. وقد خصصت الجهات المنظمة موقع الكتروني رسمي وتطبيق رقمي للمؤتمر بإسم "COP27" [/https://cop27.eg](https://cop27.eg)

١٧. إطلاق مسابقة أفضل جامعة صديقة للبيئة خلال عام ٢٠٢٣، لتشمل معايير تقييم الجامعات: (معايير الحفاظ على البيئة والاستدامة، معايير الأنظمة التعليمية "التعلم والبحث العلمي"، معايير البنية التحتية للجامعة، معايير الطاقة والتبدل المناخي، معايير إدارة المخلفات، معايير إدارة المياه، معايير النقل داخل الجامعة، معايير جودة البيئة، خطة للاستدامة تتوافق مع القوانين والتشريعات البيئية والاتفاقيات الدولية، معايير إدارة الأزمات والاستعداد للتعامل معها والأوبئة والكوارث).

ثانياً: دراسة حالة المبادرة البيئية الخضراء "اتحضر للأخضر"

تعد مبادرة "اتحضر للأخضر" أول مبادرة وطنية لنشر الوعي البيئي في مصر، والتي تأتي في إطار الإستراتيجية القومية للتنمية المستدامة "رؤية مصر ٢٠٣٠"، وذلك انساقاً مع التوجه المحلي والعالمى نحو الاقتصاد الأخضر والبيئة النظيفة والمنتجات الصديقة للبيئة، بجانب أهميتها في نشر الوعي المجتمعي بالمخاطر البيئية والتغيرات المناخية. وقد قام الباحث برصد وتحليل كافة الأنشطة الاتصالية وخطة الحملة والمنصات الرقمية الخاصة بالمبادرة، والرسائل والوسائل الاتصالية، وكذلك رأى المسؤولين عن المبادرة في وزارة البيئة.

ومن خلال تلك المبادرة نفذت وزارة البيئة والجهات الشريكة مجموعة من الحملات البيئية مثل "رجع الطبيعة لطبيعتها" و "المبادرة الرئاسية ١٠٠ مليون شجرة" و "أندية المناخ والبيئة"، وغيرها من الفعاليات قبل وبعد عقد مؤتمر قمة المناخ COP27. وتولت الإدارة المركزية للإعلام والثقافة والتوعية البيئية بجهاز شؤون البيئة إعداد الإستراتيجية الاتصالية وتنفيذها بشأن المبادرات الخضراء، وبنيت الاستراتيجية على أن الوعي البيئي هو المستهدف من كافة الأنشطة الاتصالية للإدارة، ويحتاج لوقت واستدامة فى العمل مع كافة فئات الجمهور وخصائصه. ويعرض الباحث نتائج الدراسة التحليلية ونتائج المقابلات المتعمقة مع المسؤولين بشأن المبادرة الرئاسية "اتحضر للأخضر" فى الآتى:

■ أهداف المبادرة

بمناقشة خطة عمل المبادرة خلال المقابلة مع مدير عام التوعية البيئية والمبادرات، فقد أشار إلى أهداف المبادرة ورؤية الدولة من إطلاقها، وذلك في الأهداف الآتية:

١. السعى نحو تغيير السلوكيات ونشر الوعي البيئي، وحث المواطنين على المشاركة في الحفاظ على البيئة والموارد الطبيعية، لضمان استدامتها حفاظا على حقوق الأجيال القادمة.
٢. نشر الوعي بالحفاظ على المحميات الطبيعية وإدارتها وفق المستويات العالمية، وبما يضمن الحفاظ على توازن النظم الإيكولوجية، وتعظيم فرص التنمية الاقتصادية والاجتماعية.
٣. تعتمد المبادرة على مواصلة جهود وإجراءات مواجهة تلوث الهواء ومنها أنشطة تحسين جودة الهواء ودعم وسائل رصد نوعية الهواء.
٤. نشر الوعي المجتمعي بمخاطر استخدام الأكياس البلاستيكية أحادية الاستخدام، للحد من تأثيراتها السلبية على المناخ والبيئة وصحة الإنسان، وكذلك مخاطرها على البحار والمحيطات والتربة الزراعية والكائنات الحية التي تعيش في المياه، والتي قد تتراكم لآلاف السنين في التربة، وتهدد صحة الإنسان عند استعمالها لاحتوائها على مواد يمكن أن تزيد من خطر الإصابة بالسرطان. وتنصح المبادرة بإستبدال الأكياس البلاستيكية أحادية الاستخدام بالشنط الورقية والشنط القماش.
٥. تدعم الحملة الاقتصاد وزيادة التنافسية وخلق فرص عمل جديدة، مع وفاء مصر بالتزاماتها الدولية والإقليمية تجاه الاتفاقيات الدولية، وبما يحقق الحفاظ على استدامة استخدام الموارد الطبيعية.

■ الجمهور المستهدف من المبادرة

– تستهدف الحملة كافة شرائح المجتمع في كافة المحافظات حسب خطتها، سواء الطلاب في المدارس والجامعات أو للشباب وكبار السن، وكذلك شملت الرجال والنساء سواء في الريف أو المدينة، وتم توزيع الأنشطة الاتصالية حسب فروع جهاز شئون البيئة في مصر وتوزيعها الجغرافي، بما يحقق تغطية أنشطة التوعية لتنوع فئات المواطنين.

– لتحقيق مشاركة الجمهور والمتطوعين بحملة إتحضر للأخضر أتاحت الوزارة عبر موقعها الإلكتروني إستمارة تطوع ومشاركة للجمهور العام، ويتم تسجيل بياناتها إلكترونيا ولمرة واحدة في تسجيل البيانات، وترسل على إيميل:

livegreen@eaa.gov.eg

– تشير نتائج الدراسة إلى محدودية تفاعلية الجمهور المستهدف مع المنصات الرقمية الخاصة بالمبادرة، حيث بمطالعة الصفحة الرسمية على الفيس بوك يتبين محدودية

شديدة لتفاعل الجمهور مع المحتوى، ويرجع الباحث هذا لعدم اهتمام مسئولى الصفحة الرسمية بالأدوات التفاعلية والترويجية للحملة بين فئات المواطنين بالجمهورية، وتركيز المحتوى وشكل تقديمه لفئات معينة ذات صلة بموضوع الحملة، بجانب غياب لأشكال تفاعل الصفحة مع بعض تعليقات المواطنين.

