تهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام

أ.م.د/ عمرو عبد الله نحله
أستاذ الإعلام المساعد
كلية الدراسات العليا للطفولة–جامعة عين شمس

أ/ أماني عصام سيد محمود خليل

المستخلص:

يهدف البحث الحالى إلى التعرف على تهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام، تنتمي هذه الدارسة إلى "الدراسات الوصفة" حيث تسعي للتعرف على واقع الاقتصاد الأخضر باستخدام وسائل الإعلام المرئية والمسموعة والمقروءة، اعتمدت على منهج المسح الاعلامى، باستخدام أداة الاستبيان بالتطبيق على عينة قوامها ٢٠٠ مفردة من الخبراء في مجال الاقتصاد الأخضر وبعض العاملين في مجال الإعلام.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج كان من أهمها أن

١. قدرة وسائل الإعلام بالمساهمة فى تغير رؤية المبحوثين تجاه ما تتناوله من قضايا الاقتصاد الأخضر .
٢. حرص المبحوثين من خبراء الاقتصاد والعاملين فى مجال الاعلام بالمشاركة فى مجال الاقتصاد الأخضر وأكثر المجالات هى الحفاظ على الموارد الطبيعية والبشرية والنمو الصناعى والاقتصادى.
٣. اهتمام خبراء الاقتصاد والعاملين فى مجال الإعلام بقضايا الاقتصاد الأخضر والمساهمة فى اعداد برامج إعلامية تناقش أهم قضايا الاقتصاد الأخضر وكيفية مواجهه التحديات التى تواجهها.

٤. وجود علاقة ارتباطية بين التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراك عينة البحث لها، والتحديات التي تواجهها.
٥. وجود تباين دال إحصائيا بين مستوي التناول الإعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر والتحديات التى يواجهها تبعا لمتغير التخصصي العلمي حيث كانت قيمة (ف) دالة إحصائيا
٦. وجود فروق دالة إحصائياً بين مستوي التناول الإعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر والتحديات التى يواجهها تبعا لمتغير الوظيفة – لصالح (إعلامي) حيث كانت قيمة (ت) دالة إحصائيا

الكلمات الافتتاحية : الاقتصاد الأخضر – تحديات .

Managing the green economy in the field of media and its relationship to the challenges it faces

Abstract:

This title means that this election bears a name on the threats and challenges of the green economy in the media, due to the prescriptive studies "Where Clipping Rates Refer to a Green Economy" 200 individual experts in the field of green economy working in the media.

The study reached several results, the most important of which was that:

1. The media's ability to contribute to changing the respondents' vision towards the green economy issues they deal with.

2. The keenness of the respondents, including economists and media workers, to participate in the field of green economy, and the most important fields are the preservation of natural and human resources and industrial and economic growth.

3. The interest of economists and media workers in green economy issues and their contribution to preparing media programs that discuss the most important issues of the green economy and how to face the challenges it faces.

4. There is a correlation between the media's handling of green economy issues and the extent of the research sample's awareness of them, and the challenges they face.

5. There is a statistically significant difference between the level of media coverage of green economy issues and the challenges it faces, according to the scientific specialization variable, where the value of (q) is statistically significant.

6. There are statistically significant differences between the level of media handling of green economy issues and the challenges it faces depending on the job variable - in favor of (media) where the value of (T) was statistically significant.

Key word: Green Economy - Challenges

مقدمة:

يتجه العالم المتقدم بخطوات سريعة نحو ما يسمى بالاقتصاد الأخضر وهو تحقيق تنمية عبر مشروعات صديقة للبيئة ولا تضرها وتعتمد على التكنولوجيا الحديثة والطاقة المتجددة بديلا عن الطاقة التقليدية الملوثة للبيئة، فإن الاقتصاد الأخضر هو نموذج جديد من نماذج التنمية الاقتصادية السريعة النمو والذي يحتوي على الطاقة الخضراء والتي يقوم توليدها على أساس الطاقة المتجددة بدلا من الوقود الأحفوري والمحافظة على مصادر الطاقة واستخداماتها كمصادر طاقة فعالة فضلا عن أهمية نموذج الاقتصاد الأخضر والتي تكمن في خلق ما يعرف بفرص العمل الخضراء وضمان النمو الاقتصادي المستدام والحقيقي ومنع التلوث البيئي والاحتباس الحراري واستنزاف الموارد[١]

البيئي تؤدي إلى تعميم الوعي البيئي للحفاظ على موارد الطبيعة كما تعطي المسئولين صورة واضحة عن اهتمامات الرأي العام. ولكي تنجح وسائل الاعلام في ايصال رسالتها تحتاج الى دعم ورعاية جميع الجهات الرسمية وذات العلاقة بالاقتصاد الأخضر، والمنتج الأخضر والاستثمار الأخضر والبيئة الصحية السليمة وعلى الاعلام التركيز على الأنشطة والمشاريع التي تلتزم بالنهج الأخضر وتعريف الجمهور والمستهلكين بأنهم انجازات الاستثمار الأخضر، حتى يمكن التغلب على التهديدات والتحديات التي تواجه الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام.[٢]

[١] عايدة راضي خنفر، (٢٠١٤)، "الأقتصاد البيئي، الأقتصادالأخضر"، **مجلة اسيوط للدراسات البيئية** - العدد ٣٩، الكويت، ص ٥٤.
[2] Assuniv, Bull. Environ, Res.vol/ 11 No.1 March 2008. P4

مشكلة البحث

اهتمت البحث بإلقاء الضوء على تناول وسائل الإعلام لقضايا الاقتصاد الأخضر وكيفية التصدى للتحديات التى تواجه تنفيذ استراتيجياته، فتبلورت مشكلة البحث فى التساؤل التالى :

"ما هى تهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام؟"

أهمية البحث

يستمد البحث الحالى أهميته من طبيعة الموضوع الذى يتناوله وما ينطوى عليه من جوانب تثقيفية ومعرفية، ومن ثم كونه دعوة للتجديد والتغيير فى طرق التحول إلى الاقتصاد الأخضر وكيفية مواجهة التحديات والتهديدات التى تواجه إدارة الاعلام للاقتصاد الأخضر.

هدف البحث

تسعى الدراسة الحالية إلى التعرف على تهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام

حدود البحث

التزمت الدارسة الحالية بالحدود التالية :

- **حدود موضوعية:** تهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام.
- **حدود بشرية:** طبق هذا البحث على عينة من خبراء الاقتصاد وبعض العاملين فى مجال الإعلام.

- **حدود زمنية:** خلال النصف الأول من عام ٢٠٢٢م

الدراسات المرتبطة :

١. دراسة "Trushkina Natalii, 2022" [١]

هدفت الدراسة إلى توضيح جوهر ومحتوى مصطلح "الاقتصاد الأخضر" على أساس التعميم والتنظيم المنهجي للنُهج المفاهيمية الحالية لتعريف مفهوم "المنهجية" الأساس المنهجي للدراسة هو الأعمال العلمية للعلماء الأجانب والأوكرانيين حول مشاكل الاقتصاد الأخضر والاقتصاد الدائري والإدارة البيئية. وقد أجري البحث باستخدام أساليب علمية عامة: التحليل والتوليف – لتلخيص النهج والأحكام المفاهيمية القائمة، والتطورات العلمية بشأن تطوير الاقتصاد الأخضر وتخضير النظم اللوجستية، وتوضيح المصطلحات؛ التصنيفات – لتنظيم النهج النظرية لتعريف "الاقتصاد الأخضر" .

وتوصلت الدراسة إلى إمكانية وضع توصيات للتحول "الأخضر" للأنظمة اللوجستية في الاقتصاد الدائري والاستراتيجيات الإقليمية لإدارة النفايات الصناعية في المناطق الاقتصادية في أوكرانيا، مع مراعاة تفاصيلها. القيمة / الأصالة. إن نهج المؤلف في صياغة فئة "الاقتصاد الأخضر" مثبت نظريا.

[1] Trushkina Nataliia,(2022), "Green economy in the conditions of modern challenges: conceptual frameworks", **International Science Journal of Management**, Economics & Finance. Volume 1, Issue 1, April 2022, Pages: 1-6

٢. دراسة "زياد العكروت – نيازي كمون، ٢٠٢١" [١]

هدفت الدراسة إلى تقديم تحليل دقيق لخصائص تجارب تونس والعربية السعودية في ميدان الاقتصاد الأخضر اللذين يعتبران من التجارب الجيدة في الوطن العربي التي يمكن الاستفادة منها، واستخدم منهج الوصفي التحليلي الذي ركز على الوصف الدقيقي والتفصيلي للظاهرة للحصول على نتائج علمية بطريقة موضوعية.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها إن اعتماد الاقتصاد الأخضر يستوجب توجيه الاستثمارات إلى الاستخدام الأمثل والأكثر فعالية للموارد الطبيعية من أجل زيادة عائداتها الاقتصادية وخلق فرص العمل وإيصال الفوائد إلى جميع شرائح المجتمع، مع الحفاظ على البيئة والتحقق من استمرارية الموارد الطبيعية في التجدُّد.

