

توظيف المنصات الرقمية الحكومية في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية

أ.إيلي رمضان عبد اللاه حسن رشوان*

المخلص:

استهدفت الباحثة رصد وتحليل واقع مضامين المنصات الرقمية الحكومية ودورها في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية استناداً علي المبادئ الخمس لنظرية الاتصال الحواري، إلي جانب التركيز على دراسة حالة "المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية"، كما يعتبر هذا البحث هو الأول الذي يعد عن المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية ويتناولها من كافة جوانبها، وتنتمي الدراسة للدراسات الوصفية وباستخدام منهج دراسة الحالة، اعتمدت علي التحليل الكيفي للصفحة الرسمية للفيسبوك والموقع الإلكتروني الخاص بالمبادرة، وتوصلت الدراسة لعدة نتائج من أهمها؛ عدم الاهتمام بتوثيق الصفحة الرسمية للفيس بوك للمبادرة بالعلامة الزرقاء، وكذلك توصلت إلي عدم الاهتمام بوجود شعار خاص للمبادرة، إلي جانب ضعف الرد علي التعليقات والرد بطريقة شخصية علي الجمهور من خلال الصفحة الرسمية، وكذلك لم يتوافر اداة او تقنية لمساعدة ذوي الهمم عبر المنصات الرقمية، كما أوصت الدراسة بضرورة الاهتمام بتوثيق الصفحة الرسمية للمبادرة عبر الفيسبوك بالعلامة الزرقاء وذلك لزيادة مصداقية وشفافية الصفحة، بالإضافة إلي وجود تقنية لذوي الهمم وخصوصاً أنه من ضمن المشروعات المقدمة للمبادرة مشروعات لذوي الهمم وذلك لمساعدتهم على الاندماج الرقمي، وكذلك الاهتمام بالاستعانة بالخبراء في مجال البيئة والشخصيات المشهورة والمؤثرة على السوشيال ميديا للترويج للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.

الكلمات المفتاحية: المنصات الرقمية الحكومية-الوعي البيئي-الاستدامة -الاستدامة البيئية- الاستدامة الخضراء الذكية-المبادرات الحكومية-"المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية"

*باحثة دكتوراه إعلام "علاقات عامة"

Employing government digital platforms to spread awareness of smart green sustainability initiatives

Abstract:

The researcher aimed to monitor and analyze the reality of the contents of government digital platforms and their role in spreading awareness of smart green sustainability initiatives based on the five principles of dialogue communication theory, in addition to focusing on a case study of the "National Initiative for Smart Green Projects", and this research is the first that is prepared for the national initiative for smart green projects and addresses it in all its aspects, and the study belongs to descriptive studies and using the case study methodology, it relied on qualitative analysis of the official Facebook page and the initiative's website, and the study reached several results, the most important of which are: Lack of interest in documenting the official Facebook page of the initiative with the blue sign As well as the lack of interest in the existence of a special logo for the initiative, in addition to the weakness of responding to comments and responding in a personal way to the public through the official page, as well as the lack of a tool or technology to help people of determination through digital platforms, the study also recommended the need to pay attention to documenting the official page of the initiative via Facebook with the blue sign in order to increase the credibility and transparency of the page, in addition to the presence of technology for people of determination, especially that among the projects submitted to the initiative are projects for people of determination in order to help them integrate digital, as well as interest in using experts in the field of environment and famous and influential personalities on social media to promote the national initiative for smart green projects.

Key Words: Government Digital Platforms -Environmental Awareness -Sustainability-Environmental Sustainability-Smart Green Sustainability-Government Initiatives-"National Initiative for Smart Green Projects"

مقدمة:

في ضوء الاستراتيجية الوطنية التي أطلقتها الدولة للتحول الرقمي والتطورات العالمية التي يمر بها المجتمع المعاصر، وخصوصاً في ظل الأزمات البيئية كأزمة التغير المناخي، ظهر دور المنصات الرقمية التي تتمثل في البرامج والتكنولوجيا المستخدمة لتوحيد وتبسيط العمليات وأنظمة تكنولوجيا المعلومات، وتعد المنصة الرقمية بمثابة العمود الفقري للمؤسسة، فيما يخص العمليات الداخلية والتفاعل مع العملاء والأطراف ذات الصلة، ومن خلال منظومة التحول الرقمي الذي يساهم في دعم عملية التنمية المستدامة، ويمكن للمؤسسات تطوير وإنشاء قواعد معلومات تساعد على تحسين العمليات، بالإضافة إلى تعزيز البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتحسين الخدمات الرقمية في الجهات والهيئات الحكومية، ورفع جودة الخدمات وكفاءتها، إلى جانب توفير الدعم لمتخذي القرار وإيجاد حلول للقضايا التي تهم المجتمع.

وفي ضوء تنفيذ أهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر 2030، وكذلك الأهداف الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ 2050، تم "إطلاق المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية"، كمبادرة رائدة في مجال التنمية المستدامة والتعامل مع البعد البيئي وأثار التغير المناخي وتؤكد هذه المبادرة على جدية الدولة المصرية في التعامل مع البعد البيئي والتحول الرقمي في إطار جهودها لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.

ومن خلال استطلاع الباحثة وجدت محدودية في بحوث توظيف المنصات الرقمية لنشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية، ولذا تتبلور مشكلة الدراسة في رصد وتحليل فاعلية توظيف المنصات الرقمية الحكومية في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية وبالتطبيق على المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، وذلك استناداً على المبادئ الخمس لنظرية الاتصال الحواري، إلى جانب التعرف على الأهداف التي ركزت الحكومة على تحقيقها في المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر منصاتها الرقمية الرسمية، وكذلك معرفة الجهات الحكومية المشاركة في المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، ورصد الوسائط المتنوعة التي استخدمتها المنصات الرسمية الحكومية للتوعية بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.

الإطار المعرفي للدراسات السابقة: محاولة بحثية نقدية

قامت الباحثة برصد عدد من الدراسات للماجستير والدكتوراه والبحوث العلمية المنشورة، وتوصلت في حدود استطاعتها إلى نتيجة عامة - بالجانب المعرفي لإسهامات الباحثين - هي وجود محدودية واضحة عن دور المنصات الرقمية في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية.

وتعرض الباحثة تلك للدراسات السابقة وفقاً للطريقة النقدية كمحاولة أولية واجتهاد في العرض كما تعرضها المحاور الآتية:

أولاً: -توجهات الموضوعات البحثية ذات الصلة بمتغيرات الدراسة الراهنة:

ركزت الباحثة على الدراسات ذات الصلة البحثية بمتغيرات وأهداف دراستها، سواء تناولت متغيراً أو عدة متغيرات رئيسية أو تطبيقية منها، دور المنصات الرقمية في معالجة قضايا التنمية المستدامة، ودور وسائل الإعلام في التوعية بالمبادرات الحكومية، ودور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي الأخضر، وقد خلص الرصد البحثي إلى تنوع الموضوعات البحثية وأهدافها للدراسات السابقة في الموضوعات الآتية:

1) دراسات تناولت دور المنصات الرقمية في معالجة قضايا التنمية المستدامة:

تنوعت موضوعات الدراسات العلمية ما بين دراسات اهتمت بالتحول الرقمي والاستدامة ومنها دراسة (عابض القحطاني، 2023)⁽¹⁾، حيث ركزت علي التعرف علي دور التحول الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة، وكذلك دراسة (وداد أحمد، 2023)⁽²⁾، حيث ركزت علي مدي مساهمة الصحافة الإلكترونية في تعزيز الوعي بمفاهيم التنمية المستدامة وقضاياها عبر صفحاتها الإلكترونية، وفي نفس الاتجاه جاءت دراسة (هاجر حبش، 2023)⁽³⁾، حيث اهتمت بالتعرف علي مدي استخدام الصحافة المدفوعة بالبيانات في معالجة قضايا التنمية المستدامة علي الصفحات الإخبارية للشوشال ميديا وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها، وكذلك دراسة (مها حسن، 2023)⁽⁴⁾، سعت للتعرف علي مدي اعتماد النخب علي المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة، وأيضاً دراسة (سالي جاد، 2023)⁽⁵⁾، هدفت للتعرف علي أطر معالجة المواقع الرقمية للقضايا البيئية في ضوء تحقيق التنمية المستدامة ورؤية مصر 2030، وفي نفس الاتجاه جاءت دراسة (انتصار زايد، 2023)⁽⁶⁾، حيث هدفت للتعرف علي دور المواقع الإخبارية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو أبعاد التنمية المستدامة، وأيضاً دراسة (آمال ناصف، 2023)⁽⁷⁾، هدفت إلي تحديد أسباب تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي التي تهتم بقضايا التنمية المستدامة.

كما انفردت دراسة واحدة عن توظيف الجمعيات الأهلية ومنظمات المجتمع المدني لوسائل الإعلام لتحقيق أهداف التنمية المستدامة، وهي دراسة (محمود السيد، 2023)⁽⁸⁾، حيث ركزت علي التعرف علي كيفية توظيف وسائل الإعلام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة للدولة المصرية، كما جاءت دراسة واحدة عن الإعلام والمدن الذكية، وهي دراسة (رجاء الغمراوي وغادة عبد الحميد، 2022)⁽⁹⁾، حيث ركزت علي دور وسائل الإعلام في توعية الجماهير بالمدن الذكية لتعزيز التنمية المستدامة، وأيضاً دراسة واحدة عن وسائل الإعلام والتكنولوجيا الخضراء والتنمية المستدامة للمؤسسات وهي دراسة (Jie & Jiahui، 2023)⁽¹⁰⁾، حيث ركزت علي استكشاف العلاقة بين وسائل الإعلام و الابتكار في مجال التكنولوجيا الخضراء بجانب دور التنمية المستدامة للمؤسسات، وكذلك انفردت دراسة واحدة عن مواقع التسويق الإلكتروني، وهي دراسة (حسين أبو عمر، 2023)⁽¹¹⁾، حيث استهدفت قياس أداء التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت في دعم برامج التنمية المستدامة.

- 2) دراسات تناولت دور وسائل الإعلام في التوعية بالمبادرات الحكومية والاستدامة:**
- تشمل الدراسات التي اهتمت بدور وسائل الإعلام في التوعية بالمبادرات الحكومية والاستدامة، اهتمت بعض الدراسات بدور وسائل الإعلام والمبادرات الحكومية وهي دراسة (باسم محمد، 2024)⁽¹²⁾، حيث ركزت على التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو المبادرة الرئاسية حياة كريمة، وفي نفس الاتجاه جاءت دراسة (سماح المحمدي، 2023)⁽¹³⁾، حيث سعت لرصد وتحليل أساليب المعالجة الإخبارية للمبادرات الرئاسية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة، وركزت بعض الدراسات على المبادرات الوطنية، ومنها دراسة (هدي الدسوقي، 2022)⁽¹⁴⁾، حيث اهتمت بالتعرف على استراتيجيات التسويق التي تناولتها المبادرات الوطنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي. وانفردت دراسة واحدة عن العلاقات العامة الرقمية في تدعيم الثقة بالمؤسسات الحكومية، وهي دراسة (محمد مساوي، 2023)⁽¹⁵⁾، حيث ركزت على توظيف الإعلام الرقمي في ممارسة مهنة العلاقات العامة لتحقيق الانتشار للمبادرات الرسمية الحكومية، أما دراسة (نهى التلاوي، 2022)⁽¹⁶⁾، ركزت على مدي فعالية الاتصالات التسويقية الرقمية للمبادرات الرسمية للدولة في تعزيز ثقة الشباب الجامعي في أداء الحكومة المصرية، كما انفردت دراسة واحدة (Agrawal et al, 2023)⁽¹⁷⁾ عن المبادرات الحكومية والاستدامة البيئية، حيث ركزت على تأثير المبادرات الحكومية والمنصات الاجتماعية على الوعي البيئي والممارسات الخضراء، وفي نفس الاتجاه جاءت دراسة (Verma & Grover, 2022)⁽¹⁸⁾، حيث سعت لاستكشاف دور وسائل التواصل الاجتماعي في تعزيز التعليم المستدام خلال مبادرات المدارس الخضراء الحكومية.
 - 3) دراسات تناولت دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي الأخضر:**
 - تشمل الدراسات التي اهتمت بالوعي البيئي عبر المنصات الرقمية، ومنها دراسة (Zhang & Gong, 2023)⁽¹⁹⁾، سعت لاستكشاف كيفية تأثير استخدام الإنترنت على وعي الفرد بالاستدامة البيئية، وكذلك دراسة (لمياء أبو عيانه، 2023)⁽²⁰⁾، حيث سعت للتعرف على دور الإعلام الرقمي في نشر وتنمية الوعي البيئي وتوعية الجمهور بالأزمات البيئية، في حين ركزت دراسة (Wei et al, 2024)⁽²¹⁾، على استكشاف كيف يمكن لوسائل الإعلام الإلكترونية والاجتماعية أن ترفع من سلوك الاستهلاك الأخضر لدي المستهلكين، أما دراسة (Zhao et al, 2024)⁽²²⁾، اهتمت باستكشاف كيفية تأثير المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي على الاستهلاك الأخضر للمستهلكين، وفي نفس الاتجاه جاءت دراسة (Alam et al, 2023)⁽²³⁾، حيث ركزت على تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على نية السلوك الأخضر.
 - كما انفردت دراسة عن الذكاء الاصطناعي والوعي البيئي وهي دراسة (Cao & Jian, 2024)⁽²⁴⁾، حيث سعت لاستكشاف كيف يمكن للذكاء الاصطناعي تعزيز الوعي البيئي لدي طلاب الجامعات بشأن القضايا البيئية، وفي نفس الاتجاه جاءت دراسة (Borsatto et al, 2024)⁽²⁵⁾، حيث ركزت على استخدام تقنية الذكاء الاصطناعي في التوعية المجتمعية لمؤسسات التعليم العالي بأهداف التنمية المستدامة، أما دراسة (Ambe et al, 2024)⁽²⁶⁾، ركزت على استكشاف مدي استخدام تقنيات التعلم بالوسائط الإلكترونية في طرق تدريس التعليم البيئي لمؤسسات التعليم العالي، وجاءت دراسة عن مبادرات الاستدامة

والوعي البيئي وهي دراسة (Daoud et al,2024)⁽²⁷⁾، حيث ركزت هذه الدراسة على دور استراتيجيات التسويق الرقمي في تعزيز الوعي البيئي، كما انفردت دراسة واحدة عن جائحة COVID-19 ووسائل التواصل الاجتماعي، وهي دراسة (Severo et al, 2023)⁽²⁸⁾، حيث ركزت على تقييم تأثير جائحة COVID-19، على استخدام وسائل التواصل الاجتماعي وعلى الوعي البيئي والوعي بالاستهلاك المستدام.

ثانياً: الأطر النظرية والمنهجية المستخدمة بالدراسات السابقة:

تشمل الجوانب النظرية والمنهجية ومجالات التطبيق العملي بالدراسات التي قدمها الباحثون، ويمكن عرضها في البنود الآتية:

1) الأطر النظرية المستخدمة بالدراسات السابقة:

- لاحظت الباحثة –من خلال رصد ما تم التوصل إليه من دراسات سابقة-أن كثير من الباحثين لم يهتموا باستخدام النظريات العلمية في دراساتهم، وخصوصاً في الدراسات الأجنبية تقتصر إلى الأطر النظرية حيث تركز على تحديد الجوانب المنهجية للدراسة وأغلبها يتجه نحو توفير المفاهيم الإجرائية.
- الدراسات التي اعتمدت على الأطر النظرية في مجالاتها التطبيقية قد استخدمت النماذج العلمية والتطبيقية، فقد اعتمدت بعض الدراسات على الدمج بين أكثر من نظرية، وهي دراسة (وداد أحمد، 2023)، حيث دمجت بين "نظرية المسؤولية الاجتماعية"، والتي تم توظيفها في وسائل الإعلام المتخصصة لنشر الوعي بقضايا التنمية، إلى جانب "نظرية الثراء المعلوماتي للوسيلة الإعلامية"، حيث تركز هذه النظرية على ما تقدمه الوسيلة الإعلامية من معارف ومعلومات، وكذلك "النظرية التنموية" التي تم توظيفها للتركيز على القضايا التنموية.
- وانفردت دراسة (Wei et al,2024)، في إطارها النظري على "نظريات إدارة الانطباعات والتوقعات" **Impression and expectation management theories**، حيث تشير نظرية إدارة التوقعات إلى تصرفات الأشخاص وجهودهم لتحقيق أهداف محددة، وتم توظيفها في الدراسة للتعرف على وعي المستهلكين بالاستهلاك الأخضر وتأثير وسائل الإعلام على ذلك.
- وجاءت دراسة (Daoud et al,2024)، في إطارها النظري بالاعتماد على منظور **Bendy** النظري لنظرية النشاط، حيث تم توظيفها في الدراسة كإطار سلوكي في الوعي البيئي عبر استراتيجيات التسويق الرقمي.
- في حين استخدمت دراسة (Ambe et al,2024)، في إطارها النظري نظرية "التعلم البنائية" **Constructivist Learning Theory**، حيث تم توظيفها في الدراسة للتعرف على تقنيات التعلم الإلكتروني المستخدم في تدريس برامج التوعية البيئية بمؤسسات التعليم العالي.
- اعتمدت دراسة (هاجر حبيش، 2023)، على "نظرية ثراء الوسيلة الإعلامية"، وتركز هذه النظرية بشكل أكبر على الأشكال التفاعلية للاتصال في اتجاهين بين القائم، كما تقترض أن الوسيلة التكنولوجية تمتلك قدراً كبيراً من المعلومات.

