



مركز الاستشارات والبحوث والتطوير  
بأكاديمية السادات للعلوم الإدارية

# مجلة البحوث الإدارية

Journal of Management Research

علمية - متخصصة - مُدكّمة - دورية ربع سنوية

للسنة  
الثانية والأربعين

Vol. 42, No.2; Apr. 2024

عدد أبريل 2024



[www.sams.edu.eg/crdc](http://www.sams.edu.eg/crdc)

رئيس مجلس الإدارة  
أ.د. محمد حسن عبد العظيم  
رئيس أكاديمية السادات للعلوم الإدارية

رئيس التحرير  
أ.د. أنور محمود النقيب  
مدير مركز الاستشارات والبحوث والتطوير

ISSN : 1110-225X

## دور الإعلام البيئي على زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر

د. رشدي محمد أحمد      التخصص: إدارة عامة ومحلية      ٠١٢٧٤٨٨٨٩٦٣  
مدرس الإدارة العامة والمحلية - بالمعهد المصري أكاديمية إسكندرية للإدارة والمحاسبة  
- البريد الإلكتروني: [roushdy.mohamed@eia.edu.eg](mailto:roushdy.mohamed@eia.edu.eg)

### مستخلص:

تناول هذه الدراسة معرفة دور الإعلام البيئي في زيادة النهج الابتكاري البيئي، والتعرف على مشاكل نقص استخدام النهج الابتكاري البيئي، وإستهدف البحث إيجاد آليات لإستخدام الإعلام البيئي لزيادة النهج الابتكاري البيئي، ودراسة أدوات الإعلام البيئي التي تؤثر على حلول المشكلات البيئية بزيادة النهج الابتكاري البيئي، وأوصت الدراسة بضرورة طرح رؤية جديدة للتعامل مع البيئة وتنظيم إستغلال مواردها وكسب ثقة الجمهور فيما تقدمه وسائل الإعلام الجديد من معلومات بيئية عن طريق توثيقها، وتقديم حلول علمية وعملية للقضايا البيئية يمكن تنفيذها، وضرورة التأكيد على أهمية نشر الوعي البيئي لدى جماهير المستخدمين بوسائل الإعلام وإعتبره واحدا من التطبيقات التي تسهم في التنمية الإقتصادية في مصر، وإستخدام أدوات التواصل الإجتماعي كأهم الوسائل الحديثة للإعلام البيئي في مصر، والإستفادة من التقنيات الجديدة للإعلام البيئي مثل أدوات التواصل الإجتماعي وصفحات الويب من قبل الجهات الحكومية.

### Abstract

This study deals with knowing the role of environmental media in increasing the environmental innovative approach, and identifying the problems of lack of using the environmental innovative approach. The study, the need to present a new vision for dealing with the environment and organizing the exploitation of its resources and gain public confidence in the environmental information provided by the new media by documenting it, and providing scientific and practical solutions to environmental issues that can be implemented, and the need to emphasize the importance of spreading environmental awareness among the masses of media users and considering it as one Among the applications that contribute to the economic development in Egypt, and the use of social media tools as the most important modern means of environmental information in Egypt, and the use of new technologies for environmental information such as social networking tools and web pages by government agencies.

## مقدمة:

إن من أهداف الإعلام البيئي توعية الجماهير وأصحاب القرار على أهمية الحفاظ على البيئة الطبيعية وإدارة مواردها بتوازن، من خلال التعامل الشخصي السليم للأفراد المجموعات مع المحيط الطبيعي، ودمج الإعتبارات البيئية في التنمية الاقتصادية القومية، غير أن القرارات التي تحدد مصير البيئة هي تلك التي تبقى في يد السلطة العليا سواء على المستوى القومي أو مستوى الشركات أو مستوى الأفراد، ومن هنا جاءت الحاجة إلى منهج تفكير إبتكاري بيئي لا يتوقف عند مجرد حثهم على العمل الفردي، بل تتجاوز ذلك إلى تزويدهم بالمعرفة والدوافع لتشكيل رأي عام يحترم المنظومة البيئية بطرق إبتكارية ويضغط على أصحاب القرار لإعتماد خطط تنمية متكاملة تأخذ بعين الاعتبار الجوانب البيئية ومنهج ابتكاري للبيئة، ويعد الإعلام البيئي حلقة أساسية لبلورة وتشكيل الوعي حيال قضايا البيئة ومشكلاتها، لكن يجب أن تتضافر الجهود حتى يمكن بلوغ الغايات والأهداف المنشودة وتحقيق سبل الرشاد .