– يرى الباحث أن المبادرة من أهم المبادرات الخضراء، والتي اكتسبت قوتها من تبنى الرئيس لها، ولكنها تحتاج إلى إعادة هيكلة ورؤية أوسع في وضع الخطة القادة لإطلاقها بشكل مختلف، يستهدف فئات المواطنين في محافظات وأقاليم مصر، وبرسالة توعوية ملائمة، واستغلال الجامعات والأجهزة المحلية في هذا الأمر.

■ مدى تنوع الوسائل الاتصالية الرقمية والمباشرة والإعلامية في المبادرة

1. تم تخصيص رابط الكتروني للمبادرة على الموقع الالكتروني الرسمي لوزارة البيئة، بأنشطة المركز الإعلامي <https://www.eea.gov.eg/MediaCenter/82/161/index>، بجانب النشر لأخبار المبادرة عبر الصفحة الرسمية لوزارة البيئة على الفيس بوك، وجاءت تحت إسم وزارة البيئة **Ministry of- Environment Egy environment**، وحددت رابط الصفحة وعنوان الحساب <https://www.facebook.com/EGY.Environment>. وقد لاحظ الباحث- من ناتج رصد وتحليل محتوى الموقع الإلكتروني- محدودية المعلومات المنشورة عبر الموقع الإلكتروني عن المبادرة، واقتصار المعلومات المتاحة فقط على هدف المبادرة وباختصار في سطور معدودة، مع إتاحة استمارة التطوع للجمهور ولوجو المبادرة وشعارها، وهذا رغم تخصيص رابط الكتروني رسمي للمبادرة، ولكن لم يتاح أى معلومات كأخبار وفعاليات وأنشطة ومواد توعوية وفيلمية عن المبادرة عبر الرابط الخاص بها أو روابط ذات صلة بالموقع الإلكتروني.
2. أنشأت الوزارة صفحة رسمية للمبادرة على الفيس بوك، لتكون منصة لنشر كل ما يخص الاستراتيجية الاتصالية للمبادرة <https://www.facebook.com/livegreen.eg>، تحت مسمى "إتحضر للأخضر"، وحملت صورتين للغلاف والصفحة "صورة لوجو المبادرة باللون الأخضر.. إتحضر للأخضر"، وعليها عدد ٢٥١ ألف من المتابعين للصفحة، وقدمت تعريف رسمي للصفحة كمنظمة حكومية بأنها "الصفحة الرسمية لمبادرة رئيس الجمهورية لنشر الوعي البيئي". وبها وسائل التواصل الإلكتروني المتنوعة، وكذلك تقييم الصفحة وتفاعلية الجمهور معها.
3. ركز قطاع التوعية البيئية بوزارة البيئة على وسائل الاتصال الشخصي المباشر لنشر الوعي بالمبادرة، خاصة مع طلاب المدارس والجامعات، وذلك من خلال الندوات وورش العمل حول أهداف المبادرة، وإقامة الفعاليات داخل المدارس والمحافظات من خلال وحدة "الركن الأخضر"، والتركيز على التواصل المباشر مع الأطفال وذوي الإحتياجات الخاصة، بجانب استهداف مراكز الشباب وقصور الثقافة والمجمعات الإعلامية بقطاع الإعلام الداخلى بالهيئة العامة للاستعلامات والمكتبات العامة. كما يتوافر لدى الوزارة وحدة للشباب تركز علي توعية الشباب، وكذلك تنظيم الرحلات للمحميات الطبيعية، وإقامة حملات النظافة العامة داخل وخارج المؤسسات بالتعاون مع وزارة الشباب.

٤. تم إنتاج عدد (٦) فيديو توعوية عن أهداف المبادرة، والتي عرضت في القنوات التلفزيونية ومنصات التواصل الرقمية للوزارة، وتنوعت ما بين التوثيق والإعلانات الإرشادية التوعوية عن أهداف المبادرة. وقد لاحظ الباحث أن أغلب المواد الفيلمية من نمط "الفيديو جراف" مع التعليق الصوتي، باستثناء فيديو إعلاني للمبادرة عرض بشكل درامي وصوت الفنانة إسعاد يونس، وظهرها في آخر لقطة من الإعلان. وتنوعت الفترة الزمنية ما بين دقيقة و٧ ثواني وبين ٣٠ ثانية.
٥. إصدار عدد (١٥) نوع من المطبوعات الإرشادية خاصة "البوسترات والمطويات"، وتناولت أهداف المبادرة ومجالات الحفاظ على البيئة، ومخاطر التغيرات المناخية. وكذلك إصدار الكتب المصورة والمصممة للأطفال والشباب، بهدف التوعية البيئية وأهداف "اتحضر للأخضر".
٦. تنظيم القوافل البيئية التوعوية عبر أفرع جهاز شئون البيئة بالمحافظات، وتتم غالبا بالشراكة مع الأجهزة المحلية والمدارس والجامعات ومديريات الصحة والشباب والرياضة وقطاع الإعلام الداخلي بالهيئة العامة للاستعلامات. إلى جانب أنشطة الرعاية للأحداث والفعاليات المتنوعة بقطاعات الدولة، والمشاركة في مسابقات وزارة الشباب والرياضة.
٧. ظهور المسؤولين بوزارة البيئة بوسائل الإعلام وبرامجها، وتوفير المحتوى لأجندة وسائل الإعلام، لكون "اتحضر للأخضر" مبادرة أطلقتها رئيس الدولة، ونالت الإهتمام الواسع في النشر من وسائل الإعلام التقليدية والرقمية. وقد أذيعت الحملة في تنويهاات إذاعية بالمحطات المتنوعة، بجانب إذاعة القرآن الكريم، والقنوات التلفزيونية، وتبنتها الشركة المتحدة للخدمات الإعلامية ووسائلها.
٨. أشار مسئولو الإدارة المركزية للتوعية البيئية والإعلام بوزارة البيئة إلى أن وسائل الاتصال الشخصي المباشر عبر اللقاءات والندوات والزيارات المنزلية هي الأكثر تأثيرا في نشر الوعي البيئي، خاصة داخل المدارس والجامعات وتجمعات الشباب في المراكز الشبابية وقصور الثقافة، وأن الاستعانة بالرائدات الريفيات كان من أنجح استراتيجيات الاتصال والتأثير المجتمعي.