- وانفردت دراسة واحدة بالاعتماد على "نظرية الغرس الثقافي"، حيث تركز على أثر تعرض الأفراد مع وسائل الإعلام، كما جاء في دراسة (لمياء أبو عيانه، 2023).
- واعتمدت دراسة (Alam et al, 2023)، في إطارها النظري على "نظرية السلوك المخطط" (TPB)، والتي تم استخدامها لفحص السلوك البشري والتنبؤ بالموافق المختلفة للنوايا السلوكية.
- دمجت دراسة (هدي الدسوقي، 2022)، بين أكثر من نموذج وهما "نموذج الموقفى لاستراتيجيات الاتصال"، الذي وضعه رولر، إلى جانب "نموذج المزيج التسويقي الاجتماعي"، والذي تم توظيفه في الدراسة لتحليل عناصر المزيج التسويقي الاجتماعي المقدم من جانب المؤسسات الحكومية في تسويقها للمبادرات الوطنية عبر شبكات التواصل الاجتماعي.
- استخدمت بعض الدراسات في إطارها النظري "نظرية الاتصال الحوارى" "Dialogic Communication Theory"، التي وضعها كل من Kent & Taylor، وتم توظيفها في الدراسة للتعرف على كيفية تأثير الاتصال الإلكتروني في التعريف بالمبادرات الرسمية التي أطلقتها المؤسسات الحكومية، كما جاء في دراسة (محمد مساوي، 2023)، ودراسة (نهى التلاوي، 2022).
- واعتمدت بعض الدراسات في إطارها النظري على "نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام"، التي تركز على أنه كلما زاد دور وسائل الإعلام في إشباع احتياجات الأفراد، زاد ذلك من أهمية وسائل الإعلام، كما جاء في دراسة (مها حسن، 2023)، ودراسة (آمال ناصف، 2023)، ودراسة (انتصار زايد، 2023)، ودراسة (حسين أبو عمر، 2023)، ودراسة (باسم محمد، 2024).
- استخدمت دراسة (رجاء الغمراوي وغادة عبد الحميد، 2022)، في إطارها النظري "نظرية انتشار المبتكرات"، التي وضعها روجرز، وتم توظيف هذه النظرية في الدراسة لقياس مدى تبني المبتكرون لصور المدن الجديدة الذكية وقابليتهم للانتقال إليها.
- بينما استخدمت دراسة (Verma & Grover, 2022)، نظرية التفاعل مع "وسائل التواصل الاجتماعي" "Social media engagement"، حيث تركز على فهم طرق تعزيز مشاركة المستهلكين على منصات التواصل الاجتماعي.
- واعتمدت دراسة (محمود السيد، 2023)، على نظرية "الوظيفية الجديدة"، والتي تقدم وصفاً للعلاقات المتبادلة، كما تعتمد على فكرة التوازن بصفتها نقطة مرجعية وليس بصفتها شيئاً موجوداً في الواقع.
- اعتمدت بعض الدراسات في إطارها النظري على "نظرية الأطر الإعلامية" "Framing Theory"، وتركز هذه النظرية على تفسير المحتوى الإعلامي المقدم للجمهور، كما تفترض أن وسائل الإعلام تقدم الأخبار للجمهور من خلال التركيز على جوانب معينة، كما جاء في دراسة (سالي جاد، 2023)، ودراسة (سماح المحمدي، 2023).

2) الأطر المنهجية المستخدمة بالدراسات السابقة:

- أشار الرصد البحثي إلى أن الدراسات التي تم عرضها من إسهامات الباحثين هي دراسات وصفية، مستخدمة المنهج المسحي أو أسلوب دراسة الحالة، إلا أن أغلب تلك الدراسات جاءت ميدانية، واعتمدت دراسة واحدة على المنهج شبه التجريبي وهي دراسة (نهى التلاوي، 2022).
- تنوعت الأدوات البحثية في حين استخدمت أغلب الدراسات الاستبيان، حيث طبق الاستبيان على عينة من الجمهور العام (الشباب الجامعي أو المسؤولين أو المستهلكين)، ومنها دراسة (Cao&Jian,2024)، ودراسة (Wei et al,2024)، ودراسة (Daoud et al,2024)، ودراسة (Ambe et al,2024)، ودراسة (هاجر حبيش، 2023)، ودراسة (مها حسن، 2023)، ودراسة (آمال ناصف، 2023)، ودراسة (انتصار زايد، 2023)، ودراسة (باسم محمد، 2024)، ودراسة (Agrawal et al,2023)، ودراسة (محمد مساوي، 2023)، ودراسة (Zhang& Gong, 2023)، ودراسة (Severo et al,2023)، ودراسة (Alam et al,2023)، ودراسة (لمياء أبو عيانه، 2023).
- كما دمجت بعض الدراسات بين الأدوات البحثية الكمية والكيفية؛ كأداة المقابلة المتعمقة والاستبيان في دراسة واحدة كما جاء في دراسة (نهى التلاوي، 2022)، أما دراسة (هدى الدسوقي، 2022)، دمجت بين تحليل المضمون وأداة الاستبيان، في حين دمجت دراسة (رجاء الغمراوي وغادة عبد الحميد، 2022)، بين أداة الاستبيان وتم تطبيقها على الجمهور العام، إلى جانب مجموعات النقاش المركزة والتي تم تطبيقها بأسلوب المقابلات المتعمقة والمقابلات شبه المقننة، ودمجت دراسة واحدة بين دليل المقابلة وتم تطبيقه على المسؤولين، إلى جانب أداة تحليل الوثائق، وهي دراسة (محمود السيد، 2023)، أما دراسة (Verma&Grover,2022)، اعتمدت على دليل المقابلة المتعمقة لمديري المدارس الخضراء.
- اهتمت بعض الدراسات باستخدام أداة تحليل المضمون، حيث طبقت على المواقع الإلكترونية، وهي دراسة (وداد أحمد، 2023)، ودراسة (حسين أبو عمر، 2023)، ودراسة (سالي جاد، 2023)، ودراسة (سماح المحمدي، 2023)، أما دراسة (Borsatto et al,2024)، فقد ركزت على التحليل الوثائقي باستخدام بيانات حول أكثر من 15000 مشروع توعية مجتمعية.

ثالثاً: عرض لأهم النتائج بالدراسات السابقة بما يفيد الدراسة الراهنة:

تنوعت واختلفت نتائج الدراسات السابقة مع اختلاف نوعية المؤسسات والدول ومجالات التطبيق، ويمكن عرض أهم النتائج في العناصر الآتية:

- خلصت الدراسات التي ركزت على دور المنصات الرقمية في تحقيق أهداف التنمية المستدامة، إلى أن المواقع الصحفية اهتمت بتناول قضايا الاستدامة البيئية عبر صفحاتها الإلكترونية، كما ركزت المواقع على عرض جهود الدولة ومجهوداتها في معالجة قضايا التنمية المستدامة بكل أبعادها، كما جاء في دراسة (وداد أحمد، 2023)، وكذلك دراسة (عايض القحطاني، 2023)، حيث توصلت إلى أن للتحول الرقمي دور كبير في تحقيق

- التنمية المستدامة، وفي نفس الاتجاه توصلت دراسة (هاجر حبيش، 2023)، إلى وجود علاقة ارتباطية بين أنماط استخدام صحافة البيانات عبر الصفحات الإخبارية للسوشيال ميديا في عرض ومعالجة قضايا التنمية المستدامة واتجاهات الشباب نحو هذه القضايا، وفي نفس الاتجاه جاءت دراسة (محمود السيد، 2023)، حيث توصلت إلى توظيف الجمعيات الأهلية ومنظمات المجتمع المدني لوسائل الإعلام المختلفة في صنع المحتوى التنموي، وكذلك دراسة (أمال ناصف، 2023)، توصلت إلى وجود علاقة بين كثافة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في متابعة قضايا التنمية المستدامة والاتجاه نحوها، في حين توصلت دراسة (مها حسن، 2023)، إلى أن أهم موضوعات التنمية المستدامة التي ركزت عليها المواقع الإخبارية هي الموضوعات الاقتصادية، يليها الموضوعات الاجتماعية، بينما توصلت دراسة (انتصار زايد، 2023)، إلى أن البعد الاقتصادي جاء كأحد أبعاد التنمية المستدامة الأكثر متابعة بين الشباب من خلال المواقع الإخبارية المصرية، في حين توصلت دراسة (سالي جاد، 2023)، فيما يتعلق بأبعاد القضايا المناخ التي ركزت عليها المواقع خلال مؤتمر Cop27، جاءت الأبعاد البيئية في المقدمة، ويليهما البعد التنموي، ثم البعد الاقتصادي، والبعد الاجتماعي،
- كما انفردت دراسة (Jie&Jiahui, 2023)، عن الاستدامة والتكنولوجيا الخضراء، حيث توصلت إلى أن اهتمام وسائل الإعلام يشجع على ابتكار التكنولوجيا الخضراء ويعزز التنمية المستدامة للمؤسسات.
 - أما الدراسة التي ركزت على وسائل الإعلام والمدن المستدامة، توصلت إلى إمكانية استخدام كل من صفحات مواقع التواصل الاجتماعي والصحف الإلكترونية والمنصات الرقمية كاليوتيوب كأداة للتوعية بالمدن الذكية المستدامة، كما جاء في دراسة (رجاء الغمراوي وغادة عبد الحميد، 2022)،
 - في حين توصلت الدراسات التي اهتمت بدور وسائل الإعلام في التوعية بالمبادرات الحكومية والاستدامة، منها دراسة (سماح المحمدي، 2023)، التي توصلت إلى اهتمام الصحف الإلكترونية في تغطية المبادرة الرئاسية حياة كريمة، ويتفق ذلك مع دراسة (باسم محمد، 2024)، حيث توصلت إلى أن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة رئيسية للحصول على أخبار حول مبادرة حياة كريمة، في حين توصلت دراسة (هدى الدسوقي، 2022)، أنه يوجد علاقة إحصائية بين كثافة التعرض للصفحات الرسمية للمبادرات الوطنية وبين مستوى الثقة في المؤسسات الحكومية.
 - في حين توصلت الدراسة التي اهتمت بالعلاقات العامة الرقمية والمبادرات الحكومية، إلى وجود علاقة ارتباطية بين المبادرات الرسمية التي تقدمها المؤسسات الحكومية وبين مدى الرضا عن الخدمات الحكومية المقدمة عبر الوسائل الرقمية، كما جاء في دراسة (محمد مساوي، 2023)، أما دراسة (نهى التلاوي، 2022)، توصلت إلى وجود علاقة ارتباطية بين فعالية الاتصالات التسويقية الرقمية للمبادرات الرسمية وتعزيز ثقة الشباب في أداء الحكومة المصرية، كما انفردت دراسة واحدة عن تأثير المبادرات الحكومية للاستدامة البيئية، وهي دراسة (Agrawal et al, 2023)، حيث توصلت الدراسة إلى أن المنصة الاجتماعية تؤثر على الممارسات الخضراء للمستهلكين، بينما لم تؤثر المبادرات الحكومية للاستدامة البيئية على تلك الممارسات، ولذا يجب أن تهتم الحكومات والشركات في

الترويج لمنتجاتهم الخضراء بزيادة التركيز على المبادرات الخضراء، أما دراسة (Verma&Grover,2022)، توصلت إلي أن المدارس الخضراء تقوم بالفعل بالكثير من أنشطة الاستدامة داخل الحرم الجامعي، ولكنها لا تهتم بالترويج لهذه الأنشطة على وسائل التواصل الاجتماعي، ولذا يجب التركيز علي استخدام منصات التواصل الاجتماعي لتعزيز مشاركة المجتمع بممارسات الاستدامة.

■ وخلصت الدراسات التي ركزت على تأثير وسائل الإعلام على نشر الوعي البيئي الأخضر، إلى أن استخدام الانترنت يرتبط بشكل كبير بزيادة وعي الجماهير بالاستدامة البيئية، كما جاء في دراسة (Zhang&Gong,2023)، وفي نفس الاتجاه جاءت دراسة (Wei et al,2024)، حيث توصلت إلى أن الإقناع الإعلامي باستخدام وسائل الإعلام يمكن أن يزيد من سلوك الاستهلاك الأخضر لدي المستهلكين، وفي نفس الاتجاه جاءت دراسة (Alam et al,2023)، حيث توصلت إلي تأثير وسائل التواصل الاجتماعي علي نية الشراء الأخضر، وتوصلت دراسة (Zhao et al,2024)، إلي أن ثقة المستهلكين في المؤثرين علي وسائل التواصل الاجتماعي تؤثر بشكل كبير في رغبة المستهلك في تبني التأييد البيئي الأخضر، أما دراسة (Daoud et al,2024)، توصلت إلي دور المنصات الرقمية وأهميتها في تشكيل وعي الأفراد ومواقفهم تجاه الاهتمامات البيئية، إلي جانب فاعلية استخدام التسويق الرقمي في تعزيز الوعي البيئي بين الجماهير، وكذلك دراسة (لمياء أبو عيانه، 2023)، توصلت إلي دور الإعلام الرقمي في تعزيز التوعية بالآزمات البيئية والتغيرات المناخية.

■ وانفرت دراسة واحدة عن تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي خلال جائحة كورونا، وهي دراسة (Severo et al,2023)، حيث توصلت إلى أن جائحة COVID-19 قد أثرت بشكل كبير علي زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي فيما يتعلق بالوعي البيئي والاستهلاك المستدام، أما دراسة (Cao&Jian,2024)، التي اهتمت بالذكاء الاصطناعي والوعي البيئي، توصلت إلى أن استخدام الذكاء الاصطناعي والواقع الافتراضي يمكن أن يزيد من الوعي البيئي ويعزز الإجراءات نحو الاستدامة، في حين توصلت دراسة (Borsatto et al,2024)، التي ركزت علي الذكاء الاصطناعي والتوعية المجتمعية بأهداف التنمية المستدامة بمؤسسات التعليم العالي، إلي أنه من أهداف التنمية المستدامة في إجراءات التوعية المجتمعية تمثلت في الهدف السابع عشر وهو الشراكات ووسائل التنفيذ، بجانب الهدف الرابع وهو التعليم الجيد، والهدف الثاني عشر وهو الاستهلاك والإنتاج المستدام، بالإضافة إلي الهدف اللائق والنمو الاقتصادي، وترجع أهمية هذه النتائج حيث أن التواصل المجتمعي يهدف إلي إقامة علاقة حوارية بين المجتمع والجامعة، أما دراسة (Ambe et al,2024)، توصلت إلي أنه تم استخدام تقنيات التعلم الإلكتروني في طرق تدريس التربية البيئية بمؤسسات التعليم العالي.

■ رابعاً: خلاصة الرصد العام على الدراسات السابقة وأوجه استفادة الباحثة:
 ■ من خلال رصد ما قدمته الباحثة من نماذج للدراسات السابقة المرتبطة بموضوع وهدف الدراسة الراهنة، يمكن رصد عدة جوانب بإفادة من تلك الدراسات في الآتي:
 ■ من حيث الموضوع:

✓ اتفقت الدراسات على أهمية المنصات الرقمية في معالجة قضايا التنمية المستدامة.