## مشكلة الدراسة:

إن ظهور وتبلور الإهتمام الجديد بالبيئة والتطور الهائل لتكنولوجيا الإتصال الحديثة، وإحلال نظام إعلامي غير مسبوق على أساس التطور والإنتقال السريع في الأشكال والمضامين، يقتضي ذلك الإنطلاق من الكلام المكتوب والمسموع والمطبوع إلى مرحلة الصورة المشاهدة والملموسة. لكن وبالرغم من تباين الرؤى والاتجاهات، إلا أن هناك إجماع على أن مشكلة التلوث خطراً داهماً يهدد حياة المواطن، وبات الأمر مزعجاً ومشهداً مأساوياً ترق له القلوب، فالتلوث البيئي غطي المدن علي مرأي ومسمع جميع المسؤولين. إلا إن الإعلام البيئي للمواطنين له الأثر الأكبر في تخفيف المشاكل البيئية أو الحد منها، وكثير من المشاكل يتم حلها بواسطته دون غيره من الحلول الممكنة بما في ذلك آثاره السلبية الاقتصادية والإجتماعية على المجتمع ككل. ويمكن تلخيص المشكلة في الآتي:

**"تحديد دور الإعلام البيئي في زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر".**

### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية البحث في التعرف على ظاهرة المشكلات البيئية وأسبابها ودور الإعلام البيئي في توجيه المختصين المعنيين نحو الحلول للحد من إستفحال الظاهرة وضمان سلامة البيئة الطبيعية من التغيرات التي قد تطرأ عليها بإستخدام نهج إبتكاري خارج النهج التقليدي.

### أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة من الناحية النظرية إلى الوقوف على مختلف الأطر والمداخل النظرية لفهم الإعلام البيئي والسياقات التاريخية التي ظهر وتبلور فيها، وفهم الجوانب المتعلقة بالتطورات في تكنولوجيا الإتصال من النواحي الإجتماعية والسياسية بما يسهل فهم أنواع الإعلام البيئي المختلفة، وأثرها على تكوين النهج الإبتكاري البيئي في مصر.

### فروض الدراسة:

يوجد علاقة بين دور الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الإبتكاري البيئي في مصر  
ينبثق من هذا الفرض الفروض التالية:

- يوجد علاقة بين الرسالة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الإبتكاري البيئي في مصر.
- يوجد علاقة بين الوسيلة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الإبتكاري البيئي في مصر.
- يوجد علاقة بين الوعي البيئي كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الإبتكاري البيئي في مصر.

### حدود الدراسة:

الحدود الزمنية ٢٠٢٢ إلى ٢٠٢٣  
الحدود المكانية: أعضاء هيئة التدريس والمعيرين بكلية الآداب جامعة الإسكندرية

### مجتمع وعينة الدراسة:

تم أخذ عينة من أعضاء هيئة التدريس والمعيرين بكلية الآداب جامعة الإسكندرية، والتركيز على قسم الإعلام بالكلية وذلك لقدرتهم على الإجابة على الإستبيان الذي يجمع بين الإعلام والنهج الإبتكاري والبيئة، وتم توزيع ١٠٠ إستمارة إستبيان وتم إستيفاء ٦٤ إستمارة صحيحة.

### توزيع أفراد العينة طبقاً للمسمى الوظيفي

الرقم	المسمى الوظيفي	عدد أعضاء هيئة التدريس	النسبة المئوية
١	أستاذ دكتور	٤	٦.٣%
٢	أستاذ دكتور مساعد	١٠	١٥.٦%
٣	مدرس	١٩	٢٩.٧%
٤	مدرس مساعد	١٨	٢٨.١%
٥	معيد	١٣	٢٠.٣%
	الإجمالي	٦٤	١٠٠%

### المصدر / من أعداد الباحث

### منهج الدراسة:

إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، الذي يقوم على وصف المتغيرات المستقلة والمتغير التابع، وتحليل العلاقة بين المتغيرات وتحديد العلاقة بينهم، إعتد الباحث على المصادر الثانوية لجمع البيانات التي تقيد الدراسة من البحوث والتقارير والكتب والدراسات العلمية المختلفة والمقالات التي تناولت موضوع البحث من الجانب النظري، وتم تصميم إستمارة إستبيان بنظام ليكرد الخماسي تغطي متغيرات الدراسة المستقلة والمتغير التابع بالإضافة إلى أسئلة للبيانات الشخصية للمبحوث.