٣. دراسة "أشرف عطية الرفاعي، ٢٠٢٠"[٢]

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الاقتصاد الأخضر فى مواجهة التحديات البيئية فى مصر، وقد اعتمد الباحث على المنهج التجريبي والمنهج الوصفي التحليلي لتحقيق هدف الدراسة الى أن المبادئ الأساسية للاقتصاد الأخضر (التنمية الاقتصادية – العدالة الاجتماعية – الاستدامة البيئية) توفر سياسة جديدة لمعالجة نقاط الضعف في اقتصاد الدول النامية.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها إن الاقتصاد الأخضر هو السبيل الأمثل لتحقيق التنمية التى نرجوها، التوجه نحو الزراعة العضوية والاستفادة من طاقة الرياح فى إنتاج

---

[١] زياد العكروت ونيازى كمون، (٢٠٢١)، "الاقتصاد الأخضر لمواجهة تحديات التنمية المستدامة (دراسة مقارنة لتجارب تونس و السعودية)، **المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال**، الأردن، مجلد ١٠، العدد ١ ، ص ١٤.

[١] أشرف عطية الرفاعي، (٢٠٢٠)،"الاقتصاد الاخضر لمواجهة التحديات البيئية في مصر، **مجلة جامعة أسيوط للبحوث البيئية**، مجلد٢٣، ع١، ص٢١.

الكهرباء وإمكانية الاستثمار فى تلك المجالات كنماذج للتوجه نحو الاستثمار فى الاقتصاد الأخضر كأداة لتحقيق التنمية المستدامة.

٤. دراسة "غادة أحمد رأفت، ٢٠٢١" [١]

هدفت الدراسة إلى التعرف على فاعلية نموذج مقترح للمعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد الأخضر لتنمية التنور لدي جمهور القراء، استخدمت الباحثة المنهج التجريبي، واعتمدت على نموذج مقترح مجلة اقتصادنا الأخضر، مقياس للتنور، على عينة قوامها (٥٦) مفردة حملة الشهادات الجامعية.

وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها فاعلية النموذج المقترح في تنمية تنور المبحوثين بقضايا الاقتصاد الأخضر، وأظهرت فرق دال إحصائيا عند مستوي دلالة (٠.٠١) بين متوسطي درجات مجموعة البحث في القياس القبلي والقياس البعدي لمقياس التنور لصالح التطبيق البعدي.

٥. دراسة "ميرهام صبري شتيوي، ٢٠١٩ " [٢]

هدفت الدراسة إلى رصد لمحتوى الإعلانات التي تهتم بالتسويق الأخضر للمنتجات الصناعية صديقة البيئة من خلال التليفزيون كوسيلة إعلام تقليدية والإنترنت كوسيلة إعلام حديثة ورصد انعكاس مشاهدة تلك الإعلانات على مستوى وعي الجمهور المصري بالموضوعات البيئية لديهم، واعتمدت الدراسة على منهج المسح الإعلامي بشقيه التحليلي والوصفي، واستخدمت دليل

---

[١] غادة أحمد رأفت، (٢٠٢١)، "فاعلية نموذج مقترح للمعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد الأخضر لتنمية التنور لدي جمهور القراء"، **المجلة المصرية للتربية العلمية**، الجمعية المصرية للتربية العلمية، المجلد ٢٤، ع ١ ، ص ٨٣ .

[٢] ميرهام صبري شتيوي، (٢٠١٩)، "دور بعض وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالتسويق الأخضر لدى الجمهور المصري (دراسة تحليلية وميدانية)"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والعالم البيئي.

المقابل، صحيفة الاستبانة، صحيفة تحليل مضمون للدراسة التحليلية بالتطبيق على عينة عمدية قوامها (٤٠٠) مفردة من عمر (١٩ حتى ٦٠) سنة فأكثر، وتمثلت عينة الدراسة التحليلية من إعلانات التسويق الأخضر.

وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها: عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين فئتي الدراسة (ذكور – إناث) حول مستوى، وعي الجمهور بالموضوعات البيئية الواردة بإعلانات التسوق الأخضر، أن أهم الوسائل الإعلامية التي يتابعها المبحوثين عن مشاهدتهم لإعلانات المنتجات الخضراء التليفزيون في المقام الأول يليه المواقع الإلكترونية على الفيس بوك، درجة اعتماد المبحوثين على التليفزيون بالنسبة لعنصر وفرة المعلومات البيئية المقدمة بالإعلان في المقام الأول يليه المواقع الإلكترونية كوسيلة إعلانية عن المنتجات الخضراء (الصديقة للبيئة).

مصطلحات البحث

١. **التحديات:** مجموعة من الأزمات تقع في جميع المجالات وعلى المستويين العالمي والمحلي، ويجب على المجتمع مواجهتها. [١]
٢. **الاقتصاد الأخضر:** هو أحد النماذج الجديدة للتنمية الاقتصادية السريعة النمو والذي يقوم أساسا على المعرفة الجيدة للبيئة والتي أهم أهدافها هو معالجة العلاقة المتبادلة ما بين الاقتصاديات الإنسانية والنظام البيئي الطبيعي".[٢]

---

[١] فاطمة رياض نتاج، (٢٠١٠)، **"الجامعة ومواجهة التحديات التكنولوجية"**، مجلد ١، دار اليسر، ص٥٢ .
[٢] عمار عماري، (٢٠٠٨م)، **"إشكالية التنمية المستدامة وأبعادها"**، المؤتمر العلمى الدولى (التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة)، جامعة فرحات عباس، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر، ص٧.

فروض البحث

١. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراك عينة الدراسة لها والتحديات التي تواجهها.
٢. توجد فروق ذات دلالة احصائية فى مستوى تحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام تبعاً لاختلاف الخصائص الديموغرافية (التخصص العلمي، الوظيفة).
٣. توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها والتهديدات والتحديات التى تواجه الاقتصاد الاخضر ومدى مواجهة الاعلام لها.

نوع ومنهج البحث:

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية، والتى تستهدف دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة معينة، وهى فى البحث الحالي "معرفة العلاقة بين إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام وعلاقته بالتحديات التى يواجهها" وذلك بجمع البيانات وتصنيفها وتبويبها وتفسيرها وتحليلها.

مجتمع وعينة البحث

يتمثل مجتمع البحث فى عينة عشوائية من خبراء الاقتصاد والعاملين مجال الاعلام.

قامت الباحثة بتطبيق البحث الميداني إلكترونيا على عينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مفردة من خبراء الاقتصاد والعاملين فى مجال الاعلام من خلال استخدام استمارة الاستبيان الكترونيا.

أدوات البحث :

إستمارة استبيان من إعداد الباحثة لتطبيقها على عينة عشوائية قوامها ٢٠٠ مفردة من خبراء الاقتصاد والعاملين فى مجال الاعلام من خلال استخدام استمارة الاستبيان الكترونيا.