- ✓ أهمية وسائل الإعلام في التوعية بالمبادرات الحكومية عبر المواقع الإلكترونية.
- ✓ أهمية مواقع التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بالقضايا البيئية.
- استفادت الباحثة من الدراسات السابقة في الآتي:
 - ❖ ساعد الرصد البحثي في التعرف على أهم الدراسات التي تناولت فاعلية توظيف المنصات الرقمية في نشر الوعي المجتمعي البيئي، وتحديد وبلورة المشكلة ووضع تساؤلات الدراسة.
 - ❖ استطاعت الباحثة أن تبرهن على أهمية المنصات الرقمية الحكومية في نشر الوعي بالمبادرات الحكومية، مع محاولة تقديم الإضافات العلمية للوصول إلى نتائج أكثر دقة.
 - ❖ أفادت الباحثة في التعرف على المنهج المناسب لموضوع توظيف المنصات الرقمية الحكومية في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية، وزودتها بالأفكار التي تساعدها في الدراسة، كما تفيد في التعرف على إيجابيات وسلبيات المنهج المستخدم في الدراسة.
 - ❖ تمكنت الباحثة من خلال اطلاعها على الدراسات السابقة على التعرف على ما توصلت له البحوث فيما يتعلق بمجال المنصات الرقمية الحكومية والمبادرات الخضراء والتنمية المستدامة، وعلى النقطة التي يبدأ بحثها من خلالها، إلى جانب تقديم الخلفيات النظرية ذات الصلة بموضوع الدراسة.

الإطار النظري للدراسة

تعتمد الدراسة في إطارها النظري على نظرية الاتصال الحواري نظراً لأنها الأنسب لموضوع الدراسة وهو رصد وتحليل فاعلية توظيف المنصات الرقمية الحكومية في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية وذلك بالتطبيق على المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.

اقترح كل من Kent & Taylor عام (1998) نظرية الاتصال الحواري، حيث تهدف لتوجيه المؤسسات لاستخدام الإمكانيات الحوارية لمواقع الويب بشكل فعال وتسهيل العلاقات الإيجابية مع المواطنين، وقام كل من Kent, White, Taylor عام (2001) بتطوير مقاييس تفصيلية للقياس وطبقوها لتقييم التواصل الحواري للمواقع⁽²⁹⁾، فالحوار هو نظرية معيارية وإيجابية حيث يوفر رؤية مثالية في العلاقات بين المنظمة والجمهور وكذلك تستخدم في هيكلة النتائج الحوارية التمكينية⁽³⁰⁾، كما تم تطبيق مبادئ الاتصال الحواري في الأصل على مواقع الويب، ثم تم تطبيقها على المدونات والشبكات الاجتماعية⁽³¹⁾، وأصبحت المنصات الاجتماعية فعالة بشكل متزايد في التعرف على قضايا الاستدامة⁽³²⁾.

كما جادل كل من كينت وتابلور بأن العلاقات الحوارية تبني عبر الإنترنت كما أشاروا إلى أن العلاقات بين الجمهور والمنظمة يمكن إنشاؤها وتكييفها وتغييرها من خلال شبكة الإنترنت العالمية، ولذا تحتاج المنظمات إلى فهم كيفية عمل وسائل التواصل الاجتماعي في المقام الأول من خلال إنشاء علاقات حوارية والحفاظ عليها، وقد اقترح تايلور وكينت

خمسة مبادئ للإنترنت الحوارية لتوجيه العلماء والممارسين لتفعيل الحوار من خلال شبكة الإنترنت العالمية ومن هذه المبادئ؛

- 1) إنشاء حلقة حوارية تفاعلية للحصول على التعليقات والإجابة على الأسئلة من الجمهور
- 2) تقديم معلومات مفيدة وذات صلة تهم الجمهور
- 3) تشجيع الزوار على العودة للموقع من خلال توفير موقع جذاب وديناميكي.
- 4) الحفاظ على الزوار
- 5) تصميم واجهة سهلة الاستخدام.⁽³³⁾

ووفقاً لتايلور وكينت يمكن إنشاء علاقات بين الجمهور والمنظمة من خلال المبادئ الخمس التي تضمن التكامل الناجح للعلاقات الحوارية؛⁽³⁴⁾

1. مبدأ إنشاء حلقة حوارية تفاعلية؛ وتعد الحلقة التفاعلية هي نقطة البداية بين المنظمة والجمهور ويتحقق هذا المبدأ من خلال حلقة الحوار، كما يمكن للجمهور استجواب المنظمة، ولذا يجب التركيز على الإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي يطرحها الجمهور.
2. تقديم معلومات مفيدة للجمهور؛ يعتمد الجمهور على الموقع وذلك بغرض الحصول على معلومات مفيدة وموثوقة، كما يمكن للمنظمة تحسين علاقتها مع الجمهور من خلال إتاحة الوصول للمعلومات المفيدة.
3. تشجيع الزوار على العودة للموقع؛ تحتاج المواقع إلى بعض المميزات الجذابة مثل الاحتواء على معلومات محدثة، ومشاركة مكان التعليقات الجديدة، وتغيير المواضيع، وأقسام نموذجية للأسئلة والأجوبة لضمان إعادة الزيارة للجمهور، بالإضافة إلى عدد من المميزات مثل الأسئلة المتداولة أو المعلومات سهلة التنزيل، وكذلك المعلومات الفنية أو الخاصة التي يمكن طلبها عن طريق البريد الإلكتروني.
4. الحفاظ على الزوار؛ يجب التأكد من عدم مغادرة الزوار للصفحة، يجب على مصممي الويب وضع إعلانات دعائية أو إعلانات خاصة في أسفل الصفحات أو خلف روابط أخرى محددة بشكل واضح بحيث لا يشتت انتباه الزائر.
5. تصميم واجهة سهلة الاستخدام؛ يجب أن تكون المعلومات منظمة تنظيمياً جيداً، إلى جانب أن يكون محتوى الموقع نصياً حيث يتم تحميله بشكل أسرع، وألا يواجه الزوار صعوبات في اكتشاف المعلومات التي يحتوي عليها الموقع وكذلك تواجد الروابط الانتقالية.

ولذا فيمكن للباحثة أن تستخلص عدد من القضايا التي توجه الدراسة الحالية، وسيتم في ضوء مبادئ الاتصال الحوارية وضع مجموعة من المؤشرات التي تقيس مدى توظيف المنصات الرقمية الحكومية للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية ودورها في نشر الوعي بالمبادرة ومنها:

- مبدأ إنشاء حلقة تفاعلية حوارية؛ ويتحقق ذلك المبدأ من خلال مجموعة من المؤشرات منها (توفير روابط لتلقي استفسارات الجمهور، الرد على الأسئلة

- والاستفسارات، توفير مساحة نقاشية ليعبر الجمهور عن وجهه نظره، مشاركة المنشورات أو متابعة الصفحة أو دعوة الأصدقاء).
- مبدأ تقديم معلومات مفيدة للجمهور؛ ويتحقق من خلال مجموعة من المؤشرات منها (نشر المعلومات الخاصة بهوية أعضاء الصفحة، توافر معلومات عن المبادرة، معلومات عن المنسقين أو المسؤولين عن المبادرة والجلسات التي تنظمها المبادرة خلال COP28، الاستعانة بالشخصيات المؤثرة علي السوشيال ميديا للترويج للمبادرة، توضيح كيفية التسجيل بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، مدي تنوع الوسائط المتعددة والمحتوي السمعي والبصري في الترويج للمبادرة، تنوع اللغات المستخدمة للترويج للمبادرة، سلامة اللغة وبساطتها، سهولة التواصل مع الجماهير، المصداقية والشفافية والعلامة الزرقاء، توافر لوجو المبادرة والشعار).
 - مبدأ تشجيع الزوار على العودة؛ ويتحقق من خلال مجموعة من المؤشرات منها (التحديث المستمر للمعلومات الخاصة بالمبادرة، الإجابة عن الأسئلة الشائعة والمتكررة، توثيق المبادرة خلال مؤتمر COP28).
 - مبدأ الحفاظ على الزوار؛ ويتحقق هذا المبدأ من خلال مجموعة من المؤشرات منها (استخدام تقنية البث المباشر، التسجيل الإلكتروني للمشاركة في الدورات التدريبية، مقاطع الفيديو القصيرة الخاصة بالمبادرة، سرعة الرد على تعليقات الجماهير والتفاعل معه بطريقة رسمية).
 - مبدأ تصميم واجهة سهلة الاستخدام؛ ويتحقق هذا المبدأ من خلال مجموعة من المؤشرات ومنها (التبويب الجيد لصفحة الفيس بوك والموقع الإلكتروني الخاص بالمبادرة، الروابط الانتقالية الخاصة بالمبادرة، التواصل مع ذوي الإعاقة من ضعاف البصر أو المكفوفين " ذوي الهمم"، سهولة الوصول للمنصات الرقمية الخاصة بالمبادرة، التوظيف الجيد للصور والرسومات، سهولة التصفح، سهولة التحميل، توافر محرك للبحث، وجود الهاشتاج).

مشكلة الدراسة:

في ضوء رؤية مصر 2030، أطلقت الدولة الاستراتيجية الوطنية للتحول الرقمي، حيث تسعى الدولة المصرية بخطة ثابتة ومتسارعة لتطبيق منظومة التحول الرقمي من خلال بناء مجتمع معرفي "رقمي مستدام"، وتهدف عملية التحول الرقمي في مصر إلى دعم عملية التنمية المستدامة، ولذا تسعى الدولة المصرية إلى تعزيز البنية التحتية لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات، وتحسين الخدمات الرقمية في الجهات والهيئات الحكومية، ورفع جودة الخدمات وكفاءتها، إلى جانب توفير الدعم لمتخذي القرار وإيجاد حلول للقضايا التي تهم المجتمع.

وفي ضوء تنفيذ أهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر 2030، وكذلك الأهداف الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ 2050، تم "إطلاق المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية"، كمبادرة رائدة في مجال التنمية المستدامة والتعامل مع البعد البيئي وآثار

التغير المناخي وتؤكد هذه المبادرة على جدية الدولة المصرية في التعامل مع البعد البيئي والتحول الرقمي في إطار جهودها لتحقيق أهداف التنمية المستدامة وذلك من خلال وضع خريطة على مستوى المحافظات للمشروعات الخضراء الذكية وربطها بجهات التمويل وجذب الاستثمارات اللازمة لها.

ومن ثم تتحدد المشكلة البحثية في رصد وتحليل فاعلية توظيف المنصات الرقمية الحكومية في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية وذلك بالتطبيق على المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، إلي جانب رصد واقع وتحليل مضامين المنصات الرقمية الحكومية ودورها في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية استناداً على المبادئ الخمس لنظرية الاتصال الحواري، والتعرف على الأهداف التي ركزت الحكومة على تحقيقها في المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر منصاتها الرقمية الرسمية، وكذلك معرفة الجهات الحكومية المشاركة في المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، ورصد الوسائط المتنوعة التي استخدمتها المنصات الرسمية الحكومية للتوعية بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.

أهمية الدراسة:

- تعزيز فرص التكنولوجيات الرقمية في تحفيز التحولات المستدامة، بالإضافة إلى تسليط الضوء على المبادرات الاستدامة الخضراء عبر المنصات الرقمية التي تخدم الأهداف البيئية.
- قد تدفع الوزارات والمؤسسات الحكومية إلي زيادة استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لزيادة الوعي بالقضايا البيئية وخصوصاً أزمة التغير المناخي.
- تعد إضافة جديدة كما توفر رؤى للباحثين والممارسين في مجال الرقمنة والاستدامة الخضراء الذكية والمبادرات الحكومية.
- قد تدفع الحكومات لتسخير التحول الرقمي لتحقيق أهداف الاستدامة البيئية من خلال التوعية بالمبادرات الخضراء عبر منصاتها الرسمية الحكومية.
- تسليط الضوء على أهمية نشر الوعي البيئي بالمبادرات الخضراء لتحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- قد تدفع الباحثين للتوجه نحو دمج مجال الاستدامة الخضراء الذكية مع المنصات الرقمية الحكومية في أبحاثهم المستقبلية.

أهداف الدراسة

تسعي الدراسة إلى محاولة رصد دور المنصات الرقمية الحكومية في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية، وذلك بالتطبيق على المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.

وينبثق من الهدف الرئيس عدة أهداف إجرائية أخرى تتمثل في: -

1. رصد واقع وتحليل مضامين المنصات الرقمية الحكومية ودورها في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية استناداً على المبادئ الخمس لنظرية الاتصال الحواري.

2. التعرف على الأهداف التي ركزت الحكومة على تحقيقها في المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر منصاتها الرقمية الرسمية.
3. التعرف على الجهات الحكومية المشاركة في المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.
4. رصد الوسائط المتنوعة التي استخدمتها المنصات الرسمية الحكومية للتوعية بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.
5. تسليط الضوء على الجلسات التي نظمتها المبادرة خلال مؤتمر COP28.
6. معرفة مدى تنوع الوسائل الاتصالية الرقمية والإعلامية في التوعية الجماهير بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر المنصات الرقمية الرسمية.
7. التعرف على الإصدارات والمطبوعات والمنشورات والتقارير الرسمية التي تتعلق بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر المنصات الرقمية.
8. رصد المكتسبات التي حققتها المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.

تساؤلات الدراسة

1. ما مدى توظيف المنصات الرقمية الحكومية في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية استناداً على المبادئ الخمس لنظرية الاتصال الحواري؟
2. ما الأهداف التي ركزت الحكومة على تحقيقها في المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر منصاتها الرقمية الرسمية؟
3. ما المكتسبات التي حققتها المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية؟
4. ما مدى تنوع الوسائل الاتصالية الرقمية والإعلامية في توعية الجماهير بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر المنصات الرقمية الرسمية؟
5. ما الجلسات التي نظمتها المبادرة الوطنية خلال مؤتمر COP28؟
6. ما هي الجهات الحكومية المشاركة في المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية؟
7. ما الإصدارات والمطبوعات والمنشورات والتقارير الرسمية التي تتعلق بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر المنصات الرقمية؟
8. ما الوسائط المتنوعة التي استخدمتها المنصات الرسمية الحكومية للتوعية بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية؟

الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً: نوع الدراسة: -تتنتمي هذه الدراسة إلى نوعية الدراسات الوصفية التي تعني بدراسة وقائع الأحداث والظواهر والآراء وتحليلها وتفسيرها بهدف الوصول إلى استنتاجات معينة، حيث تسعى إلى رصد وتحليل وتوصيف الدور الذي تقوم به المنصات الرقمية الحكومية في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية، وذلك بالتطبيق على المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.

ثانياً: منهج الدراسة: تعتمد الدراسة على منهجية دراسة الحالة، حيث تستهدف التعرف على أبرز الجهود الاتصالية التي تقوم بها الحكومات في الترويج للمبادرات الخضراء عبر

المنصات الرقمية الحكومية، وذلك من خلال التحليل الكيفي للوسائط المتعددة التي ركزت على المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر المنصات الرقمية الحكومية.

ثالثاً: مجتمع الدراسة: يتحدد مجتمع الدراسة في المنصات الرقمية الحكومية التي اهتمت بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية.

رابعاً: عينة الدراسة: تتمثل عينة الدراسة في المنصات الرقمية الحكومية الخاصة بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، والتي تتمثل في الصفحة الرسمية على الفيس بوك الخاصة بالمبادرة، وكذلك الموقع الإلكتروني الرسمي للمبادرة.