### الدراسات السابقة:

دراسة: (نش، ٢٠٢٠)

### بعنوان: دور الإعلام البيئي المحلي في مكافحة ظاهرة التصحر بالجزائر

تهدف هذه الدراسة إلي توضيح دور الإعلام البيئي المحلي في مكافحة ظاهرة التصحر بالجزائر، وإلى الكشف على مدى مساهمة الإعلام البيئي عبر الإذاعات المحلية ( تبسة، المسيلة،

البيض)، والتصدي لهذه الظاهرة من خلال المضمون الإعلامي سيما ما يتعلق بتوعية المواطن المحلي وكذا الهيئات المحلية بأسباب وأخطار ونتائج ظاهرة التصحر والآليات الإتصالية التي تدخل ضمن الثقافة البيئية للرأي العام المحلي، تم تقسيم الدراسة إلى إطار منهجي يتناول إشكالية وتساؤلات الدراسة وإطار نظري يتضمن مدخل مفاهيمي لظاهرة التصحر، واقع التصحر في العالم والوطن العربي وفي الجزائر، ودور الإعلام المحلي في تناول القضايا البيئية المحلية، وخلصت الدراسة إلى النتائج الآتية: تختلف درجة إهتمام الإذاعات المحلية عينة الدراسة بموضوع التصحر عبر برامجها البيئية، وذلك تبعاً للأجندة الإعلامية التي تتبعها - تعالج الإذاعات المحلية عينة الدراسة موضوع التصحر من خلال الإستعانة بالخبراء والمتخصصين في مجال مكافحة هذه الظاهرة - يطغى الطابع التوعوي والإرشادي على محتوى الرسائل الإعلامية الموجهة للجمهور المحلي - تسعى الإذاعات المحلية إلى ترسيخ ثقافة بيئية نحو ظاهرة التصحر للمجتمع المحلي.

دراسة: (بلعيزية، ٢٠١٨)

بعنوان: دور الإعلام البيئي في التوعية من مخاطر التلوث دراسة ميدانية على عينة من مستمعي إذاعة أم البواقي المحلية

تعد البيئة المورد الأساسي والمحور الفاعل في عملية التنمية، ما جعلها من الضروريات التي تسعى الدول لتحقيقها، كونها مسؤولية مجتمعية للأفراد والمؤسسات والجمعيات، ومن هنا يبرز دور وسائل الإعلام خاصة الإذاعة المحلية باعتبارها من أوسع الوسائل الإعلام إنتشاراً، وتوسع أثرها جماهيرياً بحيث تصل إلى جميع الشرائح وتعالج القضايا وتحل المشاكل البيئية، من خلال البرامج البيئية المختلفة التي تعد محوراً فاعلاً لتأثيرها في المجتمع المحلي، وحاولت الدراسة الإجابة على التساؤل الرئيسي التالي: ما هو دور الإعلام البيئي في التوعية من مخاطر التلوث؟ ولأن الهدف الرئيسي لهذا الدراسة هو معرفة دور الإعلام البيئي في التوعية من مخاطر التلوث من خلال البرامج البيئية لإذاعة أم البواقي، وقد إعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي لأنه يتناسب مع موضوع الدراسة، وإستعانت الدراسة بأداة جمع البيانات وهي إستمارة الإستبيان، وتوصلت إلى النتائج التالية: تتنوع سمات مستمعي البرامج البيئية التي تبث عبر إذاعة أم البواقي، تتنوع عادات وأنماط متابعة مستمعي إذاعة أم البواقي للبرامج البيئية، تزايد البرامج البيئية بإذاعة أم البواقي على مظاهر التلوث البيئي، تهتم البرامج البيئية بالتوعية من مخاطر التلوث التي يعاني منها المجتمع، يتفاعل المستمعون بإيجابية لدور البرامج البيئية التي تبث عبر إذاعة أم البواقي في التوعية من مخاطر التلوث، وعليه يمكن القول بأن الإعلام البيئي الذي يبث عبر الإذاعة له دور فعال في التوعية والتحسين من ظاهرة التلوث.