الاطار المعرفى:

شهد العالم خلال السنوات الماضية ظهور أزمات عالمية متعددة ذات صلة بالغذاء والوقود والمياه العذبة بالإضافة إلي الأزمات المالية. ومؤخراً كان هناك عدم استقرار في أسواق الطاقة والسلع الأساسية، ونقص في الأغذية العالمية وندرة في المياه. وقد تعقد الوضع أكثر بتغير المناخ الذي هو ظاهرة تزيد من حدة آثار كل أزمة من الأزمات العالمية. وقد طال ذلك كثيراً من بلدان العالم وكان له انعكاسات على تحقيق التنمية المستدامة وبلوغ الأهداف الإنمائية للألفية. ونتيجة لهذه العوامل وغيرها من الأسباب يستهلك النشاط الاقتصادي حالياً كتلة حيوية أكبر مما تنتجه الأرض بشكل مستدام، أي أن الأثر الإيكولوجي يتجاوز موارد كوكب الأرض. وهو يستنفد أيضاً رأس المال الطبيعي الذي تشكل خدمات نظامه الإيكولوجي جزءاً رئيساً من رفاه الفقراء، مما قد يؤدي إلى استمرار واستفحال الفقر المتفشي وكذلك التفاوت في توزيع الثروات. وتمثل هذه المخاطر الاقتصادية والاجتماعية والبيئية تهديدات خطيرة على الأجيال المقبلة. [١]

إن الانتقال إلى الاقتصاد الأخضر ليس قرارا فورياً إنما هي عملية طويلة وجهد مكثف لكل الأطراف من القمة إلى القاعدة وهي تشمل تقييم انعكاسات سياسات تغير المناخ على العمالة

[١] عبدالرحمن على، (٢٠١٦)، **"الاقتصاد الأخضر – الاتحاد العربى للتنمية المستدامة والبيئة"**، بحث منشور على الموقع التالى: http://www.ausde.org,13/11/2016

لمساعدة الدول لتبني خيارات تتلاءم مع ظروفها وخططها الوطنية، ومن هذا المنطلق، سعت العديد من البلدان إلى مراجعة السياسات نحو الاهتمام بالتنمية الريفية وبقطاع المياه من جهة واعتماد تكنولوجيات الإنتاج أكثر نظافة وكفاءة ، ويبقى التصدي لمشكلة النفايات وتدويرها بما هو مفيد وصديق للبيئة هاجس يمس كافة البلدان في العالم، وبذلك، يمثل الاقتصاد الأخضر فرصة لتقوية الجهود الدولية لتحقيق التنمية المستدامة والحفاظ على أمن الطاقة والتخفيف من وطأة الفقر.[١]

من المؤكد بأن وسائل الإعلام ليست هي القوة الوحيدة التي تؤدي إلى فاعلية التحول والتغير الاجتماعي في المجتمعات، إنما تُعد عوامل مساعدة بجانب قوة وتأثير الاتصال الشخصي المباشر، الذي يكفل نجاح التنمية وخاصة في الدول والمجتمعات التي تسعى إلى التقدم والنمو، حيثُ إن الترابط بين كلاً من الاتصال الشخصي ووسائل الإعلام يُعدان أحد أسباب النجاح في تحقيق الإقناع والتأثير المطلوبين في أي عملية تغير مجتمعي، كما أن وجود صحف ووسائل إعلام مرئية ومسموعة محلية وإقليمية تصل إلى الجمهور، يُعد دافعًا لتحقيق هذا الارتباط وتدعيمه أيضاً.

ويساهم الإعلام بفاعلية فى معالجة قضايا التنمية والمشكلات البيئية، وتدعيم قيم وأبعاد المواطنة البيئية لدى الجمهور المستهدف على أن يتم ذلك من خلال المشاركة الشعبية فى الإعلام البيئى والتخلص من نمط الإعلام الموجه، لما لها من قدرة ذاتية فى التأثير على الوعى العام وتشكيل الصور الذهنية للجمهور عن القضايا المحورية فى بيئاتهم، علاوة على قيامها بنقد القضايا وتحديد قائمة الأولويات البيئية على كافة المستويات المحلية والدولية. [٢]

---

[١] زياد العكروت ونيازى كمون، **"المرجع السابق"**، ص ١٥.

[٢] خالد محمد حسن، (٢٠١٥)، "تطوير الرسالة الإعلامية بالصحف المسائية لتنمية المواطنة البيئية لدى القراء فى ضوء أبعاد التنمية المستدامة – دراسة تطبيقية"، **رسالة دكتوراه غير منشوره**، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية، ص ١٠.

متطلبات التحول إلى الاقتصاد الأخضر:

١. يجب أن يقوم الاقتصاد الأخضر على مبدأ الإنتقال التدريجي بطرق تتماشى مع الخصائص الاقتصادية والاجتماعية لكل دولة عن طريق إعتماد السياسات الحكومية الملائمة وإعادة صياغة التشريعات والقوانين الضريبية والتزام صانعي السياسات بالتنسيق بين الوزارات بوضع السياسات التي من خلالها يستطيع دمج مبادئ الاقتصاد الأخضر في خطط التنمية الاقتصادية برؤية حديثة لادارة عملية التنمية الاقتصادية وتحقيق التنمية المستدامة . [١]

٢. مشاركة القطاع الخاص: يتطلب الانتقال بكفاءة الى الاقتصاد الأخضر ضرورة إشراك القطاع الخاص في الإطار المؤسسي فلهذا القطاع مكانة هامة في ضمان كفاءة الإستثمارات والتوفيق بين ثقافة الشركات في التقيد بمتطلبات السلامة البيئية، وان تستفيد الشركات من الرؤية الجديدة وفرص التنمية المستدامة .

تعزيز دور المجتمع المدني وتشجيع الشراكات الكفيلة بتحفيز الإنتقال الفعلي إلى إقتصاديات أكثر مراعاة للبيئة من خلال رؤية جماعية ودعم الإستثمار الأخضر في الشركات الصغيرة والمتوسطة لتوليد فرص عمل جديدة وتشجيع الإبداع واستقطاب الدعم من مختلف عناصر المجتمع . [٢]

---

[١] الإسكوا، (٢٠١١م)، **"اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا : الاقتصاد الأخضر في سياق التنمية المستدامة والقضاء على الفقر، المبادىء والفرص والتحديات في المنطقة العربية"**، الأمم المتحدة ، نيويورك، ص ١٣.

[2] UNEP: Towards a green economy: Pathways to Sustainable development and Poverty eradication (Nairobi 2011) p.1618 ,p.10

٣. تشجيع الإبتكار وتوجية البحث العلمي والمؤسسات البحثية لخدمة التوجة الاقتصادي الجديد.
٤. إعادة التدريب المهني وإعداد برامج التدريب العمال على التكنولوجيا الحديثة لمعالجة النقص في احتياجات الصناعات الخضراء من العمالة الماهرة والمدربة. [١]
٥. تطوير ونقل التكنولوجيا الخضراء ووضع استراتيجيات منخفضة الكربون للتنمية الصناعية واعتماد تكنولوجيات الانتاج الأكثر كفاءة في المصانع الجديدة من القضايا المحورية في الاقتصاد الأخضر ووضع آليات تمويل جديدة لتسريع انتشار التكنولوجيا الخضراء وتشجع الشركات الموجودة على إعادة التمركز في المناطق الصناعية ذات معايير عالية في الأداء البيئي.
٦. الاهتمام بالتنمية الريفية من خلال الإهتمام بالزراعة والمحافظة على الغابات بهدف تحسين مستوى المعيشة والتخفيف من حدة الفقر في الريف مع زيادة الموارد عن طريق الادارة الحكيمة للموارد الطبيعية والأنظمة الإيكولوجية مما يزيد من المنافع للفقراء . [٢]
٧. الاهتمام بقطاع المياه وترشيد إستخدامها ومنع تلوثها ومعالجة المياة غير النظيفة يمكن أن يخفض من إستهلاكها ويساهم في توفير المياه الجوفية والحفاظ على المياة السطحية. [٣]

---

[1] Department of Education employment and workplace relation about the green skills agreement, p.15, available at: www.deewr.gov.auSkills

[٢] ساندى صبرى ابو السعد واخرون، (٢٠١٧)، "الاقتصاد الاخضر واثره على التنمية المستدامة فى ضوء تجارب بعض الدول - دراسة حالة مصر"، **المركز الديمقراطى العربى**، تم الإطلاع بتاريخ٢٥ أغسطس، متاح من خلال الرابط التالى: https://democraticac.de/?p=47167 .

[٣] عايد راضى خنفر، **"مرجع سابق"**، ص ٥٦.

عناصر تحقيق الاقتصاد الأخضر

حددت منظمة التعاون والتنمية عدة عناصر لتحقيق مفهوم الاقتصاد الأخضر، وهي:[1]

- الإنفاق الحكومي العالي.
- تطبيق أكثر فعالية للتشريعات.
- التعليم والتدريب.
- خلق الظروف المواتية من أجل التغيير النفسي والسلوكي.
- مراجعة النفقات البيئية.
- التقييم البيئي الاستراتيجي.
- مجالس التنمية المستدامة.
- اتخاذ تدابير مثل المحاسبة / التنمية البديلة.

ويتطلب ذلك اتخاذ العديد من السياسات مثل:

- إصلاح الدعم.
- الإصلاح المالي البيئي.
- حوافز الاستثمار.
- تبني مبادئ الاندماج الاجتماعي والمساواة والتضامن والاحترام المتبادل، وحقوق الإنسان والتعايش السلمي، والتي هي المكونات الأساسية للحد من الفقر وتحقيق التنمية المستدامة.
- الاهتمام بنظم التدريب والتغيير النفسي والسلوكي.