خامساً: مفاهيم الدراسة النظرية والإجرائية

المفهوم الإجرائي	المفهوم النظري	
تُعرف الباحثة المنصات الرقمية في الدراسة الراهنة؛ بأنها كافة التقنيات والوسائط الرقمية سواء الفيسبوك، أو الإنستغرام، أو تويتر، أو الموقع الإلكتروني، أو غيرها، والتي تستعين بها الحكومة في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية، وخصوصاً المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.	تُعرف المنصات الرقمية بأنها؛ الأنظمة التكنولوجية التي تسهل مشاركة المواطنين عبر الإنترنت كجزء من عملية الإبداع المشترك، كما تعرف بأنها أنظمة اجتماعية تقنية تجمع بين البيانات والخدمات والتقنيات والأشخاص معاً لاتخاذ إجراءات لتغيير المصالح المجتمعية. ⁽³⁵⁾	المنصات الرقمية الحكومية
تعرف الباحثة الوعي في الدراسة الراهنة بأنه؛ مدي الشعور بالاهتمام تجاه القضايا البيئية التي تؤثر على سلوك الجماهير في التعامل مع المبادرات والمشروعات الخضراء التي تدشنها الحكومة وتستهدف بها تحقيق الاستدامة البيئية.	يُعرف الوعي بقضايا الاستدامة هو فهم هشاشة البيئة وأهمية حمايتها، إلي جانب التركيز علي التفكير من حيث الوعي البيئي، كما يرتبط نمو وتطور الوعي بمدي فهم وإدراك تجاه البيئة ومشاكلها، بما يشمل التفاعلات البشرية وتأثيراتها. ⁽³⁶⁾	الوعي
وتُعرف الباحثة مبادرات الاستدامة بأنها؛ الجهود والفاعليات التي تركز عليها الدولة أو الحكومة من أجل تحقيق الاستدامة البيئية الخضراء، وتستهدف من خلالها وعي الجمهور بالممارسات والمشروعات الخضراء التي تؤثر على البيئة، كالمبادرة الوطنية التي أطلقتها الدولة	تعد مبادرات الاستدامة بمثابة حلول محلية محتلمة لمشاكل الاستدامة ذات الأهمية العالمية مثل التنوع البيولوجي والصحة والتنقل، وغالباً يتم تصميم هذه البرامج وتنفيذها من قبل الجهات الفاعلة المحلية، كما توفر هذه المبادرات طرقاً مختلفة للتفكير والتنظيم وقد تكون في شكل منتجات،	مبادرات الاستدامة

<p>للمشروعات الخضراء الذكية وتستهدف من خلال التعامل مع آثار التغييرات المناخية.</p>	<p>أو مشاريع أو ممارسات أو مناهج أو تقنيات⁽³⁷⁾.</p>	
<p>وتُعرفها الباحثة بأنها؛ الأساليب والتقنيات والاستراتيجيات التي تتبعها الحكومة عبر منصات الرقمية المختلفة بهدف الحفاظ على البيئة وتحقيق أهداف التنمية المستدامة، ومنها مبادرات الاستدامة الخضراء الذكية كالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.</p>	<p>عرفت لجنة برونتلاند التنمية المستدامة بأنها؛ تلبية احتياجاتنا الحالية دون المساس بقدرة الأجيال القادمة على تلبية احتياجاتها الخاصة، وبالتالي فإن الاستدامة تتعلق بتعزيز المساواة بين الأجيال، وتتعلق أيضاً بقدرة المجتمع على الحفاظ على نوعية معينة من المعيشة لجميع الأفراد⁽³⁸⁾، حيث أن علم الاستدامة هو نهج خاص لإنتاج المعرفة يسعى إلى فهم الطابع الأساسي للتفاعل بين الطبيعة والمجتمع، واكتساب رؤى نحو مجتمع أكثر استدامة⁽³⁹⁾.</p>	<p>الاستدامة الخضراء الذكية</p>

خامساً: أدوات جمع البيانات: تنوعت وفق الأهداف كما يأتي:

1) استمارة تحليل المضمون الكيفي: حيث تم تحديد الأهداف البحثية والوحدات التحليلية وفقاً لمتطلبات الدراسة، وقد اشتملت عناصر التحليل المحتوي على ما يلي:

- المطبوعات الصادرة عن المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.
- الوسائط المتعددة الخاصة بالمبادرة عبر منصات الرقمية الحكومية
- محتوى الصفحة الرسمية للمبادرة على الفيس بوك والموقع الإلكتروني.

نتائج الدراسة الكيفية (دراسة حالة "المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية")

في إطار تنفيذ أهداف التنمية المستدامة ورؤية مصر 2030، وكذلك الأهداف الاستراتيجية الوطنية لتغير المناخ 2050، تم "إطلاق المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية"، كمبادرة رائدة في مجال التنمية المستدامة والتعامل مع البعد البيئي وآثار التغير المناخي، كما تعد المبادرة الأولى من نوعها عالمياً من حيث التركيز على التنفيذ والتطبيق على أرض الواقع لمواجهة آثار تغير المناخ، وتم إطلاق المبادرة في شهر أغسطس 2022 بموجب قرار السيد رئيس مجلس الوزراء رقم 2738 لسنة 2022، ويرعاية السيد رئيس الجمهورية عبد الفتاح السيسي، وتؤكد هذه المبادرة على جدية الدولة المصرية في التعامل مع البعد البيئي والتحول الرقمي في إطار جهودها لتحقيق أهداف التنمية المستدامة وذلك من خلال وضع

خريطة علي مستوي المحافظات للمشروعات الخضراء الذكية وربطها بجهات التمويل وجذب الاستثمارات اللازمة لها.

■ رؤية المبادرة

في إطار الجهود الحالية لرئاسة واستضافة مؤتمر الأمم المتحدة المعني بتغير المناخ COP27، جانب الجهود الرامية إلى تحقيق التنمية المستدامة في سياق تنفيذ رؤية مصر 2030 من خلال الحفاظ على البيئة لتحسين نوعية الحياة ومراعاة حقوق الأجيال القادمة وتنفيذ الإستراتيجية الوطنية لتغير المناخ 2050، يتم تنفيذ المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية بمحافظات جمهورية مصر العربية كمبادرة رائدة في مجال التنمية المستدامة والذكية والتعامل مع البعد البيئي وأثار التغيرات المناخية. وذلك من خلال وضع خريطة علي مستوى المحافظات للمشروعات الخضراء الذكية وجذب الاستثمارات اللازمة لها وبمشاركة رئيس اللجنة التنفيذية والمنسق العام للمبادرة، السفير هشام بدر اللجنة الوطنية برئاسة د. محمود محي الدين راند المناخ للرئاسة المصرية.

■ أهداف المبادرة

- تتسق أهداف المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية مع جهود الدولة للتحول الأخضر وتحقيق التنمية الشاملة والمستدامة وتمثل الأهداف في:
1. تقديم مبادرة غير مسبوقة عالمياً تهدف إلى التنفيذ والتطبيق على أرض الواقع.
 2. إدماج كافة أطراف المجتمع لإيجاد حلول لتحديات التغير المناخي والبيئي.
 3. تمكين المرأة في مجال مواجهة تحديات التغير المناخي والتغيرات البيئية.
 4. نشر الوعي المجتمعي حول تحديات التغير المناخي وقدرات التكنولوجيا الحديثة في مواجهتها.
 5. تعظيم استخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات في إطار خطة الدولة للتحول الرقمي.
 6. تمكين جميع محافظات مصر من المشاركة والاستفادة عن طريق الوصول إلى مختلف الفئات مجتمعياً وجغرافياً.
 7. تحقيق أهداف مصر في التعامل مع التغير المناخي وتحديات البيئة من خلال مشروعات فعلية على أرض الواقع.
 8. وضع خريطة علي مستوي المحافظات للمشروعات الخضراء والذكية وربطها بجهات التمويل وجذب الاستثمارات اللازمة لها من الداخل والخارج.
 9. التأكيد على جدية التعامل مع البعد البيئي وتغيرات المناخ في إطار تحقيق أهداف التنمية المستدامة والتحول الرقمي من خلال تقديم مشروعات تخدم هذه الأهداف.

■ الفئات المستهدفة

تقوم المبادرة على إيجاد إطار تنافسي بين كافة محافظات الجمهورية وذلك لضمان تكافؤ الفرص لجميع المشاركين كل في فئته لتقديم مشروعات خضراء ذكية في سياق مسابقة وطنية، وتنقسم هذه المشروعات إلى الفئات الست التالية:

- الفئة الأولى: "فئة المشروعات الكبيرة"
- الفئة الثانية: "فئة المشروعات المتوسطة"
- الفئة الثالثة: فئة المشروعات المحلية الصغيرة"

- الفئة الرابعة: "فئة الشركات الناشئة"
- الفئة الخامسة: "فئة المرأة وتغير المناخ والاستدامة"
- الفئة السادسة: "فئة المبادرات والمشاركات المجتمعية غير الهادفة للربح"

■ معايير تقييم المشروعات الخضراء الذكية

- المعيار الأول "المكون الأخضر": الإدارة المستدامة، إدارة المخلفات وتطبيقات الاقتصاد الدوار، واستخدام الطاقة، والانبعاثات، والتلوث.
- المعيار الثاني "المكون التكنولوجي الذكي": الذكاء الاصطناعي، إنترنت الأشياء، تطبيقات الهاتف المحمول، تطبيقات الثورة الصناعية الرابعة، نظم المعلومات الجغرافية، تطبيقات الويب، الاستشعار عن بعد، معالجة البيانات الضخمة.
- المعيار الثالث "الجدوى الاقتصادية والقابلية للتمويل": الجدوى المالية، التكاليف والفوائد، تكاليف رأس المال والتشغيل، العائد على الاستثمار، البيانات المالية، مخاطر الاستثمار، استراتيجيات التخفيف.
- المعيار الرابع "القابلية للتوسع والتكرار": القابلية للتكرار أو التوسع واستدامة الأثر.
- المعيار الخامس "الأثر التنموي للمشروع": وجود مقياس لأنشطة وخطوات المشروع، بالإضافة إلى مدى استفادة المجتمع بشكل مباشر، والأثر الممتد للمبادرة، النتائج الواقعية والمدعومة بالبيانات.
- المعيار السادس "التمكين وتكافؤ الفرص": نسبة السيدات المشاركات في المشروع، وكيفية استهداف السيدات لتعزيز دورهم في الانتقال للاقتصاد الأخضر، إلى جانب كيفية استهداف احتياجات المرأة، وكيفية بناء القدرات للعاملين والمستفيدين من المشروع.

■ الجهات المشاركة في المبادرة

ركزت الدولة على النهج التشاركي، حيث ضمت فرق العمل المساهمة في المبادرة ما يزيد عن 500 مشارك، سواء علي مستوي اللجنة التنظيمية للمبادرة أو علي مستوي اللجان التنفيذية في مختلف محافظات الجمهورية، أو علي مستوي لجنة التحكيم الوطنية، والمسؤولين علي المستويين المركزي والمحلي، ومن القطاع الخاص والمجتمع المدني واتحادات الصناعات والغرف التجارية وجمعيات المستثمرين، والجمعيات العاملة في مجالات الاستثمار والتمويل، بما في ذلك البورصة والتأمين، والخبراء والمتخصصين، كما شهدت المبادرة تضافر جهود شركاء الوطن من الوزارات والمحافظات والجهات المختلفة المعنية ومن هذه الجهات؛

➤ وزارة البيئة

شاركت وزارة البيئة من خلال اللجنة التنظيمية الوطنية المعنية بالإشراف علي المبادرة، حيث قامت بإعداد معايير التقييم الفني للمشروعات الخضراء الذكية، والمادة العلمية للتدريب، بالإضافة إلي تدريب اللجان التنفيذية بالمحافظات، كما شاركت الوزارة في لجنة التحكيم لتقييم واختيار المشروعات الفائزة علي مستوي الجمهورية،

وتولت وزارة البيئة تدريب ممثلي فروعها الإقليمية بمختلف المحافظات علي معايير المشروعات الخضراء، وذلك للمشاركة في عقد الندوات التعريفية عن المبادرة والمشروعات، بالإضافة إلي تقديم الدعم الفني لمختلف الجهات من المستثمرين والشركات الناشئة والغرف التجارية ومنظمات المجتمع المدني.

➤ وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات

حرصت وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات علي المشاركة الفاعلة في المبادرة الوطنية للمشروعات الذكية وذلك استكمالاً لجهودها في تبني تكنولوجيا المعلومات والاتصالات الصديقة للبيئة، ولتطويع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات لخدمة المجتمع، في إطار "استراتيجية مصر الرقمية"، التي تعد ركيزة التحول الرقمي في مصر، ولتحقيق التنمية المستدامة الذكية بمختلف أبعادها الاقتصادية والاجتماعية والبيئية، ولعل ما يميز المبادرة الوطنية الخضراء الذكية هو أنها تجمع بين الانتشار الجغرافي والشمول الاجتماعي، حيث تمتد إلي جميع المحافظات، ويأتي هنا جهود وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات لبناء القدرات الرقمية ضمن المشروع القومي "حياة كريمة"، وما أثمرته من إعداد قاعدة من سفراء المعرفة الرقمية بالقرى، وهو ما يؤدي لزيادة الوعي لأصحاب المشروعات الصغيرة والمتوسطة ورواد أعمال المشروعات الخضراء والذكية بالمحافظات.

كما قامت الوزارة بإعداد وتصميم محور التدريب الرقمي الذي يستهدف زيادة الوعي بأحدث التقنيات الذكية ونماذج تطبيقاتها محلياً وعالمياً.

➤ وزارة التنمية المحلية

حرصت وزارة التنمية المحلية علي دعم المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية التي نتج عنها آلاف الأفكار والمشروعات التي يمكن أن تمثل خطوة هامة للتحول الأخضر والتنمية المستدامة، كما قدمت الوزارة الدعم للمحافظات في وضع آليات مؤسسية لإدارة المبادرة وتلقي المقترحات والمشروعات وتقييمها، وشاركت الوزارة بفاعلية في لجان التقييم والتحكيم على المستوي المركزي.

➤ المجلس القومي للمرأة

منذ إطلاق المبادرة بذل المجلس القومي للمرأة جهوداً كبيرة، تركزت بصورة أساسية علي التوعية بملف المرأة والبيئة وتغير المناخ، حيث عقد المجلس لقاءات بمقررات فروعها في المحافظات مع مسؤولات المبادرة بالدولة، تلتها لقاءات مع مشرفات المحافظات، لتعريفهن بأهمية دور المرأة في مواجهة تغير المناخ، وبالطرح الدولي لمصر الذي تم عرضه خلال الاجتماع السادس والستين للجنة وضع المرأة، والتي تم عقدها في مارس 2022، وكان موضوعها الرئيس هو "قضية أثر تداعيات تغير المناخ علي المرأة"، كما اهتم المجلس القومي للمرأة في فروعها بجميع المحافظات علي نشر الوعي بملف المرأة والبيئة وتغير المناخ وبالمبادرة وشروطها ومعاييرها لنقلها للسيدات، وتشجيعهن علي المشاركة والتنافس لتقديم مشروعات هامة خاصة بالمرأة، مستوفية للشروط الأساسية لكونها خضراء وذكية.

- من أهم الإصدارات المتعلقة بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر المنصات الرقمية
- **آفاق المناخ-العدد الثاني 2023، الصادر عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار** وقد اشتمل عدد من المقالات لباقة من الوزراء والمسؤولين المصريين فيما يتعلق بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، بالإضافة إلى عرض 18 مشروعاً فائزاً ضمن المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية خلال الدورة الأولى.
- **المكون الأخضر-المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية الصادر عن وزارة البيئة** وقد اشتمل على تعريف التنمية المستدامة، وأهداف التنمية المستدامة الأممية 2015، بالإضافة إلى تعريف الاستدامة البيئية، والمشروعات الخضراء، إلى جانب تسليط الضوء على الأبعاد الاقتصادية والاجتماعية للمشروعات الخضراء، ومعايير تقييم المشروعات، وكذلك كفاءة استخدام الموارد الطبيعية، والطاقة النظيفة، والحد من مصادر التلوث، والإدارة المستدامة للمخلفات، إلى جانب خفض انبعاثات غازات الاحتباس الحراري، والتكيف مع التغيرات المناخية.
- **شرح معيار المكون الذكي-وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات** وقد ركز على دور وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات وإيجابيات المبادرة الأولى، بالإضافة إلى آليات نشر الوعي بالمبادرة، وماهية المشروعات الذكية وأهدافها، وكذلك تسليط الضوء على المجالات الخضراء الذكية للمشروعات، والمعايير الواجب توافرها في المشروعات.
- **شرح معيار التمكين ومشروعات المرأة-المجلس القومي للمرأة** قد تضمن الفئات بالدور الأولي من المبادرة، والرسالة والسياق الاستراتيجي، والفئة المستهدفة، بالإضافة إلى التركيز على تمكين المرأة وتكافؤ الفرص.
- **معايير وآليات تقييم المشروعات- وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية** وقد تضمن الفئات المستهدفة للمشروعات، وشروط وآليات المشاركة، وتخصصات المشروعات المستهدفة، إلى جانب معايير التقييم، وكذلك إرشادات كتابة وتقديم طلبات الترشيح.
- **نتائج الدورة الأولى والثانية للمشروعات الخضراء الذكية**
أعلنت اللجنة التنفيذية للمبادرة بكافة المحافظات برئاسة السادة المحافظين عن 162 مشروعاً تم اختيارها للتصفية النهائية، و انتهت الدورة الأولى من المبادرة باختيار 18 مشروعاً فائزاً علي مستوي المحافظات، وذلك بواقع ثلاثة مشروعات من كل فئة من الفئات الستة، وقد تم الإعلان عن المشروعات الفائزة وتكريم القائمين عليها خلال المؤتمر الوطني للمبادرة، والذي عقد بحضور كل من رئيس مجلس الوزراء والسادة الوزراء المعنيين، وكذلك بحضور ممثلين من مختلف المنظمات المحلية والدولية والمؤسسات المالية في 3 نوفمبر 2022 بالقاهرة، وجاء ذلك قبل أيام قليلة من انطلاق المحفل البيئي الأهم والأكبر وهو مؤتمر الأطراف لاتفاقية الأمم المتحدة الإطارية لتغير المناخ COP27، والذي انعقد في مدينة شرم الشيخ من الفترة 6-18 نوفمبر 2022، أما الدورة الثانية انطلقت في الأول من أبريل 2023، ولمدة خمس أشهر

استجابةً لأصحاب المشروعات حتي يتم استيعاب الأعداد الكبيرة من المتقدمين، وتم تقديم أكثر من 5600 مشروع علي مستوي المحافظات، وتم تأهيل 379 مشروع وذلك نتيجة للتقييم علي مستوي المحافظات من قبل اللجنة التنفيذية، وحصل 60 مشروع علي أعلى تقييم علي المستوي الوطني، ليتم تقييم 18 مشروع فائز من قبل اللجنة الوطنية.