دراسة (فخرالدين، ٢٠٢١)

### بعنوان: الإعلام البيئي ودوره في حماية البيئة

إن ما آلت إليه البيئة وما حل بها في أواخر القرن الماضي عجل ببروز ما يسمى بالإعلام البيئي بوسائله المختلفة، المقروءة والمرئية والمسموعة، من صحف يومية ومجلات عامة ومتخصصة وقنوات إذاعية وتلفزيونية، وهو من أهم الوسائل التي تلعب دوراً هاماً في تنمية الوعي بقضايا البيئة ومشكلاتها، وتعميق شعور المواطن بواجباته ومسؤولياته تجاه البيئة ونشر مفاهيم التنمية المستدامة، وقد أصبح الإعلام البيئي آلية من آليات التغلب والتخفيف من حدة المشكلات البيئية وأحد المقومات في الحفاظ على البيئة المبني على إيجاد الوعي البيئي واكتساب المعرفة ونقلها، وعلى إدراك البشرية لخطورة العبث بعناصر البيئة المختلفة وإستعداده للتفاعل معها في التوعية لنشر القيم الجديدة الخاصة بحماية البيئة، أو الدعوة للتخلي عن سلوكيات ضارة بها والإعتماد على برامج صديقة للبيئة.

دراسة (شريط، ٢٠٠٩)

### بعنوان: دور الإعلام المحلي في نشر الوعي البيئي " دراسة لعينة من مستمعي إذاعة بسكرة نموذجاً

تناولت هذه الدراسة تسليط الضوء على الدور الذي تقوم به إذاعة بسكرة الجهوية كأحد وسائل الإعلام البيئي في مجال نشر الوعي البيئي بين الأفراد بما تقدمه من برامج وحصص بيئية مبرزين أهمية الحاجة الإجتماعية للإذاعة المحلية بإعتبارها العين التي تقرأ لنا المجتمع المحلي وتنقله للمستمع لترسيخ قيم بيئية وثقافية ووعي بقضايا البيئة، ومن هذا المنطلق فقد قُسمت الدراسة إلى جانبين أولهما نظري والآخر ميداني، الجانب النظري هو عبارة عن أرضية تنطلق منها الدراسة حتى تتضح الرؤية، وتضمن الإطار المنهجي إشكالية الدراسة، كما تطرقنا لأسباب إختيار هذا الموضوع والأهداف المتوخاة من هذه الدراسة، كما تم تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة: البيئة، الإعلام البيئي، والاتصال، والإعلام وحماية البيئة مبرزين دوره في نشر الوعي البيئي والأساليب الإعلامية في حماية البيئة وكذا برامج وإستراتيجيات الإعلام البيئي، وأخيراً تناولت الدراسة عرض بعض التوصيات والإقتراحات التي من شأنها أن تقيد في مجال توسيع دائرة نشر الوعي البيئي من خلال إذاعة بسكرة الجهوية، تليها في النهاية خاتمة البحث.

دراسة (الدوسري، ٢٠١٨)