■ الرسالة الاتصالية وشعار المبادرة

- جاء الإعلان التلفزيوني الرئيس للمبادرة برسالة اتصالية تحذيرية للمواطنين مفادها (الإهمال في أشياء بسيطة ومتراكمة سيؤدي إلى كوارث لممتلكاتك ونفسك ووطنك.. مع عرض إعلان درامي لأسرة أهملت في صيانة حنفيات المياه، وتنزل من شقتها وتنسى الكهرباء والمياه والحنفيات مفتوحة، والتي قد تحدث أزمة وغرق الشقة وحرقتها). قدمت رسالة الحملة الفنانة إسعاد يونس.
- انتهت جميع الفيديوهات والإعلانات التلفزيونية والمواد التوعوية المطبوعة برسالة (دلوقت جه دورك علشان ترجع الطبيعة لطبيعتها .. مبادرة رئيس الجمهورية لنشر الوعي البيئي "اتحضر للأخضر" من وزارة البيئة).
- اشتملت رسائل المبادرة على أهمية استضافة مصر لقمة المناخ COP27 ومواجهة مخاطر التغيرات المناخية، حيث ألفت رسالة المبادرة بالمسئولية على المواطنين والمجتمع الدولي في تزايد مخاطر التغيرات المناخية حول العالم. وتضمنها الإعلان الرئيس الأول عن المبادرة، وقدمت الرسالة بالإعلان الفنانة إسعاد يونس.

- **تنوع المحتوى الاتصالي برسائل المبادرة وفق مضامين ذكرتها الإعلانات التليفزيونية والمنصات الرسمية والمطبوعات في الآتي:** (بلاش عبوات بلاستيك للمياه خليها عبوات زجاجية - دورنا كأفراد في المجتمع له أهمية كبيرة في توفير الطاقة في الكهرباء والغاز - إهمالك هيعرضك لكوارث كبيرة حواليك أو حوالين غيرك - قلل من استخدام المركبات الخاصة وخليك في المواصلات العامة أو الدراجات الهوائية - رسائل ارشادية موجهة للنساء لكيفية تخزين الطعام وترشيد الاستهلاك - التغير المناخي بيحصل دلوقتي .. ودلوقتي لازم نتحرك - رسائل لحث المواطنين على زراعة الأشجار وأخرى لإعادة تدوير المخلفات والحد من استخدام البلاستيك والاهتمام بصيانة السيارة أول بأول، والحفاظ على الكائنات البحرية، وحماية المحميات الطبيعية.
- **من أهم الإصدارات الرسمية حول التغيرات المناخية دليل توعوي "مصر وقضايا التغيرات المناخية"، والذي حمل رسالة معرفية تثقيفية للمواطنين عن ظاهرة التغيرات المناخية، وأصدرته الهيئة العامة للإستعلامات، وصدر بـ (٥) لغات من اللغات العالمية الأكثر أنتشاراً، وهي الإنجليزية والفرنسية والأسبانية والصينية إلي جانب اللغة العربية، وتناول الجهود المصرية في مواجهة التغيرات المناخية. ويتضمن ثلاثة فصول، جاء الفصل الأول تحت عنوان: "رؤية وجهود الرئيس عبد الفتاح السيسي بشأن قضايا تغير المناخ"، وجاء الفصل الثاني بعنوان: "الجهود المصرية لمواجهة تأثير التغيرات المناخية علي المستوي المحلي، والذي استعرض أهم المبادرات المصرية بشأن التغيرات المناخية. في حين جاء الفصل الثالث تحت عنوان: "جهود مصر أفريقيًا ودوليًا بشأن قضايا التغيرات المناخية"، ليعرض الفصل دور مصر في مواجهة آثار التغيرات المناخية على المستويين الأفريقي والعالمي.**
- **أيضاً جاءت رسالة المبادرة متفقة مع عقد قمة المناخ، وتم إصدار مجلة المناخ، والتي تعد من أحدث إصدارات الهيئة العامة للإستعلامات بمناسبة تنظيم مصر للحدث العالمي في الشأن المناخي والبيئي "مؤتمر الأطراف لاتفاقية الأمم المتحدة لتغير المناخ COP 27"، وهي مجلة إلكترونية أسبوعية تصدر بصيغة PDF**
- **حددت الحملة شعارات المبادرة في (رجع الطبيعة لطبيعتها - دلوقتي جه دورك ترجع الطبيعة لطبيعتها - مبادرة رئيس الجمهورية اتحضر للأخضر - البيئة تستاهل المشوار).**



- تولت الشركة المتحدة للخدمات الإعلامية تصميم الحملة ورسالتها، وفي جميع المواد التوعوية حرصت الشركة في نهاية كل فيديو وضع اسم الشركة واللوجو " تامر مرسى Synergy".
 - تشير نتائج الدراسة إلى أن أغلب الموضوعات المنشورة عبر الصفحة الرسمية للمبادرة على الفيس بوك [/https://www.facebook.com/livegreen.eg](https://www.facebook.com/livegreen.eg) جاءت حسب الأحداث الخاصة والفعاليات البيئية، ومعظمها "شير" من الصفحة الرسمية لوزارة البيئة على الفيس بوك، وتبين محدودية الرسائل التفاعلية مع الجمهور بشأن أهداف المبادرة الستة. بجانب تركيز مسئولى الحملة والنشر بالصفحة على الحياة النوبية والسياحة وسيناء والمحميات الطبيعية. وبرؤية الباحث التحليلية وجد أن هذا مرتبط بجملة **ECO EGYPT** الترويجية لدعم السياحة البيئية والمحميات الطبيعية، والجهات الخاصة الراعية بالحملة، في حين تظهر النتائج محدودة واضحة للمحافظات في مصر والمناطق الريفية والصعيد والدلتا، بجانب تباعد الفترات الزمنية في النشر قبل وبعد متابعة أحداث قمة المناخ **COP27**. كذلك جاءت نوعية الرسائل نحو المصطلحات البيئية والمعلومات المعرفية العلمية، والتي قد تتناسب مع فئات محددة من الجمهور، ولا تناسب غالبية الجمهور وفئة الشباب تحديدا مهما كان تفوق تعليمه فله خطاب مختلف وبأدوات اتصالية مختلفة.
 - قدمت رسائل الحملة عبر الفيس بوك بتنوع واضح بالوسائط المتعددة من: (تقارير - صور فوتوغرافية - فيديوهات - روابط - انفوجراف - فيديو جراف)، ولكن جاء أغلبها مرتبطاً بتغطية أحداث بيئية خاصة، وعلى رأسها مؤتمر قمة المناخ **COP27** الفترة من ٦-١٨ نوفمبر ٢٠٢٢.
 - تشير نتائج التحليل إلى غياب واضح لمنشورات الفعاليات على الصفحة الرسمية للمبادرة على الفيس بوك من الندوات واللقاءات المباشرة من داخل الجامعات والأجهزة المحلية بالمحافظات، وقد أشار مسئولو الاتصال البيئي إلى أن المبادرة بحاجة إلى جهات شريكة ومتطوعين مع استدامة رسالة التوعية البيئية بأهداف المبادرة.
 - يستخلص الباحث أن رسالة المبادرة بدأت من أول إعلان تليفزيونى بنمط (الاستمالات التأثيرية العاطفية وخطاب اتصالي يبنى على التحذير من مخاطر التغيرات المناخية)، ثم
- المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان - العدد السادس والعشرين - الجزء الأول - يوليو / ديسمبر ٢٠٢٣، ١٣