[1] L., James, (2009), Higher Education and the Clean Energy, Green Economy Education Review, Vol. 44, No. 6 November/December, P108.

تحديات التحول للاقتصاد الأخضر:

إن التحول نحو الاقتصاد الأخضر يحقق العديد من الفوائد لمصر، حيث يعد هو السبيل نحو مستقبل أكثر مرونة واستدامة في مصر، كما أنه يعيد خلق البيئة لتصبح أكثر استدامة وأقل تلوثاً، ويدفع الاقتصاد نحو المرونة التي تجعله يتحمل الصدمات الخارجية ويتأقلم مع المتغيرات، التحول نحو الاقتصاد الأخضر عامل جذب مهم للمستثمرين من القطاعين الحكومي والخاص لخلق فرص العمل، لذلك فإن لابد من بذل الجهود للإسراع بعملية التحول للاقتصاد الأخضر.

فيمكننا حصر بعض التحديات التى تواجه تطبيق الاقتصاد الأخضر فى الآتى:

١. عدم التخطيط المحكم في مجال السياسيات التنموية.
٢. تفشي ظاهرة البطالة لدى شرائح كثيرة وفي مقدمتها شريحة الشباب، وتحول الوظائف من قطاعات إلى أخرى.
٣. زيادة بعض الوظائف في قطاعات معينة يقابلها تراجع في عدد من الوظائف في قطاعات أخرى، خاصة في المرحلة الانتقالية وحواجز فنية إضافية أمام التجارة.
٤. تحديات ناتجة عن التغييرات المناخية في قطاعات الطاقة، الأمن الغذائي والمائي والتصحر وتدهور جودة الأرض الزراعية إذ تبلغ نسبة الجفاف في الأراضي الزراعية العربية نحو ٩٠% من إجمالي الأرض وخسارة مساحات شاسعة من الأراضي الصالحة للزراعة وارتفاع نسبة التلوث والتغيير المناخي. [١]

[1]Negin Vaghefi and others, (2015), Green Economy: Issues, Approch and challenges in muslim countries, Theoretical Economics letters, scientific Research publishing, Inc, p.34, available at: https://www.scirp.org/journal/tel

٥. الفقر الذي لا يزال يطال ملايين البشر وخاصة في العالم العربي.
٦. خيار مكلف قد لا ينتج عنه فوز تلقائي ومتساوي على الصعيدين الاقتصادي والبيئي وقد يكون ذلك على حساب تحقيق أهداف إنمائية أخرى.
٧. ارتفاع كلفة التدهور البيئي، وهي في البلدان العربية علي سبيل المثال تبلغ سنويا خمسة وتسعين مليار دولار أي ما يعادل خمسة بالمائة من مجموع الناتج المحلي الإجمالي لعام ٢٠١٠م. [١]

الجهات المعنية بالاقتصاد الأخضر[٢]

١. الطاقة المتجددة: تتمثل في الطاقة الشمسية، وطاقة الرياح، والطاقة المائية فزيادة المعروض من الطاقة المتجددة يقلل من مخاطر الوقود الأحفوري وتخفيف آثار تغير المناخ .
٢. الأبنية الخضراء : تتمثل في إستخدام مواد صديقة للبيئة في قطاع البناء حيث يتم إنشاء وظائف وصناعات جديدة وهذا البناء له تأثير بعيد المدى يشجع على التحول اليه لتحقيق النمو الاقتصادي والتنمية المستدامة. [١]
٣. النقل المستدام : يتمثل في السيارات والنقل العام التي تعمل جزئيا على الكهرباء، ويوفر النقل المستدام الحاجات الأساسية للأفراد والمجتمعات بشكل آمن فهو أقل تلوثاً وأقل اصداراً للضجيج ولا يحدث أي أضرار بالصحة أو النظام البيئي ومصالح الأجيال القادمة .
٤. إدارة المياة : تتمثل في جمع مياة الأمطار وإعادة استخدامها، وتحلية مياة البحار وتوليد الطاقة من المياة، وأيضا إعادة استخدام المياة المستخدمة حفاظا على المخزون المائي، وأن إدارة المياة ترتبط بالري وتوفير مياة الشرب والمرافق الصحية وإن إستثمار رأس المال العام والخاص في شبكات إمداد المياة سوف يؤدي الى تقليل الفاقد من المياة .
٥. إدارة المخلفات : عبارة عن إعادة تدوير المخلفات لإنتاج منتجات أخرى أقل جودة من المنتج الأصلي مثل تدوير الورق والزجاج والبلاستيك حيث أن الإدارة الخضراء للمخلفات

---

[١] عايدة راضي خنفر، **"مرجع سابق"**، ص ٤.
[٢] الأمم المتحدة، (٢٠١٠م)، **"مفاهيم ومبادئ الاقتصاد الأخضر الأطار المفاهيمى الجهود العالمية قصص نجاح"**، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية بالأمم المتحدة لغرب آسيا، (الاسكوا)، ٢٠١٠/١٠/١٥، ص١٥.

تعمل على توفير فرص للعمالة وفرص إستثمارية فريدة في إعادة التدوير تحمى البيئة من التلوث وتحسن الوضع الاقتصادي وترفع المستوى الصحي والاجتماعي والريفي.

٦. إدارة الأراضي (الزراعة المستدامة): وتتمثل في التكيف مع تكنولوجيا الزراعة الجديدة للتخفيف من الآثار الناجمة عن التغير في المناخ والتحديات البيئية المعاصرة كالتصحر وإزالة الغابات والزحف العمراني غير المستدام وأن تخضير القطاع الزراعي يهدف إلى:[٢]

أ) إستعادة وتعزيز خصوبة التربة.

ب) الحد من تلف المحصول الزراعي بعد الحصاد وعند التخزين.

ج) الحد من المبيدات الكيماوية وتنفيذ الممارسات البيولوجية لإدارة الأعشاب الضارة والآفات والزراعة العضوية.

د) التقليل من ظاهرة الاحتباس الحراري.

ومن العناصر الحاسمة التي تتكون منها مرحلة الانتقال الى الاقتصاد الاخضر هي تطوير التكنولوجيا السليمة بيئيا واتاحة سبل الحصول عليها , كما ان الوسائل التكنولوجية في وقتنا الحالي تساعدنا على ايجاد طرق انتاج اكثر نظافة واستدامة , فلابد من الاهتمام بالبحث العلمي وأساليب تطوير استخدام الطاقة لتكون في صالح المناخ وقليله الانبعاثات، هناك مبادرة وزارة البيئة للتخلص الآمن من النفايات الإلكترونية، لجمع المخلفات الإلكترونية للتخلص من المخلفات الكهربائية والإلكترونية، وإعداد حملات لرفع الوعي لمختلف فئات المجتمع حول ضرورة التخلص الأمن من مخلفاتهم الإلكترونية بطرق آمنة وإعادة تدويرها.

---

[١] محمد حلمى نوار، (٢٠١٣م)، **"الاقتصاد الأخضر وتوفير فرص العمل"**، مؤتمر التنمية المستدامة والتحديات والآفاق، جامعة القاهرة، ص١٥.

[2] Andreas, J.J.; Burns, C(2017).; Touza, J. Renewable Energy as a Luxury. A Qualitative Comparative Analysis of the Role of the Economy in the EU's Renewable Energy Transitions During the 'Double Crisis'. Ecol. Econ.