### بعنوان : فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي: دراسة ميدانية

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الجديد في توعية الشباب بقضايا البيئة، منصات الإعلام الجديد التي يرى الشباب في رسائلها توعية بيئية، المعوقات التي تحد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي، المقترحات التي تزيد من فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي، التعرف على ما إذا كانت هناك فروق ذات دلالة إحصائية في إستجابات أفراد عينة الدراسة حول محاور الدراسة والتي تعزى لمتغيراتهم الشخصية والوظيفية، ولتحقيق هذه الأهداف إستخدم الباحث الإستبانة كأداة كما إستخدم المنهج الوصفي المسحي، تكون مجتمع الدراسة من الشباب السعودي بجامعة سلطان بن عبد العزيز بمدينة السليل، قام الباحث بتوزيع (٢٢٠) إستبانة، بلغ عدد المسترد والصالح للإدخال والتحليل (٢٠٣) بينما تم إستبعاد (١٧) إستبانة لعدم صلاحيتها للإدخال والتحليل، وإستنتجت الدراسة أهمية دور الإعلام الجديد في توعية الشباب بقضايا البيئة، وأوضحت النتائج أن الشباب يعتبرون أن منصات الإعلام الجديد ذات رسائل توعية بيئية، وأوصت الدراسة بإنشاء منصات رسمية معتمدة لتقديم الثقافة البيئية للجمهور لإكتساب ثقتهم وتعاونهم، الإستفادة من التقنيات الجديدة من قبل الجهات الحكومية لكسب ثقة الجمهور فيما تقدمه وسائل الإعلام الجديد من معلومات عن طريق توثيقها وطرح رؤية جديدة للتعامل مع البيئة وتنظيم إستغلال مواردها بتقديم حلول علمية وعملية للقضايا البيئية يمكن تنفيذه.

دراسة (محمد، ٢٠١٣)

### بعنوان: التفكير الإبداعي- لماذا تتقدم بعض المجتمعات و تتأخر مجتمعات أخرى ؟ وما هي أليات إرتقاء مجتمع من حالة التأخر إلى مرحلة التقدم ؟

تناولت هذه الدراسة أن الفكر هو المحور الرئيسي لتقدم المجتمعات أو تأخرها، فعندما يرتقى التفكير ويتسم بالعقلانية والإبداع تتقدم المجتمعات وتضمن الإستمرارية الزمنية لأفكارها، وعندما يتخلى عن العقلانية أو يتراجع الإبداع تنحصر المجتمعات في أعماق ظلمة التأخر وتُتسى ثم تُفنى، المجتمع و الناس دائما في حالة تفاعل وتواصل مستمر حيث يؤثر كل منهما على الآخر بالإيجاب أو بالسلب والقدرة على التعبير وتواصل الأفكار في ما بينهما، فالتفكير الإبداعي التفكير الإبداعي هو أهم أداة

للتواصل بين أفراد المجتمع لتشكيل منظومة فكرية فريدة تسمى ثقافة المجتمع وفي الوقت نفسه هو أساس إرتقاء المجتمعات.

دراسة (صالح، ٢٠١٩)

بعنوان: التفكير الإبداعي - من التفكير الساذج إلى التفكير الإبداعي دراسة في أنماط التفكير

تبدو الحاجة لدراسة التفكير الإبداعي أمراً ملحاً للعالم نتيجة التحديات التي تفرضها تكنولوجيا اليوم فأصبح أكثر تعقيداً نتيجة سهولة الحصول على المعلومات وكذلك ثورة الاتصالات في شتى مناحي الحياة، فقد فرض هذا التطور السريع معياراً للحكم على تقدم الشعوب، إذ لم يعد البقاء للأقوى كما كان معهوداً إنما صار للأكثر نكاهاً والقدرة على إستثمار المعرفة أو المعلومات المتاحة، وحاول هذا البحث الإجابة على التساؤل عن مدى إمكانية تعلم نمط من التفكير يؤهلنا إلى تفكير مرن يسير في نسق مفتوح ننطلق من خلاله نحو غد أفضل؟ وأوصت الدراسة على ضرورة تعلم أنماط أخرى من التفكير قائمة علي التأمل والتركيز وتعتمد على إتخاذ القرارات بالوضوح والدقة في التفكير والعمق للوصول إلى الهدف المنشود.

دراسة (زقور، ٢٠٢٢)

بعنوان: دور التفكير الإبداعي في توليد المعرفة دراسة حالة المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة الجزائر.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور التفكير الإبداعي في توليد المعرفة من خلال مهارات التفكير الإبداعي المتمثلة في الطلاقة والمرونة والأصالة وحساسية المشكلة والتفضيل الممتد، كما تطرقنا إلى توليد المعرفة بمراحلها وهي الشراكة المعرفية والمخرجات والمشاركة والمدخلات المعرفية، ولتحقيق أهداف الدراسة إعتدنا على أسلوب دراسة الحالة بإستخدام الإستبيان للتعرف على تصور أساتذة المركز الجامعي عبد الحفيظ بو الصوف ميلة فيما يتعلق بالتفكير الإبداعي ودوره في توليد المعرفة، حيث إشتملت الدراسة على عينة مكونة من ٤٥ أستاذاً باحثاً، وتم تحليلها بناءً على التحليل الإحصائي للبرنامج SPSS، وكانت النتائج على النحو التالي: يلعب التفكير الإبداعي دوراً في التنشئة الاجتماعية،