■ ما حققته المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية

نجحت المبادرة في وضع خريطة علي مستوي كل المحافظات للمشروعات الخضراء الذكية وربطها بجهات التمويل وجذب الاستثمارات اللازمة لها، كما أعربت عدة جهات عن دعمها وتمويلها لعدد من المشروعات الفائزة بالمبادرة، ومن ضمن المكتسبات والأهداف الممتدة التي حققتها المبادرة خلال الدورتين:

- (2) نشر الوعي بأهمية مواجهة أخطار التغيرات المناخية وأهمية التكيف معها، إلى جانب اعتماد آليات التحول الرقمي وتكنولوجيا المعلومات.
 - (3) تمكين العديد من القطاعات بالمبادرة كقطاع المرأة والشباب والقطاع الخاص والمجتمع المدني وذوي الهمم.
 - (4) تعظيم العائد من الشراكات مع القطاع الخاص والمجتمع المدني بالإضافة إلى التنسيق مع جميع المحافظات والوزارات والهيئات والجهات الوطنية نحو عمل مناخي أكثر شمولاً، وكذلك تطبيق الحوكمة واللامركزية.
 - (5) تقديم الدعم للمشروعات الفائزة لعرض مشروعاتهم علي المستوي الدولي مما أسهم في توسع المشروعات، وانطلاقها عالمياً، كما حصلت بعض المشروعات علي تكريمات دولية.
 - (6) بناء شراكات ذكية لدعم المشروعات وإيجاد فرص عمل مستدامة والتحول إلى الاقتصاد الأخضر.
 - (7) تحول المبادرة لمنصة متكاملة للعمل المناخي تعتمد علي الإبداع والتميز والابتكار.
 - (8) تعظيم العائد الناتج من الشراكة مع جميع المحافظات لرفع الوعي بشأن التغير المناخي.
 - (9) توفير قاعدة بيانات للمشروعات الخضراء الذكية علي مستوي المحافظات.
 - (10) رسم خريطة للمشروعات الخضراء الذكية علي مستوي المحافظات، والمساهمة في إيجاد حلول مصرية لمشكلات التغير المناخي.
 - (11) تحقيق الشراكة الذكية بين الجهات المحلية والوطنية والدولية، وإيجاد فرص استثمارية وآلية لتمويل المشروعات الفائزة، وتوطين أهداف التنمية المستدامة علي المستوي المحلي.
 - (12) بناء قدرات الكوادر العاملة بالمحافظات، بالإضافة إلى تقديم أكثر من 60 دورة تدريبية لأصحاب المشاريع من أجل إخراج منتج وكيان اقتصادي للانطلاق عالمياً.
- مدي تنوع الوسائل الاتصالية الرقمية والإعلامية في المبادرة
- منصة إلكترونية للمبادرة "الموقع الإلكتروني": تم إنشاؤها خصيصاً للمبادرة وتفعيلها لكافة المحافظات، وفي خلال فترة وجيزة تم منذ تفعيل المبادرة تم تقديم 6281 مشروعاً من كافة المحافظات خلال الدورة الأولى

للمبادرة وأكثر من 5600 مشروع خلال الدورة الثانية، والصفحة الرسمية للمبادرة عبر الفيسبوك: وبها أكثر من 6 آلاف إعجاب، و10 آلاف من المتابعين، والصفحة الرسمية للمبادرة عبر الإنستغرام: وبها 360 من المتابعين، الصفحة الرسمية للمبادرة على لينكدان: بها 2272 من المتابعين.

○ استطلاع رأي أجراه المركز المصري لبحوث الرأي العام: تم إجراء استطلاع رأي لقياس مدى وعي المصريين بقضايا تغير المناخ، والذي تم قبل مؤتمر COP27، في شهري أغسطس وأكتوبر 2022، وقد أوضح أن 69% من المصريين لم يسمعوا عن تعبير "التغير المناخي" من قبل، لذا فبجانب ما تقدمه مبادرة المشروعات الخضراء الذكية من حلول تسهم في توفير فرص العمل، بجانب زيادة الاستثمارات والنمو، فإن إجراء المبادرة بشكل سنوي سيساهم في نشر الوعي لدي المواطنين للتصدي للأثار السلبية لتغير المناخ، حيث تركز المبادرة على تنظيم برامج تدريبية للتعريف بماهية الاستدامة وتغير المناخ والتحول الرقمي وعلاقة ذلك بالمشروعات المنفذة في المحافظات.

✚ وتستعرض الباحثة فيما يلي نتائج العامة للدراسة التحليلية في إطار تطبيق المبادئ الخمسة لنظرية الاتصال الحوارية عبر الإنترنت، حيث قامت الباحثة بتحليل كيفية لمضمون المنصات الرقمية الحكومية ودورها في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية وذلك بالتطبيق على الفيس بوك والموقع الإلكتروني للمبادرة، وجاءت أهم النتائج فيما يلي:

❖ أولاً: قياس مدى توافر مؤشرات تطبيق مبدأ جودة المعلومات:

1. مؤشر نشر المعلومات الخاصة بهوية أعضاء الصفحة

يعرض الفيسبوك نشاطات الصفحة إلي جانب معلومات عن الأشخاص الذين يديرون الصفحة ويقومون بنشر محتوى عليها في قسم "شفافية الصفحة"، فالنسبة للصفحة الرسمية للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية علي الفيس بوك، تم عرض تاريخ إنشاء الصفحة في 24 أغسطس 2022، وموقع البلد الأساسية حيث تدار الصفحة، كما لم يتغير اسم الصفحة منذ إنشائها حتي الآن، وعدد الأشخاص الذين يديرون الصفحة وهم من مصر وعددهم 8 أشخاص، أما تبويب "حول" "about"، لم يتم وضع وصف للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، وقد أغفلت الصفحة ذلك، وتري الباحثة ضرورة وضع وصف للمبادرة من خلال تبويب (حول about).

أما بالنسبة للموقع الإلكتروني فقد اهتم بوصف المبادرة وذكر نبذة تعريفية عنها وظهر ذلك من خلال " وضع فقرة تعريفية للمبادرة وهي "عن المبادرة في إطار الجهود الحالية لرئاسة واستضافة مؤتمر الأمم المتحدة المعني بتغير المناخ COP27، جانب الجهود الرامية إلى تحقيق التنمية المستدامة في سياق تنفيذ رؤية مصر 2030 من خلال الحفاظ على البيئة لتحسين نوعية الحياة ومراعاة حقوق الأجيال القادمة وتنفيذ الإستراتيجية الوطنية لتغير المناخ 2050، يتم تنفيذ المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية بمحافظات جمهورية مصر العربية كمبادرة رائدة في مجال التنمية المستدامة والذكية والتعامل مع البعد البيئي وأثار التغيرات المناخية. وذلك من خلال وضع خريطة على

مستوى المحافظات للمشروعات الخضراء الذكية وجذب الاستثمارات اللازمة لها وبمشاركة رئيس اللجنة التنفيذية والمنسق العام للمبادرة، السفير هشام بدر اللجنة الوطنية برئاسة د. محمود محي الدين رائد المناخ للرئاسة المصرية.



شكل (1) عن " مؤشر نشر المعلومات بصفحة الفيسبوك للمبادرة والموقع الإلكتروني "

2. مؤشر توافر معلومات عن المبادرة

تم تضمينه في صفحة الفيس بوك الرسمية للمبادرة وظهر ذلك من خلال الوسائط المتعددة للمبادرة سواء من خلال الصور، أو الفيديوهات، أو الانفو جرافيك، أو المقالات التي يتم نشرها على الصفحة، أو من خلال "شير" للمعلومات عن المبادرة من صفحة "وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية".

أما الموقع الإلكتروني فقد ظهر ذلك من خلال أيقونة "المركز الإعلامي" الذي يشمل "أخبار" عن المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.



شكل (2) مؤشر عن " مدي توافر معلومات عن المبادرة" بصفحة الفيس بوك والموقع الإلكتروني للمبادرة

3. مؤشر معلومات عن المنسقين أو المسؤولين عن المبادرة والجلسات التي تنظمها

المبادرة خلال مؤتمر COP28

ذكرت الصفحة على الفيسبوك الجلسات التي تنظمها وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية ممثلة في المبادرة الوطنية للمشروعات الذكية في مؤتمر الأطراف لتغير المناخ COP28 بالإمارات والمنعقد خلال الفترة من 30 نوفمبر-12 ديسمبر، وقدمت عدة جلسات منها "مشاركة المرأة في العمل المناخي" وعقدت يوم 4 ديسمبر وبحضور د. هالة السعيد وزيرة التخطيط والتنمية الاقتصادية، و"بناء مستقبل مستدام: دور المشروعات الذكية في تسريع التحول إلى الطاقة المستدامة" وعقدت يوم 5 ديسمبر وبحضور د. محمود محيي الدين رائد المناخ للرئاسة المصرية والسفير هشام بدر مساعد وزيرة التخطيط للشراكات الاستراتيجية والتميز والمنسق العام للمبادرة، وجلسة بعنوان "تسريع العمل متعدد المستويات من أجل التوسع الحضري الذكي المستدام" وعقدت يوم 6 ديسمبر، وبحضور السفير هشام بدر، وجلسة بعنوان "إدراك الشباب في توطين الاستدامة من خلال المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية"، وقدمت يوم 8 ديسمبر، وبحضور د. محمود محيي الدين، م. خالد مصطفى عضو لجنة التحكيم الوطنية للمبادرة، وعدد من الحضور المتميز، بالإضافة إلى جلسة بعنوان "مراكش" وبحضور د. محمود محيي الدين، والسفير هشام بدر، وعدد من الحضور وكذلك مشاركة أصحاب المشروعات الفائزة بالمبادرة، وجلسة بعنوان "تعزيز التكيف المرن لمواجهة تحديات المناخ من خلال المشروعات الخضراء الذكية"، وقدمت يوم 10 ديسمبر وبحضور السفير هشام بدر، م. خالد مصطفى وعدد من الحضور وأصحاب المشروعات الفائزة.

أما بالنسبة للموقع الإلكتروني ظهر هذا المؤشر من خلال أيقونة "اللجان التنظيمية والتنفيذية"، فاللجنة التنظيمية برئاسة المنسق العام للمبادرة السفير هشام بدر، ومجموعة من ممثلي (وزارة التنمية المحلية، وزارة البيئة، وزارة التعاون الدولي، وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وممثل عن المجلس القومي للمرأة، ووزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، وزارة الخارجية، الخبراء والمختصون وممثلو المجتمع المدني، واللجنة التنفيذية برئاسة المحافظ المختص وبالتنسيق مع وزير التنمية المحلية اللواء هشام آمنة، ومجموعة من ممثلي (وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات، وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية، رئيس الفرع الإقليمي لجهاز شئون البيئة بالمحافظة، ممثل عن المجتمع المدني، أحد الخبراء أو المتخصصين، وكذلك أيقونة "لجنة التحكيم" وهي برئاسة رائد المناخ للرئاسة المصرية د. محمود محيي الدين، إلي جانب السفير/ هشام بدر رئيس اللجنة التنظيمية والمنسق العام للمبادرة، د. رشا راغب المدير التنفيذي لأكاديمية الوطنية للتدريب، المهندس/خالد محمد مصطفى الوكيل الدائم لوزارة التخطيط، د. عماد الدين عدلي رئيس المنتدى المصري للتنمية، إلي جانب خبير في مجال الحلول التكنولوجية، وخبير في مجال الاقتصاد الأخضر، والخبراء والمتخصصين وممثلي المجتمع المدني.



شكل (3) مؤشر عن " معلومات عن المنسقين أو المسؤولين عن المبادرة والجلسات التي تنظمها المبادرة خلال مؤتمر COP28

4. مؤشر الاستعانة بشخصيات مؤثرة على السوشيال ميديا للترويج للمبادرة لم تستعين المبادرة بالشخصيات المؤثرة للترويج للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، ولكن تم الاستعانة بالمدير التنفيذي للمبادرة د. نرمين صادق في إحدى الفيديوهات للترويج للمبادرة خلال COP28.



شكل (4) مؤشر عن " الاستعانة بشخصيات مؤثرة على السوشيال ميديا للترويج للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية"

5. مؤشر عن كيفية التسجيل بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية يظهر ذلك علي الفيسبوك من خلال منشور مثبت علي الصفحة وهو عبارة عن فيديو يوضح كيفية التسجيل علي الموقع الرسمي ، بالإضافة إلي منشور مثبت وهو عبارة عن نص وصورة، ويوضح به فئات المشروعات الخضراء الذكية والتي تتمثل في 6 فئات وتضم المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية ٦ فئات: وهي (فئة المشروعات كبيرة الحجم، فئة المشروعات المتوسطة، فئة المشروعات المحلية الصغيرة (حياة كريمة)،فئة المشروعات المقدمة من الشركات الناشئة، المشروعات التنموية المتعلقة بالمرأة وتغيير المناخ والاستدامة، المبادرات والمشاركات المجتمعية غير الهادفة للربح)، إلي جانب عرض شروط وآليات المشاركة والتي تتمثل في التقديم من خلال رابط التسجيل مع التأكيد علي استيفاء كافة الشروط التالية(أن يكون المشروع داخل نطاق الجغرافي للمحافظة، أن يكون تم تنفيذه بالفعل وله نتائج مدعومة بأدلة، أن يكون يتضمن مكون تكنولوجي يرتبط بالاستدامة البيئية (أخضر)، أن يتقدم في الفئة الخاصة به، إقرار كتابي بالملكية الفكرية، لا يجوز لأعضاء اللجان التنفيذية أو لجان التحكيم ترشيح مشروعات خاصة بهم، يشترط للتأهيل لنيل مكافأة الجائزة قيام الشخصية القانونية قبل إعلان النتيجة، تحتفظ إدارة المبادرة بكامل الحق في تحري صدق المعلومات المتعلقة بالمشروعات)، إلي جانب توضيح الجوائز المقدمة للفائزين حيث يحصل المركز الأول علي 750 ألف جنيه، و500 ألف للمركز الثاني، بينما يحصل الثالث علي 250 ألف جنيه، أما بالنسبة للموقع الإلكتروني يظهر ذلك من خلال "شروط وآلية المشاركة".

شروط وآلية المشاركة

يتم التقدم للمشاركة في المبادرة لشركات وأفراد وأكاديميين وإلكترونيًا من خلال رابط التسجيل على أن يتوافق المشروعات كافة الشروط الآتية:

- أن يكون المشروع داخل النطاق الجغرافي للمحافظة.
- أن يكون المشروع مدتم تنفيذته بالفعل وله نتائج مدعومة بأدلة ملموسة، أما بالنسبة للمشروعات التي فازت قبل التطوير فإن الحد الأدنى للتمويل هو وجود دراسة كاملة توضح مدى صحة الفكرة وإمكانية تنفيذها.
- أن يتسوي المشروع الحد الأدنى من الشروط وهي أن يتضمن مكون تكنولوجي ويكون مرتبط بالاستدامة البيئية (أخضر)، وسوف يتم استبعاد أي مشروع لا يتضمن هذين المكونين.
- أن يقدم المشروع في الفئة الخاصة به (سواء إستبعاد المشروعات التي تقدم في فئات غير ذات صلة).
- توفير إقرار كتابي بالملكية الفكرية للمشروع وحصل المسؤولة الكاملة عن أي دعاوى أو مخالفات تقع عن عدم صحة هذه المعلومات (سواء توفير النموذج المخصص لذلك على المنصة عند بدء التقديم).
- في حالة تعميم مشروع خاص بأحد من جهة وأفراد فرد يجب تقديم موافقة كتابية من جميع الأطراف على المشاركة في المبادرة بالمشروع المرشح وتحديد المخول بإسليم مكافأة الفوز.
- لا يجوز لأعضاء اللجان التنفيذية بالمحافظات وأعضاء لجان التحكيم ترشيح مشروعات خاصة بهم أو ذويهم.
- يشترط لتأهيل نيل الجائزة تحديد الشخصية القانونية قبل إعلان النتيجة حيث أن المكافآت لن تحرف للأفراد.
- تحتفظ إدارة المبادرة بكامل الحق في تحري صدق المعلومات المتعلقة بالمشروعات المرشحة.