تحولت الرسائل بالحملة إلى (الخطاب الاتصالي الإرشادي المعرفي المحدود لتبنى السلوكيات المعيشية الصحية للمحافظة على البيئة وترشيد الاستهلاك المنزلي وفي بيئة العمل)، وتم نشر الفيديوهات والمطبوعات على الصفحة الرسمية للمبادرة على الفيس بوك في أول شهر من إطلاق المبادرة، وبعد ذلك تحولت الصفحة إلى نشر أخبار وزارة البيئة و "شبير" منها سواء أخبار ذات صلة بالمبادرة بشكل مباشر أو غير مباشر، بجانب تغطية الفعاليات الخاصة. وحتى الآن يرى الباحث غياب واضح لمضمون الرسالة التوعوية ذات الصلة المباشرة بالأهداف الأولى للمبادرة، والتي وجه بها رئيس الدولة بالهدف الأول بالتركيز على الوعي المجتمعي البيئي واستدامته، واتخاذ كل ما يلزم لبناء هذا الوعي لكل مواطن مصري أيا كان تعليمه ومكانه ومستوى معيشته.

○ كما أشارت النتائج إلى محدودية التنوع في الوسائل الاتصالية لنشر الوعي بأهداف المبادرة، وهو ما أكدت عليه نتائج الدراسات السابقة بأن النجاح بالمبادرات يتطلب استدامة النشر والتوعية عبر الوسائل الاتصالية وبحماس البدايات لطلاق الحملة، مع أهمية التنوع ما بين الاتصال الرقمي والشخصي والإعلامي، مثل دراسات: (مرودة صبحي: ٢٠٢٠) في دراستها لمبادرة اتحضر للأخضر، ودراسة (AdeI Ghanim,&Yosef Al-amri: 2022) والتي أكدت على أهمية التنوع في الوسائل الاتصالية لنشر الوعي البيئي بالمبادرات الخضراء، ودراسة (Sandra Venghaus,&Others 2022) ركزت على تنوع الرسالة الاتصالية في الحملات التوعوية الخضراء.

ثالثاً: رأى المبحوثين في المخاطر التي تتعرض لها مصر نتيجة التغيرات المناخية وخطة المواجهة

عكست نتائج تحليل محتوى الأدلة الخاصة بالمناخ بوزارة البيئة، وكذلك ما أشار إليه المبحوثون من مسئولى قطاع التغيرات المناخية إلى أن مصر هي أقل الدول إسهاماً في انبعاثات غازات الاحتباس الحراري عالمياً من إجمالي انبعاثات العالم، إلا أنها من الدول الأكثر عرضة للمخاطر الناتجة عن تأثيرات التغيرات المناخية. وحددوا المخاطر الأساسية للتغيرات المناخية التي تتعرض لها مصر في الآتي:

١. زيادة أو إنخفاض درجات الحرارة عن معدلاتها الطبيعية.
٢. إرتفاع منسوب مستوى البحر وتأثيراته على المناطق الساحلية.
٣. زيادة معدلات الأحداث المناخية المتطرفة مثل العواصف الترابية والسيول والموجات الحرارية.
٤. زيادة معدلات التصحر.
٥. تدهور الإنتاج الزراعي وتأثر الأمن الغذائي.
٦. زيادة معدلات شح المياه، وتأثر منابع النيل بالتغيرات المناخية ونمط الأمطار.
٧. تدهور الصحة العامة نتيجة التغيرات المناخية وإرتفاع درجات الحرارة أو العواصف والفيضانات.

٨. تدهور في السياحة البيئية وفقدان مورد مهم للدخل القومى.

❖ خطة الدولة لمواجهة مخاطر التغيرات المناخية

- خلصت نتائج الرصد والتحليل لخطة مواجهة التغيرات المناخية وما ذكره المبحوثون إلى أن الخطة بنيت على عدة محاور يقدمها الباحث فى محددات استراتيجية أساسية هي:
١. تبادل المعلومات لتحديد الأبعاد الحقيقية لظاهرة التغيرات المناخية وانعكاساتها البيئية.
 ٢. التعاون مع المجتمع الدولى فى الحفاظ على نوعية البيئة.
 ٣. الحد من مسببات التغيرات المناخية.
 ٤. رفع الوعي العام بالظاهرة وأبعادها الاقتصادية والتعامل معها.
 ٥. بناء القدرات وتفعيل برامج المساعدات الدولية المالية والفنية ونقل التكنولوجيا.
 ٦. وضع السياسات والبرامج للتكيف مع تغيرات المناخ فى جميع القطاعات.
 ٧. تفعيل برامج مشاركة الجمعيات والمنظمات غير الحكومية والمجتمع المدنى والأهلى.
 ٨. تطوير الاستراتيجيات الوطنية والمشروعات القومية الخضراء للتكيف مع التغيرات المناخية.
 ٩. وضع استراتيجية للطاقة المستدامة حتى عام ٢٠٣٥ وتنفيذ مشروعات للطاقة الشمسية.
 ١٠. التحول نحو الإقتصاد الأخضر المستدام كإستراتيجية لمواجهة مخاطر التغيرات المناخية.
 ١١. إطلاق الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ ٢٠٥٠.
 ١٢. إطلاق الاستراتيجية الوطنية للهيدروجين الأخضر، لكونه مصدر وقود نظيف الاحتراق.