يلعب التفكير الإبداعي دوراً في التخارج، يلعب التفكير الإبداعي دور المشاركة، يلعب التفكير الإبداعي دوراً في أستيعاب المعرفي.

دراسة (سنوسي، ٢٠٢٢)

بعنوان: سلوك إخفاء المعرفة كمتغير وسيط في علاقة الإشراف المسيء بسلوك العمل الإبتكاري-  
دراسة تطبيقية على العاملين بالبنوك بالفيوم

الهدف من هذه الدراسة هو إختبار دور سلوك إخفاء المعرفة كمتغير وسيط يمكن أن يفسر تأثير الإشراف التعسفي على سلوك العمل المبتكر والمبدع لموظفي البنك، وتم إختبار نموذجين للعلاقات بين متغيرات البحث المستقلة والوسيط والتابعة على البيانات التي تم جمعها من ٢٧٧ فرداً من موظفي فروع البنوك في محافظة الفيوم، وأظهرت النتائج أن: الإشراف التعسفي له تأثير مباشر، سلبي، معنوي على سلوك العمل المبتكر، ولكن عندما تم إدخال سلوك إخفاء المعرفة كمتغير وسيط في المعادلات الهيكلية أصبح التأثير المباشر للإشراف المسيء على سلوك العمل المبتكر ضئيلاً، بينما كان له تأثير سلبي غير مباشر من خلال إخفاء المعرفة، وقد ثبت أن إخفاء المعرفة له دور وساطة كامل يفسر تأثير الإشراف التعسفي على سلوك العمل المبتكر.

التعليق على الدراسات السابقة:

بالنظر إلى الدراسات السابقة إتضح ان:

- كثير من الدراسات أثبتت فاعلية الإعلام البيئي وأثره على البيئة المحيطة وكذلك البيئة الخارجية.
- تم تناول عناصر الإعلام البيئي كل عنصر على حدة وتبقي التجميعية المستخدمة خاصة بهذه الدراسة.
- أن العلاقة بين عنصر الوعي البيئي وبين الإعلام علاقة تبادلية بمعنى أن كل منهم يؤثر على الآخر.

- أن النهج الابتكاري ( المنهج الابتكاري - التفكير الإبداعي - الابتكار) له تأثير مباشر على الإرتقاء بعناصر المجتمع والبيئة المحيطة به.

### الإعلام البيئي :

أدى التطور الصناعي والزيادة السكانية الكبيرة إلى الضغط المستمر على البيئات الطبيعية وتقليص مساحاتها من أجل إقامة مدن جديدة، وقد تنبته العديد من البلدان مبكراً إلى خطورة هذا الأمر وأضراره على البيئات الطبيعية ومكوناتها فتصدت له بوسائل عديدة وقطعت شوطاً متميزاً في مكافحة أشكال تلوث البيئة ومعالجة آثاره بطرق مختلفة، ولعل الوسائل الناجحة في هذا المجال كان الإعلام بوسائله المتعددة والذي نجح إلى حد كبير في معالجة القضايا البيئية من خلال تقديم المعلومات والمعطيات لبورة وتشكيل الوعي والحس البيئي (الدوسري ر.، ٢٠١٨).

**مفهوم الإعلام البيئي:** هو تعبير مركب من مفهومين هما الإعلام والبيئة، والإعلام البيئي هو الترجمة الموضوعية الصادقة للأخبار والحقائق البيئية، وتزويد الناس بها بشكل يساعدهم على تكوين رأي صائب فيما يتعلق بقضايا البيئة (عارف، ٢٠٠٨).