سجل مشروعات

العناصر المميزة

المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية

٠٢٠٢٣/٠٨/٠١

الآن يمكنك المشاركة بمشروعك في الدورة الثانية للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية على الموقع الرسمي www.sgg.eg



شكل (5) مؤشر عن "كيفية التسجيل بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية"

6. مؤشر عن تنوع الوسائط المتعددة والمحتوي السمعي والبصري في الترويج للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية

بالنسبة لصفحة الفيسبوك اهتمت صفحة المبادرة بتنوع المحتوى السمعي من خلال الفيديوهات وبلغ عدد الفيديوهات على الفيس بوك 49 فيديو، وكذلك المحتوى البصري سواء نص، أو صور، أو انفو جرافيك، أو رابط للبت المباشر خلال مؤتمر COP28، أما الموقع الإلكتروني ظهر تنوع الوسائط التي يتيحها المركز الإعلامي من خلال ملفات Pdf، أو من خلال الصور والفيديوهات والوثائق المختلفة، ولكن كان هناك ندرة في وجود الفيديوهات.

7. مؤشر عن تنوع اللغات المستخدمة للترويج للمبادرة

بالنسبة لصفحة الفيسبوك لم تركز الصفحة بشكل كبير على اللغة الإنجليزية، حيث جاءت أغلب المنشورات باللغة العربية سواء كانت صور، أو نصوص، أو انفو جرافيك، أو فيديوهات، أما الموقع الإلكتروني فقد أتاح الاختيار بين اللغة العربية والإنجليزية.

8. مؤشر عن سلامة اللغة وبساطتها

تميزت اللغة المستخدمة سواء على صفحة الفيس بوك أو الموقع الإلكتروني بأنها لغة سهلة وبسيطة ويسهل فهمها من الجمهور العام سواء التي جاءت في الفيديوهات أو النصوص أو الإنفو جرافيك، كما تمت مراعاة السلامة اللغوية في المحتوى الخاص بالمبادرة.

9. مؤشر عن سهولة التواصل مع الجماهير

بالنسبة لصفحة المبادرة على الفيس بوك تعددت الوسائل التي يمكن للجمهور استخدامها للتواصل سواء من خلال البريد الإلكتروني أو رقم الهاتف أو رابط الموقع الإلكتروني، ولكن لم يتم تضمين رسائل الماسنجر في صفحة الفيسبوك، أما بالنسبة للموقع الإلكتروني فقد ظهر ذلك من خلال قسم "تواصل معنا" سواء من أجل اقتراح أو استفسار، مع كتابة الاسم ورقم الهاتف والبريد الإلكتروني.

10. مؤشر عن المصداقية والشفافية والعلامة الزرقاء

بالنسبة للفيسبوك ظهر ذلك بشكل واضح من خلال تحديد عدد المعجبين والتابعين، وكذلك تضمين تاريخ إنشاء الصفحة 24 أغسطس 2022، واسم الصفحة "المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية"، ولكن لم تهتم الصفحة بتوثيق العلامة الزرقاء، أما بالنسبة للموقع الإلكتروني لم يشمل على تاريخ تحديث الموقع أو تاريخ إنشاؤه.

11. مؤشر مدي توافر لوجو المبادرة والشعار

بالنسبة للفيسبوك تمثل اللوجو في صورة الغلاف والذي عبارة عن دائرة بها ورقة شجر خضراء لتدل على المشروعات الخضراء والتي ترتبط بالبيئة وخصوصاً في ظل التغيرات المناخية، ويتوسط الدائرة مباني باللون الذهبي، ويحمل الغلاف اسم المبادرة باللغتين العربية والأجنبية " NATIONAL INITIATIVE FOR SMART

"GREEN PROJECTS" المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، وهو نفس اللوجو الذي يوجد على الموقع الإلكتروني للمبادرة، وكذلك لم يكن هناك شعار للمبادرة سواء على الصفحة الرسمية للفيس بوك أو الموقع الإلكتروني.



شكل (6) مؤشر عن لوجو المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية

وتري الباحثة فيما يتعلق بتوفر مؤشرات مبدأ جودة المعلومات للمنصات الرقمية للمبادرة الخضراء الذكية؛ توفر مؤشر نشر المعلومات الخاصة بهوية أعضاء الصفحة حيث عرض الفيس بوك معلومات عن تاريخ إنشاء الصفحة وموقع البلد وعدد الأشخاص الذين يديرون الصفحة ولكن في تبويب حول "about"، لم يتم وضع وصف للمبادرة ولذا يجب الاهتمام بوضع فقرة تعريفية للمبادرة لتعريف الجمهور بالمبادرة بشكل أفضل، كما ظهر في الموقع الإلكتروني حيث تم وضع فقرة تعريفية ركزت علي وصف المبادرة، أما مؤشر توافر معلومات عن المبادرة ظهر ذلك علي صفحة الفيس بوك من خلال الوسائط المتعددة وكذلك علي الموقع الإلكتروني من خلال الأخبار التي يوفرها المركز الإعلامي، بينما مؤشر معلومات عن المنسقين أو المسؤولين عن المبادرة والجلسات التي تنظمها المبادرة خلال مؤتمر COP28 توافر هذا المؤشر علي صفحة الفيس بوك حيث اهتمت الصفحة بذكر الجلسات التي تعقدها المبادرة وكذلك ذكر الحاضرين بها، أما في الموقع الإلكتروني ظهر ذلك من خلال أيقونة "اللجنة التنظيمية والتنفيذية" و"اللجنة التحكيم" حيث ذكر بها الأشخاص المسؤولين عن المبادرة، أما في مؤشر الاستعانة بشخصيات مؤثرة علي السوشيال ميديا للترويج للمبادرة لم يظهر هذا المؤشر حيث لم يتم الاستعانة بالمشاهير والشخصيات المؤثرة للترويج للمبادرة، ولكن تم الاستعانة بالمدير التنفيذي للمبادرة للترويج للمبادرة خلال COP28، وتري الباحثة ضرورة الاستعانة بالمشاهير والشخصيات المؤثرة علي السوشيال وذلك للترويج للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، أما مؤشر كيفية التسجيل بالمبادرة ظهر ذلك علي الفيس بوك من خلال المنشورات المثبتة التي شرحت كيفية التسجيل، وكذلك الموقع الإلكتروني ذكر آلية وشروط المشاركة، بينما مؤشر تنوع الوسائط المتعددة والمحتوي السمعي والبصري في الترويج للمبادرة ظهر ذلك من خلال تنوع المحتوى السمعي والبصري سواء الفيديوهات أو النصوص أو الصور أو الإنفوجرافيك

أو روابط البث المباشر خلال مؤتمر COP28، أما مؤشر تنوع اللغات المستخدمة للترويج للمبادرة لم تركز صفحة بشكل كبير على اللغة الإنجليزية حيث جاءت أغلب المنشورات باللغة العربية، وفيما يتعلق بالموقع الإلكتروني تضمن الاختيار بين لغتين فقط (العربية والإنجليزية)، ولذا يجب التركيز على تنوع اللغات حيث أن المبادرة تمس موضوع عالمي كالتغيرات المناخية ولا تقتصر فقط على المستوى المحلي أو الوطني بالدولة، بينما مؤشر سلامة اللغة وبساطتها تميزت اللغة بالبساطة والسهولة وكذلك مراعاة السلامة اللغوية، أما مؤشر سهولة التواصل مع الجماهير تعددت الوسائل المستخدمة للتواصل على الفيس بوك والموقع الإلكتروني، ولكن كان من الممكن تضمين رسائل الماسنجر في صفحة الفيس بوك، وكذلك تقنية الروبوت شات Robot "Chat" في الموقع الإلكتروني، لسهولة التواصل مع الجماهير بشكل أفضل والإجابة على كافة التساؤلات المتعلقة بالمبادرة، بينما مؤشر المصداقية والشفافية والعلامة الزرقاء ظهر ذلك على الفيس بوك من خلال تحديد عدد المعجبين والمتابعين وتاريخ إنشاء الصفحة واسم الصفحة، ولكن لم تهتم الصفحة بتوثيق العلامة الزرقاء ولذا يجب توثيق صفحة المبادرة الرسمية لزيادة مصداقية الصفحة، كما يجب التركيز على ذكر تاريخ تحديث الموقع الإلكتروني وتاريخ إنشاؤه، أما مؤشر مدى توافر لوجو المبادرة والشعار تمثل اللوجو في صفحة الغلاف الذي يوجد على صفحة الفيسبوك وهو نفس اللوجو الذي يوجد على الموقع الإلكتروني، ولكن لم تهتم المبادرة بوجود شعار لها ولذا يجب التركيز على وجود شعار للمبادرة لربطه في أذهان الجماهير وسهولة تذكره.

❖ ثانياً: مؤشر مدى توافر مبدأ التفاعل الحواري مع الجمهور للتوعية بالمبادرة

1. مؤشر روابط لتلقي استفسارات الجمهور

بالنسبة للفيس بوك ظهر ذلك من خلال قسم المعلومات عن المبادرة حيث تم وضع رابط البريد الإلكتروني info@sgg.eg، ورابط الموقع <https://www.sgg.eg>، في حين الموقع الإلكتروني ظهر ذلك من خلال قسم تواصل معنا والذي يطلب فيه كتابة الاسم ورقم الهاتف والايمل وتحديد المحافظة وكتابة رسالة ثم الضغط على أيقونة إرسال.

 <p>تواصل معنا</p> <p>إقتراح <input checked="" type="radio"/> استفسار <input type="radio"/></p> <p>إكتب رسالتك</p> <p>رقم الموبايل <input type="text"/></p> <p>الاسم <input type="text"/></p> <p>البريد الإلكتروني <input type="text"/></p> <p>إرسال</p>	<p>معلومات الاتصال</p> <p>9 St. Salah Salem, Cairo, Egypt, 11763 العنوان</p> <p>02 24070702 الهاتف المحمول</p> <p>info@sgg.eg البريد الإلكتروني</p> <p>http://www.sgg.eg/ موقع الويب</p>
--	--

شكل (7) مؤشر عن "روابط لتلقي استفسارات الجمهور"

2. مؤشر الرد على الأسئلة والاستفسارات المتعلقة بالمبادرة

بالنسبة للفيس بوك ظهر ذلك من خلال التعليقات، ولكن اتضح ضعف التفاعل المسؤولين الصفحة عن الرد على تعليقات الجمهور فيما يخص المبادرة، لم يهتم الموقع الإلكتروني بوضع قسم مخصص للأسئلة الشائعة المتعلقة بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.

3. مؤشر مساحات نقاشية لتعبير الجمهور عن وجهة نظره

بالنسبة للفيسبوك ظهر ذلك من خلال خاصية "Mention" التي تتيح للجمهور مشاركة تجربته والتعبير عن رأيه ووجهة نظره فيما يتعلق بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، وكذلك توافر قسم الآراء الذي يتيح تقييم صفحة المبادرة وإعطاء الجمهور رأيه بها، أما في الموقع الإلكتروني فقد ظهر ذلك من خلال قسم "تواصل معنا" سواء من أجل اقتراح أو استفسار، مع كتابة الاسم ورقم الهاتف والبريد الإلكتروني.

4. مؤشر مشاركة المنشورات الخاصة بالمبادرة أو دعوة الأصدقاء أو متابعة الصفحة

بالنسبة للفيس بوك يتيح هذه الخصائص من خلال مشاركة المنشورات من خلال خاصية Share، وكذلك المتابعة من خلال خاصية Follow، وكذلك خاصية Invited حيث تتيح دعوة الأصدقاء، أما الموقع الإلكتروني لا يتمتع بهذه السمات.

وتري الباحثة فيما يتعلق بتوافر مبدأ التفاعل الحواري مع الجمهور للتوعية بالمبادرة؛ توافر مؤشر روابط لتلقي استفسارات الجمهور بالنسبة للفيس بوك من خلال البريد الإلكتروني والموقع، وكذلك قسم تواصل معنا عبر الموقع الإلكتروني، أما مؤشر الرد على الأسئلة والاستفسارات ظهر من خلال التعليقات التي تسمح للجمهور بالتعبير عن رايه ومشاركة أسئلته إلا أن الرد علي التعليقات كان ضعيف جداً ومحدود، ولذا يجب التركيز علي وجود مسئول لإدارة صفحة المبادرة ويختص بالرد علي تعليقات الجمهور والتفاعل معهم، أما بالنسبة للموقع الإلكتروني لم يتم تعيين تبويب خاص بالأسئلة الشائعة والمتكررة، ولذا يجب التركيز علي وجود قسم بالموقع للرد علي كل أسئلة الجمهور فيما يتعلق بالمبادرة، في حين جاء مؤشر مساحات نقاشية لتعبير الجمهور عن وجهة نظره ظهر ذلك في خلال تبويب "Mention"، الذي يتيح للجمهور وكذلك تبويب "الآراء" الذي يتيح للجمهور تقييم صفحة المبادرة وكذلك التعبير عن وجهة نظره، أما مؤشر مشاركة المنشورات الخاصة بالمبادرة أو دعوة الأصدقاء أو متابعة الصفحة، بالنسبة للفيس بوك يتيح هذه السمات من خلال خاصية Share, Invite, Follow، ولكن لا يتمتع الموقع الإلكتروني بهذه الخصائص.

❖ **ثالثاً: مؤشر مدى توافر مبدأ تشجيع الجمهور على إعادة زيارة الصفحة الخاصة بالمبادرة**

1. مؤشر التحديث المستمر للمعلومات والمنشورات الخاصة بالمبادرة

بالنسبة للفيس بوك تم مراعاته بصفحة المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية حيث يتم تحديث الصفحة باستمرار كما تعبر عن الأحداث المتعلقة بالتغيرات المناخية

خلال مؤتمر COP27, COP28، كما أنها اهتمت بالترويج للمبادرة خلال مؤتمر COP28 الذي تم عقده بالإمارات وذلك بالاستعانة بالمسؤول التنفيذي للمبادرة، كما تم عرض الجلسات الخاصة بالمبادرة والتي عقدت خلال فعاليات النسخة الثامنة والعشرين من مؤتمر الأطراف COP28، أما بالنسبة للموقع الإلكتروني فقد اهتم بتحديث المعلومات وظهر ذلك من خلال غلق رابط التسجيل للمشروعات، أما الأخبار الموجودة علي الموقع لم يتم تحديثها حيث أن آخر خبر بتاريخ 30 سبتمبر 2023 والذي تحدث عن انتهاء فترة تقييم المشروعات في الدورة الثانية، ولم يتم الحديث عن المبادرة خلال مؤتمر COP28.



شكل (8) مؤشر "التحديث المستمر للمعلومات والمنشورات الخاصة بالمبادرة"
2. مؤشر الإجابة عن الأسئلة الشائعة والمتكررة

لم يتوافر هذه المؤشر في الموقع الإلكتروني وكذلك لم يتوافر في صفحة الفيسبوك الخاصة بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، وكان يجب توفير قسم مخصص بالتساؤلات المتكررة الخاصة بالمبادرة.

3. مؤشر توثيق المبادرة خلال مؤتمر COP28

بالنسبة للفيس بوك ظهر ذلك من خلال الفيديو التي ظهرت به المسؤول التنفيذي للمبادرة للترويج للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية خلال مؤتمر COP28، وكذلك الجلسات الخاصة بالمبادرة التي تم الإعلان عنها خلال فعاليات مؤتمر الأطراف لتغير المناخ بالإمارات COP28، وكذلك المنشورات وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية التي يتم نشرها على الصفحة من خلال خاصية Share، أما بالنسبة للموقع الإلكتروني اهتم بتوثيق المبادرة من خلال المركز الإعلامي، ولكن لم يركز على عرض المبادرة ومشاركتها خلال مؤتمر COP28.

4. مؤشر الدعم التقني أو الفني

تم الاهتمام بتوافر مؤشر الدعم التقني لصفحة المبادرة، بالنسبة لصفحة الفيسبوك الخاصة بالمبادرة ظهر ذلك من خلال قسم المعلومات حيث تم وضع رابط الموقع والبريد الإلكتروني ورقم الهاتف أما في الموقع الإلكتروني فقد ظهر ذلك من خلال قسم "تواصل معنا" سواء من أجل اقتراح أو استفسار، مع كتابة الاسم ورقم الهاتف والبريد الإلكتروني.