الاقتصاد الأخضر وارتباطه بالإعلام

لم يعد الاقتصاد الأخضر يقتصر على البعد الاقتصادي، بل أصبحت أوسع وأشمل من ذلك بكثير، ويوجد شبه إجماع من قبل الباحثين في شأن الإعلام التنموي على تحديد مفهوم الاقتصاد بمفهومه الشامل، حيثُ يُعد الاقتصاد الأخضر عملية ديناميكية، شاملة، ومعقدة، ومعقدة، وعميقة، وواعية، ومقصودة، ومدروسة، تتم بالإنسان ومن أجل الإنسان، وتهدف إلى إحداث تحولات واسعة وشاملة وعميقة في المجتمع، وفي مختلف المجالات الاقتصادية، والاجتماعية، والثقافية، والإعلامية، وهذا ما يؤكد أنه عملية مرتبطة بالظروف الخاصة، والإمكانات والموارد المادية والبشرية، ومن ثم لا يمكن استيراده أو استعارته بصورة جاهزة، بل هي مشروع يجب العمل عليه لإيجاده. [١]

ويؤدي الاعلام دوراً أساسياً في التنمية خاصة الصحافة لما لها من دور في تثقيف أفراد المجتمع بوجه عام ولفت أنظار رجال المال والأعمال إلى وجوب توجيه استثماراتهم إلى المشروعات التنموية والتوعية بأهمية التحول إلى الاقتصاد الأخضر كوسيلة لتحقيق التنمية المستدامة ودور الاعلام هنا هو دور رقابي وتوعوي وارشادي وبذلك لا بد من أن يناقش الاعلام هذه القضايا وان يخطط الاستراتيجيات وعمليات الاتصال التي تهدف إلى التوجيه والوعي بالاقتصاد الأخضر والتنمية المستدامة وإشراك الجمهور في فهمها وتقبلها وتكوين اتجاهات ايجابية تجاها ومن ثم العمل على تنفيذها، فقد اتضح أن مشروعات التنمية لا تستطيع أن تنجح إلا بواسطة المشاركة والمساهمة من قبل الشعوب، وهذا الأمر لن يتحقق إلا بمساعدة وسائل الإعلام، فما من خطة تنموية في أي دولة إلا وتتضمن إلى جانب الجهد المادي المتمثل في الاستثمارات والتمويل وتوفير الظروف الفنية والتقنية والإدارية الملائمة لإنجاح هذه الخطة، جهد

[1] Swainson, L. G, (2012), "The Complexities and Challenges of Green Economey Policy: A Case Study in Media", Indonesia**, PHD Thesis**, The Australian National University, p33.

أخر وهو جهد معنوي ويتمثل في دور الاعلام التوعوي وتقديم خطط التنمية بأسلوب يشيد بالجهد المبذول وكشف الممارسات الخاطئة مما يساهم فى تحقيق التنمية. [١]

وقد شهد الإعلام نقلة نوعية من الوظيفة الكلاسيكية في نقل الأخبار وتغطية الأحداث، إلى القدرة على تشكيل الرأي العام وصولاً إلى مفهوم الإعلام التنموي من خلال الشراكة بين الإعلام والتنمية في نشر مفاهيم وقيم إنسانية وحضارية عالمية من أجل قيام مجتمعات المعرفة، فالعلاقة المتداخلة بين وسائل الإعلام والثقافة والتكنولوجيا تستطيع خلق المواطن ذو الثقافة الخضراء الذي يتبني قيم وقضايا الاقتصاد الأخضر والتي يمكنها أن تؤدي في النهاية إلى التغيير الاجتماعي، ما يدعم فكرة التأثير الفعال لوسائل الإعلام على الأفراد وعلى المجتمع. [٢]

ويظهر دور برامج الاعلام المختصة بالتعليم البيئي والتنوير في خلق التنوير البيئي، ويجب أن تشتمل على تجارب تساهم في تنمية مهارات بيئية وخلق صفات شخصية تلائم القدرة على العمل الفعال والجماعي والقيادي المنوط بأي شخصية ذات قدر معقول من التنور البيئي، وأن تعدد وسائل الاعلام والاتصال له دور وثيق الصلة بخلق هذا التنور خاصة إذا ما تضافرت جميع الوسائل لتحقيقه. وتلعب أيضاً وسائل الاعلام دوراً في خلق اتجاهات ايجابية حيال البيئة ودورها في خلق سمات شخصية محددة مثل عدم الانغلاق على الذات وقدر أكبر من الرغبة في تحمل المسئولية والعمل لصالح الجماعة والتعلم المستمر وتقبل فكرة استمرار وضع القيم الثقافية المكتسبة للاختبار في ضوء علاقة الفرد بالموارد البيئية المتاحة وتحلي الفرد باحترام التعددية

---

[١] سالم برقوق وزبيرى رمضان، (٢٠١٥)، "الإعلام التنموى ودوره فى تحقيق التنمية المستدامة"، **مجلة الدراسات**، جامعة قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، ع٢، الجزائر، ص ٧٨.

[2] Lopez, Antonio R, (2013), " Greening the Media Literacy Ecosystem: Situating Media Literacy for Green Cultural Citizenship", A published Doctor of Philosophy, Prescott College, Pro Quest LLC, p222 .

الثقافية والاختلاف والرغبة في الانغماس في المجتمع وقضاياه وأن يسلك سلوكا حسنا تجاه مجتمعه وتجاه البيئة التي يعيش فيها.[١]

أهمية التخطيط الإعلامي للاقتصاد الأخضر

يُعد التخطيط الإعلامي جزءاً من التخطيط القومي الشامل للاقتصاد الأخضر، حيثُ لا يتصل التخطيط الإعلامي فقط بالتغير المادي، بل بالمتغيرات النفسية والاجتماعية والمعنوية والثقافية لدى أفراد المجتمع أيضا. [٢]

وقد يختلف التخطيط الإعلامي من مجتمع للآخر طبقاً للمفاهيم والثقافة السائدة ووفقاً للاستراتيجية العامة للمجتمع، والتي تتضمن الأهداف العليا للمواطن والوطن، وللاستراتيجية الإعلامية التي تستوعب هذه الأهداف، حيثُ يمثل التخطيط أيضاً ضرورة مهمة للإنهاء حالة التخلف التي تعيش فيها البلدان النامية، وترجع أهميته لكونه الضمان الوحيد لاستخدام جميع الموارد الوطنية المادية والطبيعية البشرية بطريقة علمية وإنسانية لتحقيق الرفاهية والتقدم لكل أفراد المجتمع. [٣]

سبب تخلف القطاعات الاقتصادية كالزراعة والتعليم والسياسة والبيئة والنقل والسياحة يرجع إلى عدم كفاية خدمات الاتصالات ووسائل الإعلام في هذه الدول مما يقتضي استثمار هذه الخدمات ومعرفة استخدامها بشكل أمثل، حيثُ لم تعد وسائل الإعلام المتاحة تقتصر على الوسائل المطبوعة مثل الجرائد والمجلات والكتيبات والوسائل المرئية كالراديو والتليفزيون وأشرطة

---

(1) Mc Claren, Milton. (2019). Revisioning environmental literacy in the context of a global information and communications exosphere. The Journal of Environmental Education, 50 (4-6), Routledge Taylor & Francis Group, 416 – 417.

(٢) مجدي محمد عبد الجواد الداغر، (٢٠١٢)، "دور وسائل الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية - دراسة حول الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من ٢٠٠٥م – ٢٠٠٧م"، **مجلة حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية**، الحولية الثالثة والثلاثون.، ص ٥٧.

(3) Zorpas, A.A.; Lasaridi, K, (2018), "Pociovalisteanu, D.M.; Loizia, P. Monitoring and evaluation of prevention activities regarding household organics waste from insular communities. J. Clean. Prod., p3567.

الكاسيت والفيديو، وإنما تشمل إلى جانب ذلك كله على تقنيات الحاسبات الإلكترونية وأنظمة النشر الإلكتروني والراديو الرقمي، والتليفزيون التفاعلي، والوسائط المتعددة، وبنوك وقواعد المعلومات فضلاً عن المستحدثات والتكنولوجيا كالأقمار الصناعية والألياف البصرية والطباعة الرقمية، والتصوير ثلاثي الأبعاد بحيثُ أصبح العالم صغيراً. [١]

دور الإعلام في مواجهة التهديدات والتحديات التي تواجه الاقتصاد الأخضر

إن الانتقال إلي الاقتصاد الأخضر هو حدثا ليس سهلاً ولا يمكن الانتقال إليه بسهولة بل هي عملية طويلة وشاقة توجهها نظرة سياسية من الأعلى إلي الجماهرية الشعبية وأيضا توجهها الجماهيرية الشعبية إلي القمة، وقد جاء التفكير بالتحول إلي الاقتصاد الأخضر وذلك نتيجة لخيبات الأمل المتكررة في الاقتصاد العالمي وكثرة الأزمات التي يمر بها ومنها (انهيار الأسواق، الأزمات المالية والاقتصادية، ارتفاع أسعار الغذاء، التقلبات المناخية، التراجع السريع في الموارد الطبيعية وسرعة التغيير البيئي). وحوافز الانتقال للاقتصاد الاخضر تتمثل في الآتي:[٢]

١. الاهتمام بالتنمية الريفية بهدف تخفيف الفقر في المناطق الريفية: حيث إن الاقتصاد الأخضر يساهم في تخفيف الفقر وذلك عن طريق الادارة الحكيمة للموارد الطبيعية والأنظمة الأيكولوجية وذلك سوف يحقق المنافع من رأس المال الطبيعي ونستطيع ان نوصلها الي الفقراء.
٢. الاهتمام بالمياه وعدم تلويثها والاجتهاد في ترشيدها: حيث إن تحسين كفاءة المياه واستخدامها يمكن أن يخفض بقدر كبير استهلاكها كما أن تحسن طرق الحصول على

(1) vGea, Y. amd Zhib, Q, (2016), "Literature Review: The Green Economy, Clean Energy Policy and Employment." Energy Procedia. , p257.