رابعاً: الجوانب الاستراتيجية التأسيسية لمواجهة التغيرات المناخية:

تشير النتائج التحليلية للتقارير الرسمية ومقابلة رئيس قطاع الإعلام الداخلى بالهيئة العامة للاستعلامات إلى تبني الدولة لعدة اجراءات مستدامة فى مواجهة التغيرات المناخية منها:

(١) نص الدستور المصرى ٢٠١٤ على أن حماية البيئة واجب وطنى، وأن الدولة تكفل للمواطن بيئة صحية وسليمة، وأن المواطن مشارك فى حماية البيئة. كما أن الدولة اهتمت بإصدار القوانين والتشريعات لحماية البيئة، بدءا من القانون رقم ٤٨ لسنة ١٩٨٢ والذى اشتهر بحماية النيل، القانون رقم ٤ لسنة ١٩٩٤، ثم تعديلات بالقانون رقم ٩ لسنة ٢٠٠٩، ثم تعديلات بالقانون رقم ١٠٥ لسنة ٢٠١٥. ويعد قانون رقم ٤ لسنة ١٩٩٤ هو المرجعية والأساس لقوانين البيئة فى مصر، وما بعده هو تعديلات لبعض المواد.

(٢) أنشأت مصر المجلس الوطنى للتغيرات المناخية بموجب قرار رئيس مجلس الوزراء رقم ١٩١٢ لسنة ٢٠١٥، كجهة وطنية رئيسية معنية بقضية التغيرات المناخية، وتعمل على رسم وصياغة السياسات والاستراتيجيات والخطط العامة للدولة فيما يخص

التكيف مع التغيرات المناخية، مع ربط السياسات بإستراتيجية مصر للتنمية المستدامة والاتفاقية الإطارية لتغير المناخ، ودمج مفاهيم التغيرات المناخية ضمن المواد التعليمية والاستراتيجيات الوطنية المستدامة والخضراء بالدولة.

٣) جعل البعد البيئي ركناً أساسياً ضمن استراتيجية مصر للتنمية المستدامة رؤية ٢٠٣٠، ودمجه في كافة قطاعات الدولة ومشروعاتها.

٤) طرح سندات خضراء بقيمة ٧٥٠ مليون دولار لتمويل المشروعات الخضراء، خاصة في مجال النقل النظيف، وذلك بهدف الوصول بنسبة المشروعات الخضراء الممولة حكومياً إلى ٥٠% بحلول عام ٢٠٢٥، وبنسبة ١٠٠% بحلول عام ٢٠٣٠.

٥) أطلقت مصر "الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ ٢٠٥٠" في ١٩ مايو ٢٠٢٢، بحيث تتماشى مع رؤية مصر ٢٠٣٠، وتعزز من صمود ومرونة الإقتصاد المصرى، ودعم توجهه نحو تقليل الانبعاثات، والتحول نحو الأخضر. وتهدف الاستراتيجية إلى: تحقيق نمو إقتصادي مستدام وخفض نسب الإنبعاثات الضارة في مختلف القطاعات والإنتاج - بناء المرونة والقدرة على التكيف مع تغير المناخ وتخفيف الأثار السلبية - تحسين حوكمة وإدارة العمل في مجال تغير المناخ والتوجه نحو الإقتصاد الأخضر - تحسين البنية التحتية لتمويل الأنشطة المناخية- تعزيز البحث العلمي ونقل التكنولوجيا وإدارة المعرفة ورفع الوعي لمكافحة تغير المناخ - حماية المجتمع من التأثيرات السلبية للمناخ على إنتاجية الأراضي الزراعية والصحة العامة، واختلال أنماط الأمطار سواء الفضيانات أو الجفاف، وزيادة متوسط درجة حرارة الغلاف الجوي.

٦) مشاركة مصر عالمياً في الفعاليات والأحداث الدولية لمواجهة ظاهرة التغيرات المناخية، بحضور رئيس الجمهورية لأكثر من ٤٠ فعالية وحدث دولي، و(٩) مؤتمرات ومنتديات نظمتها الأمم المتحدة، و(٢٤) من اللقاءات والاجتماعات والمداخلات والاتفاقات الدولية بشأن الطاقة والبيئة والمناخ، بجانب توجيه رسائل رئاسية من مصر للقارة الأفريقية ودول العالم للتحذير من خطورة وعواقب التغيرات المناخية والسلوكيات الدولية الضارة بالبيئة والمناخ، وحث العالم على المواجهة الجماعية وإيجاد التمويل الدولي المناسب لمواجهة الظاهرة.(دليل مصر والتغيرات المناخية COP27، ٢٠٢٢، الهيئة العامة للإستعلامات).

خامساً: استراتيجية الاتصال الدولي للرئاسة في مواجهة ظاهرة التغيرات المناخية

يعرض الباحث نتائج الرصد والتحليل لدليل الأنشطة الرسمية بمشاركة مصر في الفعاليات والأحداث الدولية ذات الصلة بالمناخ، والتي مثلها الرئيس عبدالفتاح السيسي، وذلك وفقاً لاجراءات محددة سلكها الباحث، بهدف الحصول بدقة شديدة على المعلومات من مصادرها، وذلك من ناتج تحليل الأدلة الرسمية والوثائق ومطبوعات مركز المعلومات بالهيئة العامة للإستعلامات التابعة لرئاسة الجمهورية، وكذلك مقابلة