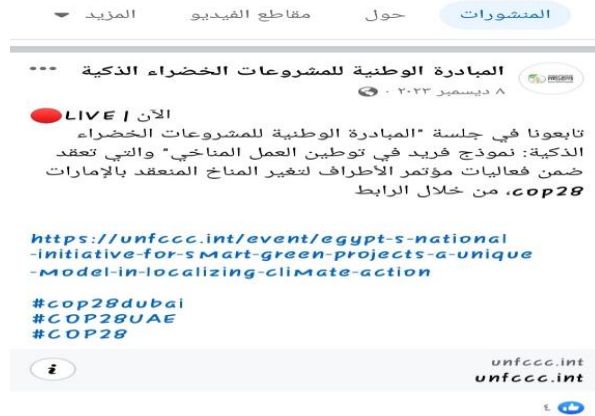
وتري الباحثة فيما يتعلق بتوافر مبدأ تشجيع الجمهور على إعادة زيارة الصفحة الخاصة بالمبادرة؛ توافر مؤشر التحديث المستمر للمعلومات والمنشورات الخاصة بالمبادرة ظهر ذلك حيث تم تحديث الصفحة باستمرار وتعبر عن الأحداث المتعلقة بالتغيرات المناخية خلال مؤتمر COP28، كما اهتم الموقع الإلكتروني بتحديث المعلومات أما الأخبار الموجودة علي الموقع لم يتم الاهتمام بتحديثها، ولذا يجب التركيز علي تحديث المعلومات الخاصة بالمبادرة حتي يكون الجمهور علي دراية بكافة جوانب المبادرة وخصوصاً خلال مؤتمر COP28، والتعرف علي النتائج التي تم التوصل لها بخصوص التغيرات المناخية حيث يعد موضوع في غاية الأهمية، والعمل علي إبراز دور المبادرة في التغير المناخي من خلال الجلسات التي تم عقدها خلال مؤتمر الأطراف لتغير المناخ COP28 الذي تم عقده بالإمارات، بينما لم يتوافر مؤشر الإجابة عن الأسئلة الشائعة والمتكررة.

ولذا يجب التركيز علي وجود قسم مخصص للرد علي كل الأسئلة والاستفسارات والأكثر تكراراً فيما يخص المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، أما مؤشر توثيق المبادرة خلال مؤتمر COP28 تم توافر ذلك علي صفحة الفيس بوك الخاصة بالمبادرة، أما الموقع الإلكتروني اهتم بتوثيق المبادرة من خلال المركز الإعلامي، ولكن لم يركز علي عرض المبادرة ومشاركتها خلال مؤتمر COP28، ولذا يجب التركيز علي عرض جوانب المبادرة والاهتمام بتوثيق كافة المعلومات علي الموقع الإلكتروني وليس الاكتفاء بصفحة الفيس بوك فقط، بينما توافر الدعم التقني أو الفني لكل من الفيس بوك والموقع الإلكتروني بشكل جيد.

❖ رابعاً: مؤشر مدى توافر مبدأ احتفاظ المنصات الرقمية الخاصة بالمبادرة بالجمهور

1. مؤشر استخدام تقنية البث المباشر

لم يتم تضمين ذلك في الموقع الإلكتروني للمبادرة، ولكن تم توافر هذه التقنية في تبويب البث المباشر في صفحة الفيس بوك، كما تم وضع رابط علي الصفحة خاص بإحدى جلسات المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية والتي تعقد ضمن فاعليات مؤتمر الأطراف لتغير المناخ المنعقد بالإمارات COP28.



شكل (9) يوضح "مؤشر استخدام تقنية البث المباشر"

2. مؤشر إمكانية التسجيل الإلكتروني للمشاركة في الدورات التدريبية

أتاحه الموقع الإلكتروني من خلال تبويب منصة تدريب (AWS) بالإضافة إلي البرامج التدريبية والتي أتاحت مجموعة من الدورات التي يمكن التسجيل بها، وتنوعت الدورات التدريبية التي أتاحتها المنصة ومنها (ريادة الأعمال الخضراء، العمليات المالية لغير الماليين، نموذج القيمة المقترحة، نموذج العمل التجاري، خطة العمل، التكلفة والتسعير، التسويق الإلكتروني، مبادئ دمج تمكين المرأة وتكافؤ الفرص في المشروعات الخضراء، إدارة المشروعات، إدارة التأثير، التفكير التصميمي، بناء المعرفة والاستدامة، البناء الذكي والبناء المستدام)، أما الفيس بوك لم يهتم بالإعلان عن الدورات التدريبية.



شكل (10) يوضح مؤشر عن "إمكانية التسجيل الإلكتروني للمشاركة في الدورات التدريبية"

3. مؤشر مقاطع الفيديو القصيرة الخاصة بالمبادرة

ظهر هذا المؤشر على صفحة الفيسبوك من خلال العديد من الفيديوهات القصيرة وخصوصاً الفيديوهات التي تم وضعها في المنشورات المثبتة ومنها فيديو تم مشاركته من صفحة مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار والذي يتحدث عن المبادرة الوطنية للمشروعات الذكية، بالإضافة إلى فيديو يشرح كيفية التسجيل للمبادرة، أما الموقع الإلكتروني لم يركز على وجود الفيديوهات القصيرة المتعلقة بالمبادرة.

4. مؤشر سرعة الرد على تعليقات الجمهور والتفاعل معه بطريقة رسمية

بالنسبة للفيس بوك اتضح ضعف التواصل مع الجماهير للرد على التعليقات، وظهر ذلك من خلال عدم الإجابة على استفساراتهم المتعلقة بالمبادرة، إلى جانب الرد على بعض التعليقات باستخدام الصفحة الرسمية بطريقة شخصية، وبالنسبة للموقع الإلكتروني لا يتمتع بخصوصية الرد على التعليقات، ولكنه أتاح قسم تواصل معنا للرد على الاستفسارات والاقتراحات.



شكل (11) مؤشر عن "سرعة الرد على تعليقات الجمهور والتفاعل معه بطريقة رسمية"

وترى الباحثة فيما يتعلق بتوافر مبدأ احتفاظ المنصات الرقمية الخاصة بالمبادرة بالجمهور؛ توافر مؤشر استخدام تقنية البث المباشر بالنسبة للفيسبوك من خلال تبويب البث المباشر وكذلك من خلال وضع رابط على الصفحة خاص بالبث المباشر لاجدي الجلسات التي تمت خلال COP28، أما الموقع الإلكتروني لم يتضمن هذه الخاصية، ولذا يجب التركيز على استخدام تقنية البث المباشر، كما توافر مؤشر إمكانية التسجيل الإلكتروني للمشاركة في الدورات التدريبية توافر ذلك من خلال تبويب منصة تدريب (AWS) الذي أتاحته الموقع الإلكتروني، أما الفيس بوك لهم يهتم بالإعلان عن هذه الدورات التدريبية ولذا يجب التركيز عن الإعلان عن هذه الدورات عبر الصفحة الرسمية للمبادرة، في حين ظهر مؤشر مقاطع الفيديو القصيرة الخاصة بالمبادرة على صفحة الفيس بوك من خلال العديد من الفيديوهات القصيرة وخصوصاً التي تم وضعها في المنشورات المثبتة، ولذا يجب الاهتمام بوضع فيديوهات قصيرة لنشر الوعي

بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، أما مؤشر سرعة الرد علي تعليقات الجمهور والتفاعل معه بطريقة رسمية لم يتم توافر هذا المؤشر في الفيس بوك حيث ظهر ضعف التفاعل والرد علي التعليقات كما أن الرد علي بعض التعليقات جاء بطريقة غير رسمية، ولذا يجب التركيز علي تعيين مسؤول لإدارة الصفحة وللرد علي التعليقات بطريقة رسمية.

❖ خامساً: مؤشر تطبيق مبدأ سهولة استخدام المنصات الرقمية الخاصة بالمبادرة الوطنية:

1. مؤشر التبويب الجيد لصفحة الفيس بوك والموقع الإلكتروني للمبادرة

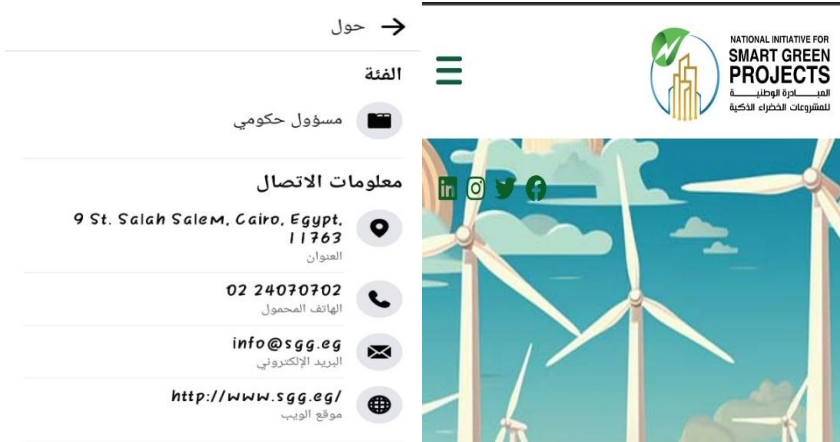
بالنسبة للفيس بوك ظهر ذلك من خلال تقسيم الصفحة إلى (المنشورات، حول، مرات الذكر، الآراء، ريلز، الصور، المزيد)، أما بالنسبة للموقع الإلكتروني تم مراعاة التبويب في الموقع وتم تقسيمه إلى (عن المبادرة، شروط وآلية المشاركة، معايير التقييم، المشروعات، المركز الإعلامي، منصة التدريب، سجل مشروعاتك)، أما الصفحة الرئيسية تم تقسيمها إلى (أعرف أكثر، عن المبادرة، آلية المشاركة، معايير التقييم، الفئات المستهدفة، الأخبار، شركاء المبادرة، المركز الإعلامي، الإطار الزمني، تواصل معنا).



شكل (8) مؤشر عن "التبويب الجيد للفيس بوك والموقع الإلكتروني للمبادرة"

2. مؤشر الروابط الانتقالية الخاصة بالمبادرة

بالنسبة للفيس بوك تم تضمينه بصفحة المبادرة من خلال رابط البريد الإلكتروني info@sgg.eg، ورابط الموقع <https://WWW.sgg.eg> الموجودة في قسم "حول"، أما بالنسبة للموقع الإلكتروني تم تضمين صفحات مواقع التواصل الاجتماعي مثل الفيس بوك والإنستغرام ولينكدان وتويتر، ولكن اتضح بالدخول على رابط تويتر ليس هناك صفحة رسمية للمبادرة على تويتر وكان الرابط خاص بالمنشورات المتعلقة بالمبادرة.



شكل (9) مؤشر عن "الروابط الانتقالية الخاصة بالمبادرة"

3. مؤشر التواصل مع ذوي الإعاقة من ضعاف البصر أو المكفوفين "ذوي الهمم"

علي الرغم من أن المشروعات المقدمة كان من بينها مشروعات لذوي الهمم، إلا أن الفيس بوك والموقع الإلكتروني لم يهتم بوجود تقنيات تيسر لهم التواصل الفعال.

4. مؤشر سهولة الوصول للمنصات الرقمية الخاصة بالمبادرة

سهولة الوصول للموقع الإلكتروني أو صفحة الفيس بوك بمجرد البحث عن اسم المبادرة، وعلى الرغم من أن المبادرة الوطنية هي مبادرة رسمية إلا أنه لم يتم الاهتمام بتوثيق الصفحة على الفيس بوك.

5. مؤشر وجود صندوق محرك البحث الخاصة بالمبادرة

لم يهتم الموقع الإلكتروني بوجود محرك للبحث أما الفيس بوك اهتم بوضع محرك البحث في الصفحة للبحث عن المعلومات الخاصة بالمبادرة.

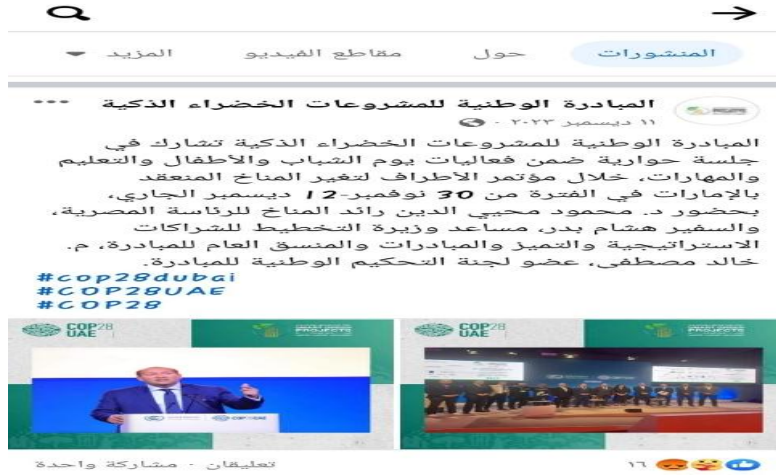
6. مؤشر التوظيف الجيد للصور والرسومات

تم مراعاة مناسبة الصور المستخدمة مع المحتوى المقدم الخاص بالمبادرة على الفيس بوك والموقع الإلكتروني.

7. مؤشر مدي وجود الهاشتاج

بالنسبة للفيس بوك تم استخدام الهاشتاج في بعض المنشورات وليس أغلبها ومن هذه الهاشتاجات #المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، #COP27، #COP28، #COP28dubai

Cop28UAE#، أما الموقع الإلكتروني لم يركز على وجود الهاشتاج.
شكل (10) مؤشر عن مدى وجود "الهاشتاج"



8. مؤشر سهولة التصفح

بالنسبة لصفحة الفيس بوك يمكن تصفحها بسهولة، وكذلك الموقع الإلكتروني كان يتسم بسهولة التصفح ويرجع ذلك لتقسيم الموقع إلى عدة أقسام، أما الصفحة الرئيسية تم تقسيمها إلى (أعرف أكثر، عن المبادرة، آلية المشاركة، معايير التقييم، الفئات المستهدفة، الأخبار، شركاء المبادرة، المركز الإعلامي، الإطار الزمني، تواصل معنا).

9. مؤشر سرعة التحميل

كل المحتوى الموجود بالموقع أو الفيسبوك يمكن تحميله سواء Pdf، أو الصور أو الفيديوهات.

وتري الباحثة فيما يتعلق بمدى تطبيق مبدأ سهولة الاستخدام للمنصات الرقمية للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية؛ توفر مؤشر التويوب الجيد لصفحة الفيس بوك والموقع الإلكتروني الخاص بالمبادرة ظهر ذلك من خلال التقسيم الجيد لصفحة الفيسبوك وكذلك الموقع الإلكتروني، وكذلك توافر مؤشر الروابط الانتقالية الخاصة بالمبادرة ظهر ذلك علي الفيسبوك من خلال رابط البريد الإلكتروني ورابط الموقع الإلكتروني، وكذلك في الموقع الإلكتروني من خلال روابط مواقع التواصل الاجتماعي إلا أن رابط تويتر بالدخول عليه لم يؤدي إلي الصفحة الرسمية الخاصة بالمبادرة وكان يقتصر علي مجرد منشورات لها علاقة بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية، ولذا يجب التأكيد علي الاهتمام بالروابط الانتقالية الخاصة بالمبادرة لسهولة تواصل الجماهير من خلالها، أما مؤشر التواصل مع ذوي الإعاقة من ضعاف البصر أو المكفوفين "ذوي الهمم" لم يتوافر أي أداة أو تقنية لمساعدة ذوي الهمم، ولذا تدعو الباحثة إلي

الاهتمام بالاندماج الرقمي لذوي الهمم في المنصات الرقمية، وعلى الرغم من أن المشروعات المقدمة في المبادرة الوطنية كان من ضمنها مشروعات لذوي الهمم، فيجب التركيز علي هذه الفئة من المجتمع وتوعيتهم بالاستدامة عبر المنصات الرقمية، بينما قد توافر مؤشر **سهولة الوصول للمنصات الرقمية الخاصة بالمبادرة** حيث يمكن البحث بسهولة عن اسم المبادرة سواء للفيس بوك أو الموقع الإلكتروني إلا أن الصفحة الرسمية للمبادرة علي الفيس بوك لم يتم توثيقها بالعلامة الزرقاء، ولذا يجب التركيز علي توثيق الصفحة فهي تعتبر مبادرة رسمية خاصة بالدولة، أما مؤشر **وجود صندوق البحث** فقد تواجد في الفيس بوك ولكن لم يهتم الموقع الإلكتروني بوجود محرك للبحث، ولذا يجب وجود محرك للبحث عبر الموقع الإلكتروني حيث يسهل للجمهور البحث عن المعلومات داخل الصفحة، بينما بالنسبة لمؤشر **التوظيف الجيد للصور والرسومات** ومؤشر **سرعة التحميل** ومؤشر **سهولة التصفح** تم مراعاتهم جيداً سواء للفيس بوك أو الموقع الإلكتروني، أما مؤشر **مدي وجود الهاشتاج** قد توافر ذلك في بعض المنشورات وليس أغلبها علي الفيس بوك، ولذا يجب التركيز علي وضع الهاشتاج الخاص بالمبادرة علي جميع المنشورات المتعلقة بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.