(٢) خالد عبدالحميد عمر، (٢٠١٨)، "اقتصاديات الطاقة الشمسية فى مصر - دراسة مقارنة ودراسة قياسية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة عين شمس، كلية التجارة، ص٣٨. ص٣٢.

المياه سوف يساهم في توفير المياه الجوفية داخل الآبار وأيضا الحفاظ على المياه السطحية.

٣. دعم قطاع النقل الجماعي: حيث الوصول الي خفض دعم أسعار الطاقة في المنطقة العربية بنسبة ٢٥% سوف يوفر أكثر من ١٠٠ بليون دولار خلال ثلاث سنوات وهذا المبلغ يمكن تحويله الي تخضير الطاقة والانتقال اليها في مجال النقل وبتخضير ٥٠% من قطاع النقل في البلدان العربية نتيجة ارتفاع فاعلية الطاقة واستعمال النقل العام و السيارات الهجينة توفر ما يقرب من ٢٣ بليون دولار سنويا, وبإنفاق ١٠٠ بليون دولار في تخضير ٢٠% من الأبنية القائمة خلال العشر سنوات القادمة, يتوقع توفير أكثر من ٤ مليون فرصة عمل. [١]

٤. التصدي لمشكلة النفايات الصلبة ومحاولة أعادة تدويرها: حيث أن (إنتاج الحمض الفسفوري والأسمدة, وإنتاج المعادن المركزة, والاستخدام المركز للأسمدة في الزراعة والمدابغ الصناعية والتقليدية, والصناعة الدوائية والصناعة التحويلية) أكثر من ٥٠% من هذه النفايات يتم ألقائها في المياه وإن الانبعاثات الخارجة منها تؤدي الي تلوث المياه ولكن إذا تم التخلص منها بصورة جيدة عن طريق دفنها في مدفن صحي أو محاولة تدويرها سوف تؤدي الي نظافة البيئة والتقليل من الانبعاثات السامة. [٢]

٥. العمل علي زيادة الاستثمارات المستدامة في مجال الطاقة وإجراءات رفع كفاءة الطاقة: حيث النقلة الي الاقتصاد الأخضر سوف تؤدي الي تخفيض ملحوظ في انبعاثات غازات الاحتباس الحراري، ففي المخطط الاستثماري الذي يستثمر فيه نسبة ٢% من الناتج المحلي الإجمالي في قطاعات رئيسية من الاقتصاد الأخضر يخصص أكثر من نصف مقدار ذلك الاستثمار لزيادة كفاءة استخدام الطاقة وتوسيع الإنتاج واستخدام موارد

[١] فاطمة بكدي، (٢٠١٩)، **"الاقتصاد الأخضر من النظري إلى التطبيق"**، مركز الكتاب الأكاديمى، الأردن، ص٣٥.
[٢] هويدا عبدالعظيم، (٢٠١٤)، **"الاقتصاد الأخضر والنمو الاقتصادي تجارب أفريقية"**، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة، ص٣٠.

الطاقة المتجددة والنتيجة هي تحقيق خفض بنسبة قدرها ٣٦% في كثافة استخدام الطاقة على الصعيد العالمي. [١]

نتائج البحث

١. هل ساهمت وسائل الإعلام فى تغير رؤيتك تجاه قضايا الاقتصاد الأخضر ؟

جدول (١) يوضح مساهمة وسائل الإعلام فى تغير رؤيتك تجاه قضايا الاقتصاد الأخضر

العينة / مساهمة وسائل الإعلام	ك	%	الترتيب
نعم	**125**	**62.5**	**1**
لا	**75**	**37.5**	**2**
المجموع	**200**	**100**	
قيمة كا٢	**12.50****		
الدلالة الإحصائية	**دالة عند مستوي (0.01) عند درجة حرية (1)**		

تشير نتائج الجدول إلي إرتفاع معدل مساهمة وسائل الإعلام فى تغير رؤية المبحوثين عينة الدراسة تجاه قضايا الاقتصاد الأخضر، حيث جاءت إجابة ١٢٥ مبحوث بـ (نعم) بنسبة ٦٢,٥% من إجمالى عدد العينة وفى المقابل أجاب ٧٥ مبحوث بـ (لا) بنسبة مئوية ٣٧,٥%، ويشير ذلك إلى قدرة وسائل الإعلام بالمساهمة فى تغير رؤية المبحوثين تجاه ما تتناوله من قضايا الاقتصاد الأخضر .

٢. ماهو المجال الذى قمت بالمشاركة من خلاله فى خطط الاقتصاد الاخضر ؟

جدول (٢) يوضح المجال الذى قمت بالمشاركة من خلاله فى خطط الاقتصاد الاخضر

[١] عبدالله خبابه، (٣٦)، "تطوير الطاقات المتجددة بين الأهداف الطموحة وتحديات التنفيذ- دراسة حالة برنامج التحول الطاقوي لألمانيا"، **مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية**، ع١٠، ص٣٤.

العينة / مجالات الاقتصاد الأخضر	ك	%	الترتيب
تحسين حياة البشر وتحقيق الرفاهية	27	13.5	5
الحفاظ على الموارد الطبيعية والبشرية	49	24.5	1
التنمية المحلية والإقليمية	41	20.5	3
النمو الصناعى والاقتصادى	46	23	2
القضاء على الفقر والبطالة	37	18.5	4
المجموع	200	100	
قيمة كا٢	7.40**		
الدلالة الإحصائية	دالة عند مستوي (0.01) عند درجة حرية (4)		

تشير نتائج الجدول إلي: أن أكثر المجالات التى شاركت بها عينة البحث فى خطط الاقتصاد الأخضر جاءت (الحفاظ على الموارد الطبيعية والبشرية) بنسبة ٢٤,٥% من إجمالى عدد المبحوثين، وجاءت فى المرتبة الثانية (النمو الصناعى والاقتصادى) بنسبة ٢٣%، وفى المرتبة الثالثة (التنمية المحلية والإقليمية) بنسبة ٢٠,٥%، وجاء فى المرتبة الرابعة (القضاء على الفقر والبطالة) بنسبة ١٨,٥%، وفى المرتبة الأخير جاءت (تحسين حياة البشر وتحقيق الرفاهية) بنسبة ١٣,٥% .

ويمكن تفسير ذلك بأن حرص المبحوثين من خبراء الاقتصاد والعاملين فى مجال الاعلام بالمشاركة فى مجال الاقتصاد الأخضر وأكثر المجالات هى الحفاظ على الموارد الطبيعية والبشرية والنمو الصناعى والاقتصادى.

٣. هل ساهمت من قبل فى إعداد أى مادة إعلامية أو برنامج من خلال وسائل الإعلام عن قضايا الاقتصاد الأخضر ؟

جدول (٣) يوضح المساهمة من قبل فى إعداد أى مادة إعلامية أو برنامج من خلال وسائل الإعلام عن قضايا الاقتصاد الأخضر

العينة / مساهمة فى إعداد مادة إعلامية	ك	%	الترتيب
نعم	120	60	1
لا	80	40	2
المجموع	200	100	
قيمة كا٢	8.00**		
الدلالة الإحصائية	دالة عند مستوي (0.01) عند درجة حرية (1)		

تشير نتائج الجدول إلي: ارتفاع نسبة المساهمة فى إعداد مادة إعلامية أو برنامج إعلامى عن قضايا وخطط الاقتصاد الأخضر حيث جاءت إجابة ١٢٠ مبحوث من عينة البحث بنسبة ٦٠% بـ (نعم) بينما أجاب ٨٠ مبحوث بنسبة ٤٠% بـ (لا). ويشير ذلك إلى مدى اهتمام خبراء الاقتصاد والعاملين فى مجال الإعلام بقضايا الاقتصاد الأخضر والمساهمة فى اعداد برامج إعلامية تناقش أهم قضايا الاقتصاد الأخضر وكيفية مواجهه التحديات التى تواجهها.

٤. الإجابة على الفرض الأول الذى ينص على "يوجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها، والتحديات التي تواجهها".