- المسؤولين عن إعداد دليل الرئاسة في مواجهة قضايا التغيرات المناخية ٢٠٢٢ بالهيئة العامة للاستعلامات، ويمكن عرض نتائج الرصد في الآتي:
- (١) مشاركة الرئيس وإلقائه كلمة المجموعة العربية في أعمال قمة تغير المناخ ٢٠١٤، وذلك ضمن أعمال الدورة ٦٩ للجمعية العامة للأمم المتحدة في نيويورك الأمريكية.
 - (٢) إطلاق مبادرة الطاقة المتجددة في أفريقيا، بهدف تنويع مصادر الطاقة والاقتصاد النظيف، وذلك في كلمة رئيس الجمهورية خلال رئاسته إجتماع لجنة الرؤساء الأفارقة المعنية بالمناخ في ٢٦ سبتمبر ٢٠١٥.
 - (٣) شارك الرئيس في افتتاح الدورة ٢١ لمؤتمر الأمم المتحدة لتغير المناخ بباريس نوفمبر ٢٠١٥، والذي شهد حضور أكثر من ١٣٥ رئيس دولة وحكومة من مختلف دول العالم. وحذر الرئيس في كلمته من خطورة التغيرات المناخية، وارتفاع درجة حرارة الأرض وما تتطلبه من اتفاقات دولية وتوفير تمويل عالمي للمواجهة. ثم عرض الرئيس تقرير نتائج مؤتمر قمة باريس للمناخ أمام القمة الأفريقية ٢٦ بحكم رئاسته لها.
 - (٤) أطلق الرئيس مبادرتين لمساعدة الدول الأفريقية في تعزيز نظم الرصد والإنذار المبكر والتنبؤ بالكوارث قبل وقوعها، بجانب البناء المؤسسي والدعم والتمويل لمشروعات التكيف مع التغيرات المناخية، وتوفير موارد للطاقة المتجددة النظيفة بناء المشروعات المستدامة. وتلك المبادرتين هما: المبادرة الأفريقية للتكيف والتأقلم مع المناخ - المبادرة الأفريقية للطاقة المتجددة.
 - (٥) مشاركة الرئيس في قمة مجموعة (٧) التي عقدت في مدينة بيارتيز الفرنسية، وذلك لمناقشة قضايا التغيرات المناخية والتنوع البيولوجي والمحيطات.
 - (٦) انضمام مصر إلى ميثاق "مينتز" للحفاظ على التنوع البيولوجي كعنصر أساسي لتحقيق التنمية المستدامة.
 - (٧) استضافت مصر مؤتمر الأطراف الرابع عشر لاتفاقية الأمم المتحدة للتنوع البيولوجي بشرم الشيخ في نوفمبر ٢٠١٨.
 - (٨) مشاركة الرئيس في أعمال قمة "التنمية المستدامة" بالدورة ٧٤ للجمعية العامة للأمم المتحدة بمقر المنظمة الدولية في نيويورك الأمريكية.
 - (٩) مشاركة الرئيس في أعمال منتدى مصر للتعاون الدولي والتمويل الانمائي في نسخته الأولى، بحضور رؤساء المنظمات الدولية والإقليمية ومسؤولي الأمم المتحدة في ٨ سبتمبر ٢٠٢١.
 - (١٠) شارك الرئيس بإجتماع رؤساء الدول والحكومات حول المناخ في ٢٠ سبتمبر ٢٠٢١، بأعمال الدورة ٧٦ للجمعية العامة للأمم المتحدة.

١١) مشاركة الرئيس فى قمة القادة لمؤتمر أطراف اتفاقية الأمم المتحدة للتنوع البيولوجى فى ١٢ أكتوبر ٢٠٢١، حيث أعلن الرئيس تسلم رئاسة المؤتمر إلى جمهورية الصين الشعبية.

١٢) كان لمصر الحضور القوى ضمن أعمال الدورة ٢٦ لقمة الأمم المتحدة لرؤساء الدول والحكومات بشأن التغيرات المناخية، حيث عقد مؤتمر الأطراف COP26، والتي عقدت بمدينة جلاسجو ببريطانيا بمشاركة الرئيس، والذي أعلن فى كلمته عن تطلع مصر لاستضافة ورئاسة قمة المناخ COP27 بشرم الشيخ نوفمبر ٢٠٢٢.

١٣) شارك الرئيس فى قمة "محيط واحد" فى فرنسا ١١ فبراير ٢٠٢٢، بهدف مناقشة وسائل مكافحة التلوث البحرى ودعم مفهوم الاقتصاد الأزرق المستدام.

١٤) ترأس الرئيس المائدة المستديرة حول التغيرات المناخية، والتي انعقدت ضمن أعمال القمة السادسة بين الاتحاد الأوروبى والاتحاد الأفريقى بالعاصمة البلجيكية "بروكسل" فى فبراير ٢٠٢٢.

١٥) مشاركة الرئيس ضمن أعمال الجلسة الرابعة للمنتدى العالمى للتعافى من جائحة كورونا فى ٢٤ فبراير ٢٠٢٢، وتم عرض التأثيرات السلبية للتغيرات المناخية العالمية، ومدى تقويضها لجهود الدول فى مواجهة جائحة كورونا.

١٦) مشاركة الرئيس فى قمة منتدى الاقتصاديات الكبرى حول الطاقة وتغير المناخ فى ١٧ يونيو ٢٠٢٢، وتم عرض استعدادات مصر لاستضافة قمة المناخ COP27.

١٧) شارك الرئيس فى أعمال "حوار بطرسبرغ للمناخ"، والذي نظّمته ألمانيا ومصر فى برلين ١٨ يوليو ٢٠٢٢، وبمشاركة ممثلين عن ٤٠ دولة.

١٨) وجه الرئيس كلمة تحمل خطابا تحذيرا للعالم من التهديدات التي تواجه العالم نتيجة التغيرات المناخية وضعف التمويل العالمى لقضايا المناخ، وذلك على منصة جامعة بلجراد عقب منحه درجة الدكتوراه الفخرية أثناء زيارته إلى صربيا ٢١ يوليو ٢٠٢٢.

١٩) اختيار المجتمع الدولى لمصر لإستضافة الدورة السابعة والعشرين للأطراف فى اتفاقية الأمم المتحدة الإطارية بشأن التغير المناخي "COP 27"، لتعقد بشرم الشيخ نوفمبر ٢٠٢٢.

توصيات الدراسة

توجه توصيات الدراسة إلى وزارة شؤون البيئة والجامعات المصرية فى العناصر الآتية:

١. تحديث الوصف الوظيفى والهيكل التنظيمى لقطاعات الاتصال البيئى بوزارة البيئة وأجهزتها التابعة، مع توحيد الشكل التنظيمى لوحدات الاتصال البيئى والتوعية فى جميع أفرع جهاز شؤون البيئة بمحافظة مصر. ويتم ذلك بتشكيل لجنة خبراء وممارسين تستهدف وضع التغيرات المحلية والعالمية فى البيئة والمناخ وقضايا

الاستدامة والوظائف الخضراء على قائمة الأولويات، ثم اعتماد الهيكل التنظيمي للاتصال البيئي ووضع خطة شاملة له.

٢. استدامة التوعية البيئية بوزارة البيئة وإطلاق المبادرات الخضراء، مع تحسين خطة المبادرة الرئاسية "تحضر للأخضر" وإعادة إطلاقها بين المواطنين في الأقاليم، وبرسالة توعية تناسب طبيعة فئات الجمهور، والاعتماد على الرسالة التحذيرية في أغلب مراحل الحملة، مع الدمج بالرسالة المعرفية الإرشادية.