❖ توصيات الدراسة

- توجه الباحثة توصيات الدراسة إلى الحكومة للتركيز على توظيف المنصات الرقمية ودورها في نشر الوعي بمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية فيما يتعلق بالمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر منصاتها الرقمية الرسمية:
1. الاهتمام بوضع فقرة تعريفية عن المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر المنصات الرقمية، لتعريف الجمهور بالمبادرة ودورها بشكل أفضل.
 2. التركيز على تنوع الوسائط المتعددة والمحتوي السمعي والبصري التي يتم الاستعانة بها عبر المنصات الرقمية للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.
 3. الاهتمام بالاستعانة بالخبراء في مجال البيئة والشخصيات المشهورة والمؤثرة على السوشيال ميديا للترويج للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.
 4. تنوع اللغات المستخدمة في المحتوى المقدم للمبادرة، حيث إن المبادرة تمس موضوع عالمي كالتغيرات المناخية ولذا يجب تقديم المحتوى بمختلف اللغات.
 5. تضمين رسائل الماسنجر في صفحة الفيس بوك الخاص بالمبادرة، بجانب إضافة تقنية الروبوت شات "Robot Chat"، وذلك لسهولة التواصل مع الجماهير والإجابة على كافة التساؤلات المتعلقة بالمبادرة.
 6. توثيق الصفحة الرسمية للمبادرة عبر الفيسبوك بالعلامة الزرقاء وذلك لزيادة مصداقية وشفافية الصفحة.
 7. يجب ربط المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية بشعار وذلك لربطه في أذهان الجماهير وسهولة تذكره.

8. الاهتمام بتعيين مسؤول للصفحة الرسمية للمبادرة عبر الفيسبوك وذلك لإدارة الصفحة والرد على التعليقات الجماهير والتفاعل معهم، إلى جانب التركيز على الرد على الجماهير بطريقة رسمية.
9. التركيز على التحديث المستمر للمعلومات والمنشورات الخاصة بالمبادرة عبر المنصات الرقمية المختلفة.
10. الاهتمام بتقنية البث المباشر لعرض الجلسات المتنوعة التي تقوم بها المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية.
11. التركيز على وضع الروابط الانتقالية الصحيحة المتعلقة بالمنصات الرقمية للمبادرة، بحيث تؤدي إلى الصفحة الخاصة للمبادرة بشكل مباشر.
12. الاهتمام بوجود محرك للبحث بالموقع الإلكتروني للمبادرة، بالإضافة إلى وجود تقنية لذوي الهمم وخصوصاً أنه من ضمن المشروعات المقدمة للمبادرة مشروعات لذوي الهمم، وذلك لمساعدتهم على الاندماج الرقمي.

❖ توصيات البحوث المستقبلية

- التركيز على الإعلام الرقمي التنموي في نشر الوعي بين الجماهير بالمشروعات والمبادرات الخضراء التي تقوم بها الدولة في إطار رؤية مصر 2030.
- توظيف الحكومات لمنصاتها الرقمية الرسمية في الترويج لأنشطتها الاتصالية ودورها في تحقيق أهداف التنمية المستدامة.
- فاعلية التكنولوجيا في الاندماج الرقمي لذوي الهمم من خلال التقنيات المساعدة ودورها في نشر الوعي لديهم في المشاركة بالمبادرات الاستدامة الخضراء الذكية.
- التركيز على توظيف الوسائط والتقنيات الرقمية في برامج التوعية البيئية بمؤسسات التعليم العالي ودورها في نشر الوعي بالاستدامة.
- فاعلية المؤثرين على وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الوعي بأهداف التنمية المستدامة.

المراجع:

- (1) عايض بن علي القحطاني. (2023). "دور التحول الرقمي في تحقيق التنمية المستدامة في إطار رؤية المملكة 2030". *المجلة العربية للمعلوماتية وأمن المعلومات، المؤسسة العربية للتربية والعلوم والآداب، المجلد الرابع، العدد (الحادي عشر)، 115-152*. <https://doi.org/10.21608/jinfo.2023.294079>.
- (2) وداد هارون أحمد. (2023). "مساهمة الصحافة الإلكترونية الإماراتية في تعزيز الوعي بمفاهيم التنمية المستدامة (دراسة تحليلية)". *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني والعشرون، العدد الثالث، 421-472*. https://joa.journals.ekb.eg/article_330299.html.
- (3) هاجر حلمي حبيش. (2023). "استخدام الصحافة المدفوعة بالبيانات في معالجة قضايا التنمية المستدامة علي الصفحات الإخبارية للسوشيال ميديا وعلاقتها بتشكيل اتجاهات الشباب المصري نحوها: دراسة ميدانية". *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 2023، العدد الخامس والعشرون (الجزء الثالث)، 679-725*. <https://doi.org/10.21608/sjsj.2023.327676>.
- (4) مها مختار حسن. (2023). "اعتماد النخب المصرية علي المواقع الإخبارية كمصدر للمعلومات حول قضايا التنمية المستدامة وتقييمهم لأدائها الإعلامي". *المجلة العلمية لبحوث الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد 2023، العدد الخامس والعشرون (الجزء الثاني)، 429-501*. <https://doi.org/10.21608/sjsj.2023.309085>.
- (5) سالي جاد. (2023). "معالجة المواقع الرقمية للقضايا البيئية في ضوء تحقيق التنمية المستدامة ورؤية مصر 2030: دراسة تحليلية لقمة المناخ كوب 27". *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثالث، العدد (84)، الجزء الثاني، 1693-1739*. <https://doi.org/10.21608/sjocs.2023.299183>.
- (6) انتصار السيد محمد محمود زايد. (2023). "دور المواقع الإخبارية المصرية في تشكيل اتجاهات الشباب الجامعي نحو أبعاد التنمية المستدامة وتأثيرها علي توجهاتهم نحو المستقبل في ضوء رؤية مصر 2030". *المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الثاني والعشرون، العدد الثاني (الجزء الأول)، 59-109*. <https://doi.org/10.21608/joa.2023.298567>.
- (7) أمال حمدي حسن ناصف. (2023). "تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وعلاقته بمستوي معرفته بخطط التنمية المستدامة في إطار رؤية مصر 2030". *مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد السابع والستون، العدد (الأول)، 479-522*. <https://doi.org/10.21608/jsb.2023.216449>.
- (8) محمود أحمد لطفي السيد. (2023). "توظيف الجمعيات الأهلية ومؤسسات المجتمع المدني لوسائل الإعلام في تحقيق أهداف التنمية المستدامة للدولة المصرية دراسة تطبيقية". *مجلة بحوث الإعلام وعلوم الاتصال، معهد الجزيرة العالي للإعلام وعلوم الاتصال، المجلد السابع عشر، العدد (السابع عشر)، 1-35*. <https://doi.org/10.21608/mcr.2023.313221>.
- (9) رجاء الغمراوي، وغادة محمود عبد الحميد. (2022). "دور الإعلام في توعية الجمهور بالمدن الذكية لتعزيز التنمية المستدامة". *المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، المجلد الأول، العدد (80)، 579-623*. <https://doi.org/10.21608/ejsc.2022.266170>.
- (10) Jie, G., & Jiahui, L. (2023). "Media attention, green technology innovation and industrial enterprises' sustainable development: The moderating effect of environmental regulation". *Economic Analysis and Policy*, 79, 873-889. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2023.07.003>.
- (11) حسين علي محمد أبو عمر. (2023). "فاعلية توظيف التسويق الإلكتروني في دعم برامج التنمية المستدامة دراسة تحليلية علي بعض مواقع التسويق الإلكتروني". *المجلة العلمية لبحوث العلاقات العامة*

- والإعلان، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (الخامس والعشرون)، 466-425.
<https://doi.org/10.21608/sjocs.2023.299183>
- (12) باسم محمد عبد الرحمن محمد. (2024). "دور وسائل الإعلام في تشكيل اتجاهات مواطني الأقصر وأسوان نحو المبادرة الرئاسية (حياة كريمة) وفقاً لرؤية مصر 2030 (دراسة ميدانية)". مجلة كلية الآداب جامعة أسوان، المجلد الخامس عشر، العدد (الأول)، 561-521.
<https://doi.org/10.21608/mkasu.2023.204024.1148>
- (13) سماح المحمدي. (2023). "استراتيجيات تأطير المبادرات الرئاسية في الصحف الإلكترونية المصرية بالتطبيق على مبادرة حياة كريمة: دراسة تحليلية مقارنة خلال عام 2021". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد (83)، الجزء الثالث، 1-66.
<https://doi.org/10.21608/ejsc.2023.316292>
- (14) هدي إبراهيم الدسوقي. (2022). "تسويق المبادرات الوطنية عبر الصفحات الرسمية الإلكترونية وعلاقته بمستوى ثقة الجمهور بالمؤسسات الحكومية-دراسة تطبيقية". المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد (81)، الجزء الثاني، 570-525.
<https://doi.org/10.21608/ejsc.2022.281805.570-525>
- (15) محمد طلال مساوي. (2023). "فاعلية فعالية العلاقات العامة الرقمية للمبادرات الرسمية للمملكة وعلاقتها بتعزيز ثقة الشباب في أداء الحكومة السعودية". مجلة اتحاد الجامعات العربية لبحوث الإعلام وتكنولوجيا الاتصال، جامعة القاهرة، العدد (العاشر)، 112-59.
<https://doi.org/10.21608/jcts.2023.300478.112-59>
- (16) نهي حسين محمد محمود التلاوي. (2022). "فاعلية الاتصالات التسويقية للمبادرات الرسمية للدولة وعلاقتها بتعزيز ثقة الشباب في أداء الحكومة المصرية (دراسة شبه تجريبية)". المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الإعلام، جامعة بني سويف، المجلد الثالث، العدد الأول، 583-506.
<https://doi.org/10.21608/mebp.2022.114121.1024>
- 17) Agrawal, M. Kalia, P., Nama, P., Zia, A., Kaur, K., John, H.B. (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, 1-10.
<https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100109>
- 18) Verma, R., & Grover, P. (2022). "Role of social media in promotion of green school initiatives by government green schools in India". *Journal of Public Affairs*, 22(4), 1-10. <https://doi.org/10.1002/pa.2643>
- 19) Zhang, J. & Gong, X. (2023). "From clicks to change: The role of Internet use in fostering environmental sustainability awareness". *Journal of Environmental Management*, 348, 1-12.
<https://08101jre8-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1016/j.jenvman.2023.119275>
- (20) لمياء عرابي محمد أحمد أبو عيانه. (2023). "الإعلام الرقمي والتوعية بالأزمات البيئية دراسة ميدانية". مجلة البحوث الإعلامية، كلية الإعلام، جامعة الأزهر، المجلد 68، العدد الثاني، 1419-1387.
<https://doi.org/10.21608/jsb.2023.323893>
- 21) Wei, H., Li, Z., Chudhery, M. A. Z., Chen, J., & Fang, W. (2024). "How does consumers' face consciousness influence green self-efficacy and consumption behavior, and how does electronic and social media persuasion moderate these relationships?". *Computers in Human Behavior*, 153, 108091.
<https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108091>

- 22) Zhao, X., Zhu, Z., Shan, M., Cao, R., & Chen, H. A. (2024). **“Informers” or “entertainers”**: The effect of social media influencers on consumers' green consumption". *Journal of Retailing and Consumer Services*, 77, 103647. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103647>
- 23) Alam, M. N., Ogiemwonyi, O., Alshareef, R., Alsolamy, M., Mat, N., & Azizan, N. A. (2023). **"Do social media influence altruistic and egoistic motivation and green purchase intention towards green products? An experimental investigation"**. *Cleaner Engineering and Technology*, 15, 100669. <https://doi.org/10.1016/j.clet.2023.100669>
- 24) Cao, F., & Jian, Y. (2024). **"The Role of integrating AI and VR in fostering environmental awareness and enhancing activism among college students"**. *Science of The Total Environment*, 908, 168200. <https://doi.org/10.1016/j.scitotenv.2023.168200>
- 25) Borsatto, J. M. L. S., Marcolin, C. B., Abdalla, E. C., & Amaral, F. D. (2024). **"Aligning community outreach initiatives with SDGs in a higher education institution with artificial intelligence"**. *Cleaner and Responsible Consumption*, 12, 100160. <https://doi.org/10.1016/j.clrc.2023.100160>
- 26) Ambe, B. A., Agbor, C. E., Amalu, M. N., Ngban, A. N., Bekomson, A. N., Etan, M. O., ... & Ogunjimi, J. O. (2024). Electronic media learning technologies and environmental education pedagogy in tertiary institutions in Nigeria. *Social Sciences & Humanities Open*, 9, 100760. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2023.100760>
- 27) Daoud, M. K., Taha, S., Al-Queed, M., Alsafadi, Y., Bani Ahmad, A. Y., & Allahham, M. (2024). **"EcoConnect: Guiding environmental awareness via digital marketing approaches"**. *International Journal of Data & Network Science*, 8(1). <https://digitallibrary.aau.ac.ae/handle/123456789/1209>
- 28) Severo, E. A., De Guimarães, J. C. F., Wanderley, L. S. O., Gueiros, M. M. B., & Jabbour, C. J. C. (2023). **"Influence of the COVID-19 pandemic on the use of social media on awareness' socio-environmental and sustainable consumption: Consolidating lessons from the pandemic"**. *Environmental Development*, 46, 100865. <https://08101jswy-1104-y-https-doi-org.mplbci.ekb.eg/10.1016/j.envdev.2023.100865>
- 29) Chen, Q., Zhang, Y., Liu, H., Zhang, W., & Evans, R. (2023). **"Dialogic communication on local government social media during the first wave of COVID-19: Evidence from the health commissions of prefecture-level cities in China"**. *Computers in Human Behavior*, 143, 107715. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107715>
- 30) Kent, M. L., & Taylor, M. (2021). **"Fostering dialogic engagement: Toward an architecture of social media for social change"**. *Social Media+ Society*, 7(1), 1-10. <https://doi.org/10.1177/2056305120984462>
- 31) Thelen, P. D., & Men, R. L. (2018). **"Strategic use of Facebook for public engagement in higher education institutions"**. *Public Relations Journal*, 12(2), 1-27.

- 32) Brandstrup, M., Dana, L.P., Ryding, D., Vignali, G., Caratù, M. (eds). (2023). "The Garment Economy: Understanding History, Developing Business Models, and Leveraging Digital Technologies". Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-33302-6>
- 33) Silvallana, D. F. V., & Flor, B. P. G. (2022). "Exploring a state college's dialogic strategies and public engagement on Facebook". *Plaridel*, 19(2), 55-75. <https://doi.org/10.52518/2022-05slvnflr>
- 34) Vural, Z., Değirmen, G., & Ünüvar, S. (2022). "Social media as a dialogical communication tool: Izmir metropolitan municipality example". *Online Journal of Communication and Media Technologies*, 12(2). <http://doi.org/10.30935/ojcm/11557>
- 35) Senshaw, D., & Twinomurizi, H. (2022). "Innovating with government digital platforms in low-income countries: the dynamic capabilities of Woredas in Ethiopia". *Journal of Science and Technology Policy Management*, 13(4), 812-836. <https://doi.org/10.1108/JSTPM-05-2020-0081>
- 36) Leal Filho, W. (Ed.). (2019). "Encyclopedia of sustainability in higher education". Springer Cham. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-11352-0>
- 37) Lam, D. P., Martín-López, B., Wiek, A., Bennett, E. M., Frantzeskaki, N., Horcea-Milcu, A. I., & Lang, D. J. (2020). "Scaling the impact of sustainability initiatives: a typology of amplification processes". *Urban Transformations*, 2(1), 1-24. <https://doi.org/10.1186/s42854-020-00007-9>
- 38) Akinsemolu, A. A. (2020). "The Principles of Green and Sustainability Science". Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-981-15-2493-6>
- 39) Weder, F., Krainer, L., & Karmasin, M. (Eds.). (2021). "The Sustainability Communication Reader: A Reflective Compendium". Springer Nature. <https://doi.org/10.1007/978-3-658-31883-3>

الأدلة والوثائق التي تم الاستعانة بها في التحليل الكيفي للدراسة

- مجلة آفاق المناخ-العدد الثاني 2023 الصادرة عن مركز المعلومات ودعم اتخاذ القرار.
- المكون الأخضر-المبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية الصادر عن وزارة البيئة.
- المكون الرقمي- وزارة الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات.
- معيار التمكين ومشروعات المرأة- المجلس القومي للمرأة.
- معايير وآليات تقييم المشروعات-وزارة التخطيط والتنمية الاقتصادية.
- الصفحة الرسمية للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر الفيسبوك.
- الصفحة الرسمية للمبادرة الوطنية للمشروعات الخضراء الذكية عبر الموقع الإلكتروني.