للتحقق من صحة هذا الفرض تم حساب معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها، والتحديات التي تواجهها، وذلك كما يلي:

جدول (٤) معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها، والتحديات التي تواجهها

المتغيرات	التحديات التي تواجهها	
	معامل الارتباط	الدلالة
التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها	0.765*	0.023

يتبين من بيانات الجدول السابق: وجود علاقة ارتباطية بين التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراك عينة البحث لها، والتحديات التي تواجهها عند مستوي دلالة ٠,٠٢٢ ، حيث كانت قيمة معامل الإرتباط ٠,٧٦٥.

٥. الإجابة عن الفرض الثانى والذى ينص على "توجد فروق ذات دلالة احصائية فى مستوى تحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام تبعاً لاختلاف الخصائص الديموغرافية (التخصص العلمي، الوظيفة)"

تبعا التخصص العلمي

قامت الباحثة بحساب المتوسطات والانحرافات المعيارية لمستوى التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها وتهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام وفقا لمتغير (التخصص العلمي) كما هو موضح في الجدول التالي:

جدول (٥) المتوسطات والانحرافات المعيارية لمستوي التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها وتهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام وفقا لمتغير (التخصصي العلمي)

البعد	التخصصي العلمي	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري
التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها	الاقتصاد	35	60.057	20.565
	الاعلام	89	61.258	20.493
	الإدارة والتخطيط	35	60.171	21.627
	السياسة	41	66.024	15.480
التناول الإعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر والتحديات التى يواجهها	الاقتصاد	35	40.629	12.971
	الاعلام	89	40.202	12.967
	الإدارة والتخطيط	35	39.086	12.747
	السياسة	41	44.317	10.577
التهديدات والتحديات التى تواجه الاقتصاد الاخضر ومدى مواجهة الاعلام لها	الاقتصاد	35	34.657	10.917
	الاعلام	89	34.730	11.157
	الإدارة والتخطيط	35	34.114	10.255
	السياسة	41	38.293	8.394

يتضح من جدول (٥) أن:

١. تباين متوسطات مستوي التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها وتهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام تبعا لمتغير التخصصي العلمي
٢. تباين متوسطات مستوي التناول الإعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر والتحديات التى يواجهها تبعا لمتغير التخصصي العلمي
٣. تباين متوسطات مستوي التهديدات والتحديات التى تواجه الاقتصاد الاخضر ومدى مواجهة الاعلام لها تبعا لمتغير التخصصي العلمي

وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة أسلوب تحليل التباين الاحادي One Way ANOVA للوقوف علي دلالة الفروق، وتطبيق اختبار lsd لبيان دلالة اتجاه الفروق إن وجدت.

جدول (٦) تحليل التباين الاحادي الاتجاه للفروق بين مستوي التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها وتهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام

البعد	مصدر التباين	مجموع المربعات	درجات الحرية	متوسط المربعات	قيمة (ف)	مستوي الدلالة
التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها	بين المجموعات	956.666	3	318.889	.814*	.048
	داخل المجموعات	76822.889	196	391.954		
	الكلي	77779.555	199			
التناول الإعلامى لقضايا	بين المجموعات	639.723	3	213.241	1.370*	.023

الاقتصاد الأخضر والتحديات التى يواجهها	داخل المجموعات	30516.152	196	155.695	
	الكلي	31155.875	199		
التهديدات والتحديات التى تواجه الاقتصاد الاخضر ومدى مواجهة الاعلام لها	بين المجموعات	459.436	3	153.145	1.403* .043
	داخل المجموعات	21399.444	196	109.181	
	الكلي	21858.880	199		

****دالة عند مستوي (٠,٠١) *دالة عند مستوي (٠,٠٥)**

يتضح من جدول (٦):

١. وجود تباين دال إحصائيا بين مستوي **التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها** تبعا لمتغير التخصصي العلمي حيث كانت قيمة (ف) دالة إحصائيا.
٢. وجود تباين دال إحصائيا بين مستوي **التناول الإعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر والتحديات التى يواجهها** تبعا لمتغير التخصصي العلمي حيث كانت قيمة (ف) دالة إحصائيا
٣. وجود تباين دال إحصائيا بين مستوي **التهديدات والتحديات التى تواجه الاقتصاد الاخضر ومدى مواجهة الاعلام لها** تبعا لمتغير التخصصي العلمي حيث كانت قيمة (ف) دالة إحصائيا

للوقوف علي اتجاه الفروق بين مستوي التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها وتهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام تم تطبيق اختبار lsd كما هو موضح بالجدول.

جدول (٧) اختبار LSD لمعرفة دلالة الفروق بين مستوي التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها وتهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام تبعا لمتغير التخصصي العلمي

	التخصصي العلمي	الاقتصاد	الاعلام	الإدارة والتخطيط	السياسة
		م=60.057	م=61.258	م=60.171	م=66.024
التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها	مؤهل عالي		1.20128*	.11429	5.96725**
	ماجستير			1.08700*	4.76596**
	دكتوراه				5.85296**
	التخصصي العلمي	الاقتصاد	الاعلام	الإدارة والتخطيط	السياسة
		م=40.629	م=40.202	م=39.086	م=44.317
التناول الإعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر والتحديات التى يواجهها	مؤهل عالي		.42632	1.54286*	3.68850**
	ماجستير			1.11653*	4.11483**
	دكتوراه				5.23136
	التخصصي العلمي	الاقتصاد	الاعلام	الإدارة والتخطيط	السياسة

		م=34.657	م=34.730	م=34.114	م=38.293
التهديدات والتحديات التى تواجه الاقتصاد الاخضر ومدى مواجهة الاعلام لها	مؤهل عالي		.07319	.54286	3.63554**
	ماجستير			.61605	3.56235**
					4.17840**
	دكتوراه				

**دالة عند مستوي (٠,٠١) *دالة عند مستوي (٠,٠٥)

تبعاً الوظيفة

وللتحقق من صحة هذا الفرض استخدمت الباحثة اختبار "t test" للوقوف علي دلالة الفروق، والجدول التالي يوضح ذلك.

جدول (٨) دلالة الفروق بين مستوي التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها وتهديدات وتحديات إدارة الاقتصاد الأخضر في مجال الإعلام تبعاً لمتغير الوظيفة

البعد	الوظيفة	ن	المتوسط الحسابي	الانحراف المعياري	درجة الحرية	قيمة (ت)	مستوي الدلالة
التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها	أستاذ جامعي	54	58.85	20.02	198	1.300*	.035
	إعلامي	146	62.94	19.63			
التناول الإعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر والتحديات التى يواجهها	أستاذ جامعي	54	39.15	12.66	198	1.223*	.043
	إعلامي	146	41.58	12.44			

التهديدات والتحديات التى تواجه الاقتصاد الاخضر ومدى مواجهة الاعلام لها	أستاذ جامعي	54	34.13	10.44	198	.993*	.052
	إعلامي	146	35.79	10.49			

****قيمة "ت" دالة إحصائيا عند مستوي ٠,٠١ * قيمة "ت" دالة إحصائيا عند مستوي ٠,٠٥**

يتضح من جدول (٨):

١. وجود فروق دالة إحصائياً بين مستوي **التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها** تبعا لمتغير الوظيفة – لصالح (إعلامي) حيث كانت قيمة (ت) دالة إحصائيا

٢. وجود فروق دالة إحصائياً بين مستوي **التناول الإعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر والتحديات التى يواجهها** تبعا لمتغير الوظيفة – لصالح (إعلامي) حيث كانت قيمة (ت) دالة إحصائيا

٣. وجود فروق دالة إحصائياً بين مستوي **التهديدات والتحديات التى تواجه الاقتصاد الاخضر ومدى مواجهة الاعلام لها** تبعا لمتغير الوظيفة – لصالح (إعلامي) حيث كانت قيمة (ت) دالة إحصائيا

النتائج العامة:

١. قدرة وسائل الإعلام بالمساهمة فى تغير رؤية المبحوثين تجاه ما تتناوله من قضايا الاقتصاد الأخضر .
٢. حرص المبحوثين من خبراء الاقتصاد والعاملين فى مجال الاعلام بالمشاركة فى مجال الاقتصاد الأخضر وأكثر المجالات هى الحفاظ على الموارد الطبيعية والبشرية والنمو الصناعى والاقتصادى.
٣. اهتمام خبراء الاقتصاد والعاملين فى مجال الإعلام بقضايا الاقتصاد الأخضر والمساهمة فى اعداد برامج إعلامية تناقش أهم قضايا الاقتصاد الأخضر وكيفية مواجهه التحديات التى تواجهها.
٤. وجود علاقة ارتباطية بين التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراك عينة البحث لها، والتحديات التي تواجهها.
٥. وجود تباين دال إحصائيا بين مستوي التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها تبعا لمتغير التخصصي العلمي حيث كانت قيمة (ف) دالة إحصائيا.
٦. وجود تباين دال إحصائيا بين مستوي التناول الإعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر والتحديات التى يواجهها تبعا لمتغير التخصصي العلمي حيث كانت قيمة (ف) دالة إحصائيا
٧. وجود فروق دالة إحصائياً بين مستوي التناول الاعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر ومدى ادراكك لها تبعا لمتغير الوظيفة – لصالح (إعلامي) حيث كانت قيمة (ت) دالة إحصائيا
٨. وجود فروق دالة إحصائياً بين مستوي التناول الإعلامى لقضايا الاقتصاد الأخضر والتحديات التى يواجهها تبعا لمتغير الوظيفة – لصالح (إعلامي) حيث كانت قيمة (ت) دالة إحصائيا

المراجع:

- الإسكوا، (٢٠١١م)، "**اللجنة الاقتصادية والاجتماعية لغربي آسيا : الاقتصاد الأخضر في سياق التنمية المستدامة والقضاء على الفقر، المبادىء والفرص والتحديات في المنطقة العربية**"، الأمم المتحدة ، نيويورك.
- أشرف عطية الرفاعي، (٢٠٢٠)،"الاقتصاد الاخضر لمواجهة التحديات البيئية في مصر، **مجلة جامعة أسيوط للبحوث البيئية**، مجلد٢٣، ع١.
- الأمم المتحدة، (٢٠١٠م)، "**مفاهيم ومبادئ الاقتصاد الأخضر الأطار المفاهيمى الجهود العالمية قصص نجاح**"، اللجنة الاقتصادية والاجتماعية بالأمم المتحدة لغرب آسيا، (الاسكوا)، ٢٠١٠/١٠/١٥
- خالد عبدالحميد عمر، (٢٠١٨)، "اقتصاديات الطاقة الشمسية فى مصر – دراسة مقارنة ودراسة قياسية"، **رسالة دكتوراه غير منشورة**، جامعة عين شمس، كلية التجارة.
- خالد محمد حسن، (٢٠١٥)، "تطوير الرسالة الإعلامية بالصحف المسائية لتنمية المواطنة البيئية لدى القراء فى ضوء أبعاد التنمية المستدامة – دراسة تطبيقية"، **رسالة دكتوراه غير منشوره**، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية.
- زياد العكروت ونيازى كمون، (٢٠٢١)، "الاقتصاد الأخضر لمواجهة تحديات التنمية المستدامة (دراسة مقارنة لتجارب تونس والسعودية)، **المجلة العالمية للاقتصاد والأعمال**، الأردن، مجلد ١٠، العدد ١ .
- سالم برقوق وزبيرى رمضان، (٢٠١٥)، "الإعلام التنموى ودوره فى تحقيق التنمية المستدامة"، **مجلة الدراسات**، جامعة قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإجتماعية، ع٢، الجزائر.
- ساندى صبرى ابو السعد واخرون، (٢٠١٧)، "الاقتصاد الاخضر واثره على التنمية المستدامة فى ضوء تجارب بعض الدول – دراسة حالة مصر"، **المركز الديمقراطى العربى**، تم الإطلاع بتاريخ٢٥ أغسطس، متاح من خلال الرابط التالى:https://democraticac.de/?p=47167.

- عايدة راضي خنفر، (٢٠١٤)، "الأقتصاد البيئي، الأقتصادالأخضر"، **مجلة اسيوط للدراسات البيئية** – العدد ٣٩، الكويت.
- عبدالرحمن على، (٢٠١٦)، "**الاقتصاد الأخضر – الاتحاد العربى للتنمية المستدامة والبيئة**"، بحث منشور على الموقع التالى:**http://www.ausde.org,13/11/2016** .
- عبدالله خبابه، (٣٦)، "تطوير الطاقات المتجددة بين الأهداف الطموحة وتحديات التنفيذ– دراسة حالة برنامج التحول الطاقوي لألمانيا"، **مجلة العلوم الاقتصادية والتسيير والعلوم التجارية**، ع١٠.
- عمار عماري، (٢٠٠٨م)، "**إشكالية التنمية المستدامة وأبعادها**"، المؤتمر العلمى الدولى (التنمية المستدامة والكفاءة الاستخدامية للموارد المتاحة)، جامعة فرحات عباس، كلية العلوم الإقتصادية وعلوم التسيير، الجزائر.
- غادة أحمد رأفت، (٢٠٢١)، "فاعلية نموذج مقترح للمعالجة الصحفية لقضايا الاقتصاد الأخضر لتنمية التنور لدي جمهور القراء"، **المجلة المصرية للتربية العلمية**، الجمعية المصرية للتربية العلمية، المجلد ٢٤، ع ١ .
- فاطمة بكدي، (٢٠١٩)، "**الاقتصاد الأخضر من النظري إلى التطبيق**"، مركز الكتاب الأكاديمى، الأردن.
- فاطمة رياض نتاج،(٢٠١٠)، "**الجامعة ومواجهة التحديات التكنولوجية**"، مجلد ١، دار اليسر.
- مجدي محمد عبد الجواد الداغر، (٢٠١٢)، "دور وسائل الإعلام في دعم خطط التنمية المستدامة والنهوض بها في البلدان العربية – دراسة حول الصحافة في معالجة مشكلات التنمية المستدامة بالتطبيق على عينة من الصحف العربية اليومية في الفترة من ٢٠٠٥م – ٢٠٠٧م"، **مجلة حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية**، الحولية الثالثة والثلاثون.

- محمد حلمى نوار، (٢٠١٣م)، "**الاقتصاد الأخضر وتوفير فرص العمل**"، مؤتمر التنمية المستدامة والتحديات والآفاق، جامعة القاهرة.
- ميرهام صبري شتيوي، (٢٠١٩)، "دور بعض وسائل الإعلام في تنمية الوعي بالتسويق الأخضر لدى الجمهور المصري (دراسة تحليلية وميدانية)"، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة عين شمس، معهد الدراسات والبحوث البيئية، قسم العلوم التربوية والعالم البيئي.
- هويدا عبدالعظيم، (٢٠١٤)، "**الاقتصاد الأخضر والنمو الاقتصادي تجارب أفريقية**"، المنظمة العربية للتنمية الإدارية، القاهرة.
- Andreas, J.J.; Burns, C(2017).; Touza, J. Renewable Energy as a Luxury. A Qualitative Comparative Analysis of the Role of the Economy in the EU's Renewable Energy Transitions During the 'Double Crisis'. Ecol. Econ.
- Assuniv, Bull. Environ, Res.vol/ 11 No.1 March 2008.
- Department of Education employment and workplace relation about the green skills agreement, p.15, available at: www.deewr.gov.auSkills
- L., James, (2009), Higher Education and the Clean Energy, Green Economy Education Review, Vol. 44, No. 6 November/December.
- Lopez, Antonio R, (2013), " Greening the Media Literacy Ecosystem: Situating Media Literacy for Green Cultural Citizenship", A published Doctor of Philosophy, Prescott College, Pro Quest LLC
- Mc Claren, Milton. (2019). Revisioning environmental literacy in the context of a global information and communications exosphere. The Journal of Environmental Education, 50 (4-6), Routledge Taylor & Francis Group.
- Negin Vaghefi and others, (2015), Green Economy: Issues, Approch and challenges in muslim countries, Theoretical Economics letters, scientific Research publishing, Inc, , available at:https://www.scirp.org/journal/tel

- Swainson, L. G, (2012), "The Complexities and Challenges of Green Economey Policy: A Case Study in Media", Indonesia**, PHD Thesis**, The Australian National University.
- Trushkina Nataliia,(2022), "Green economy in the conditions of modern challenges: conceptual frameworks", **International Science Journal of Management**, Economics & Finance. Volume 1, Issue 1, April 2022
- UNEP: Towards a green economy: Pathways to Sustainable development and Poverty eradication (Nairobi 2011)
- vGea, Y. amd Zhib, Q, (2016), "Literature Review: The Green Economy, Clean Energy Policy and Employment." Energy Procedia.
- Zorpas, A.A.; Lasaridi, K, (2018), "Pociovalisteanu, D.M.; Loizia, P. Monitoring and evaluation of prevention activities regarding household organics waste from insular communities. J. Clean. Prod.