٣. تأسيس وحدة للتثقيف والإعلام البيئي بالجامعات المصرية، تكون تابعة لقطاعات شئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة، ويشارك في تأسيسها أفرع جهاز شئون البيئة بالمحافظات. مع أهمية تطوير المقررات الجامعية لتشمل الاستدامة البيئية ومجالات الاقتصاد والتسويق الأخضر، ونشر الوعي بين الشباب الجامعي بإستراتيجية الدولة لمواجهة التغيرات المناخية بالتحول نحو الأخضر.

٤. إطلاق مبادرات بيئية خضراء بين الشباب الجامعي يتولاها قطاعات شئون خدمة المجتمع وتنمية البيئة بالجامعات المصرية، يكون هدفها الأساسي نشر الوعي بمخاطر التغيرات المناخية، وتبنى السلوكيات الصحيحة في التعامل مع الحياة اليومية لترشيد الاستهلاك والحفاظ على الموارد البيئية والنظافة العامة، وتدوير المخلفات، وترسيخ فكر المواطنة البيئية والمسئولية المجتمعية تجاه البيئة والمجتمع.

ما تقترحه الدراسة من بحوث مستقبلية

- يقترح الباحث توجه الباحثين لدراسة مفهوم "الصحة الرقمية"، ووسائل الاتصال الدولي للمنظمات الدولية في التعامل مع المفهوم، ونوعية الرسائل الاتصالية واستراتيجيات الخطاب التأثيرى في التواصل مع الجمهور الرقمية، خاصة وأن المفهوم أطلق مؤخرا من قبل منظمة الصحة العالمية WHO، وتم ربط صحة الإنسان والبيئة واستخدام الوسائل الرقمية كأكثر العناصر ارتباطا وتأثيرا.
- دراسة العلاقة بين اطلاق المبادرات الرئاسية المعنية بالقضايا البيئية والصحية المؤثرة بشكل مباشر على الجمهور، وبين تأثير تلك المبادرات على اتجاهات المواطنين نحو رؤساء الدول، ومستوى التأييد الجماهيري وشعبية الرؤساء والحكومات، والكيانات السياسية المهتمة بالأبعاد البيئية والمجتمعية.
- إعداد الدراسات التجريبية لتأثيرات الرسالة الاتصالية في حملات الوعي البيئي المبنية على التخويف والتحذير على المواطنين، ومدى الاختلاف بين فئات الجمهور وعناصره الديموغرافية، خاصة تأثير خطاب التخويف والتحذير على المواطنين وقت حدوث الأزمات والكوارث البيئية والمجتمعية.

مراجع الدراسة

المراجع العربية

أولاً: بحوث علمية منشورة

- أحمد عبده، آلاء محمد، (٢٠٢٣) "فعالية حملات التسويق الاجتماعي في توعية الجمهور بمخاطر التغيرات المناخية: دراسة ميدانية"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الاعلام، جامعة الأزهر، المجلد الثاني، العدد ٦٤.
- إسلام سعد عبدالله، (٢٠٢٠) "دور مؤسسات الدولة والمجتمع المدني في تشكيل معارف واتجاهات وسلوكيات الجمهور حول مخاطر التغيرات المناخية"، المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد ١٩.
- ثاري زهية، (٢٠٢٠) "المبادرات والمشاريع التحفيزية نحو التحول إلى الاقتصاد الأخضر في الدول العربية: تجربة الامارات العربية المتحدة والجزائر"، مجلة شعاع للدراسات الاقتصادية، المجلد الرابع، العدد الأول.
- جيهان عبد المنعم رجب وآخرون، (٢٠٢٢) "دور التسويق الأخضر في تحقيق أهداف التنمية المستدامة: دراسة حالة علي قطاع البترول في مصر"، المجلة العلمية للبحوث التجارية، كلية التجارة، جامعة المنوفية، ٤٧ (٤).
- دريدي بشير، (٢٠٢٢) "الاقتصاد الأخضر آلية لتعزيز التنمية المستدامة (تجارب عربية)"، جامعة الوادي، الجزائر"، مجلة البحوث الاقتصادية المتقدمة، مجلد ٧، العدد ١.
- سارة شوقي، (٢٠٢٢) "تأثير مبادرة تحضر للأخضر على النية السلوكية لمستخدمي الفايستوك للاهتمام بالبيئة: دراسة شبه تجريبية"، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، العدد ٨٠.
- عائشة مصطفى وفادية بوخدي، (٢٠٢٠) "استراتيجية الجزائر في التحول نحو الاقتصاد الأخضر"، مجلة قانون العمل والتشغيل، المجلد الخامس، العدد الثالث.
- عبدالله بن محمد المالكي، (٢٠١٧) "التحول نحو الاقتصاد الأخضر: تجارب دولية"، المجلة العربية للإدارة، مجلد ٣٧، العدد الرابع، ديسمبر.
- غادة سيف ثابت، (٢٠٢٢) "تقييم معايير العلاقات العامة التسويقية في المنصات الرقمية لبناء الوعي الجمعي بقضايا البيئة وتغير المناخ: دراسة حالة لمبادرات الحكومات العربية"، مجلة الاعلام العربي والمجتمع، العدد ٣٤.
- مروة صبحي محمد، (٢٠٢٠) "دور الصفحات الرسمية المصرية على وسائل التواصل الاجتماعي في دعم التنمية البيئية المستدامة بالتطبيق على صفحة "تحضر للأخضر"، مجلة البحوث الإعلامية، كلية الاعلام، جامعة الأزهر، العدد ٥٥.
- نهي سامي إبراهيم، (٢٠٢٢) "دور استراتيجيات التسويق الأخضر في حماية البيئة لتحقيق التنمية المستدامة: دراسة حالة للشركات المصرية الصديقة للبيئة"، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، ٢١ (٤).
- ثانياً: كتب علمية
- خالد السيد حسن (٢٠٢١) "التغيرات المناخية والأهداف العالمية للتنمية المستدامة"، ط١، مكتبة جزيرة الورد، القاهرة.
- راسم الجمال، خيرت عياد (٢٠٠٥) "إدارة العلاقات العامة المدخل الاستراتيجي"، الطبعة الأولى، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
- كتاب الأمانة العامة للمجلس التنفيذي لإمارة دبي الامارات العربية المتحدة، (٢٠١٤)، الدليل الإرشادي والأدوات العملية: أساليب تصميم وتطوير الهيكل التنظيمي، الاصدار الأول.

المراجع الأجنبية

أولاً: بحوث علمية منشورة

- Alamsyah, D., Othman, N., & Mohammed, H., 2020, "The Awareness of Environmentally Friendly Products: The Impact of Green Advertising and Green Brand Image. Management Science Letters, 10(9),

- Amoako G.K et al,2022. "**Green Marketing and The SDGs: Emerging Market Perspective**". Marketing Intelligence& planning, 40 (3).
- Asgarova, S., 2022. "**Green Marketing Strategies and Their Effect on The Environment**", Journal of Socio-Economic Studies, 5 (1).
- Aziz, A.2020. "**A Study on Evaluating the Impact of Green Marketing on Sustainable Growth and Development in Serbia SME's Sector: A Moderating Role of Ecopreneurship**",Journal of Business Management and Accounting, 4(2).
- Brinda, M. et al, 2022. "**Consumer Awareness and perception Towards Green Marketing: An Empirical Study in Bangalore City**. Journal of positive School Psychology, 6 (5).
- Chi,N.T.,2021. "**Understanding The Effects of Eco-Label, Eco-Brand, and Social Media on Green Consumption Intention in Ecotourism Destinations**", Journal of Cleaner Production,321.
- Abbas, Fan,Q et al,2023. "**Role of Organizational and Environmental Factors in Firm Green Innovation and Sustainable Development: Moderating Role of Knowledge Absorptive Capacity**", Journal of Cleaner Production,411.
- Thabet, G. Seif,2022. "**Evaluation of Marketing Public Relations (MPR) Criteria on Digital Platforms to Build Public Awareness of Environmental Issues and Climate Change: A Case Study of Arab Governmental Initiatives**", Arab Media & Society, (Issue 34, Summer/Fall.
- Ghanem, Adel M.& Alamri. Yosef A. 2023. "**The Impact of The Green Middle East initiative on Sustainable Development in The Kingdom of Saudi Arabia.**" Journal of the Saudi Society of Agricultural Sciences ,22(1).
- Rodríguez, M.& Fernández, M.2020. "**Customers' Corporate Social Responsibility Awareness as Antecedent of Repeat Behaviour Intention**, Social Responsibility and Environmental Management, 27 (3).
- Kong, H. & Witmaier A.,2021."**Sustainability and Social Media Communications: How Consumers Respond to Marketing Efforts of luxury and Non-luxury Fashion Brands**. Journal of Business Research, 131.
- Liu,J.,et al.2022. "**The Role of Value Co-Creation in linking Green Purchase Behavior and Corporate Social Responsibility-An Empirical Analysis of The Agri-Food Sector in China**, Journal of Cleaner Production, 360.
- Agrawal a, et al,2023. "**Evaluating the Influence of Government Initiatives and Social Platforms on Green Practices of Gen Z: The Mediating Role of Environmental Awareness and Consciousness.**" Cleaner and Responsible Consumption, 8.
- Nadiou,M.,&Gasparatos,A.,2023."**Consumer Worldviews and Perspectives on Environmental Sustainability Initiatives in The South African Supermarket Sector**", Journal of Cleaner Production.413.
- Nekmahmud, M.,et al.2022. "**Transforming Consumers' intention to Purchase Green Products: Role of Social Media**", Technological Forecasting & Social Change,185.

- Nur Aini et al,2022. "**The Effect of Organizational Structure and Readiness for Change to Employee Engagement and Good Governance in Cooperative, SMEs and Industry Service Samarinda**", Saudi Journal of Business and Management Studies, 7(9),Nov. <https://saudijournals.com>
- Claudia, Ogrean,2015. "**Corporate initiatives and strategies to meet the environmental challenges–contributions towards a green economic development.**" Studies in Business and Economics ,10(3).
- Pittman,M.,& Abell,A.,2021. "**More Trust in Fewer Followers: Diverging Effects of Popularity Metrics and Green Orientation Social Media Influencers**", Journal of Interactive Marketing,56.
- Rachmawati,D., et al,2023. "**The Influence of Relationship Marketing And Green Marketing Toward Business Sustainability on MSMEs Kab Bandung Lead**", Journal of Economy and Administration (LEJEA),1(3).
- Venghaus, S. et al,2022. "**The Impact of Climate Change Awareness on Behavioral Changes in Germany**": Changing Minds or Changing Behavior?, Energy, Sustainability and Society,12(1).
- Fang, Su, M., et al, 2022. "**Sustainable Marketing Innovation and Consumption: Evidence from Cold Chain Food On line Retail**", Journal of Cleaner Production, 340.
- Benoit, William L. 2014. "**President Barack Obama's Image Repair on HEALTH CARE.GOV**", Public Relations Review, Vol. 40, Issue 5, December.
- Zhang, Y., & Berhe, H.2022. "**The Impact of Green Investment and Green Marketing on Business Performance: The Mediation Role of Corporate Social Responsibility in Ethiopia's Chinese Textile Companies.** Sustainability,14 (7).

ثانياً:الكتب الأجنبية

- Filho,W.L, et al,2020. "**Responsible Consumption and Production, Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals.** Springer Nature. <https://www.springernature.com/gp>
- Mogaji, E. et al, 2022. "**Green Marketing in Emerging Economies: Perspective.** Springer Nature.<https://www.springernature.com/gp>
- Oncl,S.S.,2023. "**Sustainable Green Future: Perspectives on Energy, Economy, Industry, Cities and Environment.** Springer Nature. <https://www.springernature.com/gp>

أدلة واستراتيجيات ووثائق كمادة تحليلية بالدراسة

١. البعد البيئي (استراتيجية مصر للتنمية المستدامة ٢٠٣٠).
٢. الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ ٢٠٥٠.
٣. اتفاقية الأمم المتحدة الاطارية لتغير المناخ.
٤. تقرير قطاع البيئة في مصر ٩ سنوات من العمل.
٥. الحقائق التعليمية (تغير المناخ - الاستدامة البيئية - التنوع البيولوجي).
٦. انجازات مصر في ملف تغير المناخ ٢٠٢٢.
٧. الدليل التثقيفي "مصر وقضايا التغيرات المناخية" الصادر عن الهيئة العامة للإستعلامات، ٢٠٢٢.
٨. مصفوفة الوحدات التنظيمية والوظيفية لمسئولى الاتصال البيئى بوزارة البيئة.
٩. خطط المبادرات الخضراء التى أطلقتها وزارة البيئة والرئاسة.