ويعتبر الإعلام البيئي أحد المكونات الأساسية في الحفاظ على البيئة، حيث يتوقف على إيجاد الوعي البيئي واكتساب المعرفة اللازمين لتغيير الإتجاهات والنوايا نحو القضايا البيئية على نقل المعلومات وعلى إستعداد الجمهور نفسه ليكون أداة في التوعية لنشر القيم الجديدة أو الدعوة للتخلي عن سلوكيات قائمة (بوذراع، ٢٠١٠).

**الوسيلة الإعلامية:** في إطار هذا العرض الإعلامي لقضايا البيئة فإن وسائل الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية تلعب دوراً مهماً في تشكيل الوعي البيئي لدى الجمهور، فقد أثبتت نتائج أبحاث إعلامية في بعض البلدان الصناعية أن هناك تحسناً ملحوظاً في تراجع نسبة التلوث نظراً لتوسع دائرة الإعلام البيئي التوعوي، فالرسالة الإعلامية يمكن أن تقوم بدور مهم في مجال معالجة القضايا البيئية وفي توعية جماهيرها وتوجيه سلوكهم، فهي تسعى إلى خلق الإهتمام بقضايا البيئة لدى المواطن العادي وإشعاره بأن هناك مشكلة مرتبطة إرتباطاً وثيقاً بحياته اليومية، مما يوجب علينا أن نعتد على ذاتنا في إحلال ثقافة البيئة ونشرها في الواقع المحيط، من خلال البرامج الإعلامية التي تبثها الإذاعات المحلية كأحد وسائل الإعلام البيئي تكون قادرة على نشر أكبر قدر ممكن من الثقافة والوعي البيئيين

لدى جمهور مستمعها لتحسين أدوارهم في مجال المحافظة على البيئة وحمايتها، ولكن مازال هناك وسيلة أخرى وهي وسائل التواصل الاجتماعي لم تأخذ حقها كاملاً في تفعيل الإعلام البيئي (فتيحة).

### الوعي البيئي:

الوعي البيئي هو إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة كما أنه ذلك المفهوم الذي يهتم بتزويد الأفراد بالمعارف البيئية الأساسية والمهارات، والأحاسيس والاتجاهات البيئية المرغوبة، بحيث تمكنهم من الاندماج الفعال مع بيئتهم التي يعيشون فيها، في إطار تحملهم المسؤولية البيئية المنشودة التي تضمن الحفاظ على البيئة من أجل الحياة الحاضرة والمستقبلية (الرفاعي، ٢٠٠٤)

وتعرفه إقبال الأمير بأنه: إدراك الفرد للعلاقات والمشكلات البيئية المحيطة وفهمه لأسبابها، وأثرها وكيفية التعامل معها، وهو يتأثر بكل ما يحيط بالفرد من معارف ومشاعر سواء كانت إيجابية أو سلبية (موسى، ٢٠٠٧).

كما حدد مؤتمر تبليس الوعي البيئي بأنه مساعدة الفئات الاجتماعية والأفراد على إكتساب وفهم الوعي بالبيئة ومشكلاتها ذات الصلة وإيجاد حساسية خاصة إتجاهها (صالح ع.، ٢٠٠٣)

وعرفت ندوة الإعلام وقضايا البيئة في العالم العربي الوعي البيئي بأنه إدراك الفرد لدوره في مواجهة البيئة أو مساعدة الفئات الاجتماعية والأفراد على إكتساب الوعي بالبيئة وبمشكلاتها، وهو إدراك قائم على المعرفة بالعلاقات والمشكلات البيئية، من حيث أسبابها وآثارها ووسائل حلها، والهدف من ذلك أن يصبح المواطن العادي ملماً بالعلاقات الأساسية بين مكونات البيئة ومدى تأثير كل منها في الأخرى، ومدى تأثير الإنسان عليها وتأثره بها (صالح ع.، ٢٠٠٣)

وفي السياق ذاته يعرف الوعي البيئي كما جاء في الورقة المقدمة في الملتقى الإعلامي الأول للبيئة والتنمية المستدامة المنعقد بالقاهرة في نوفمبر ٢٠٠٦ على أنه إكساب الأفراد والجماعات الخبرة والدراسة الكافيتان بعناصر ومكونات وقضايا وإشكاليات البيئة، وفهم العلاقة التأثيرية المتبادلة بين الإنسان وبيئته، وتقدير قيمة المكونات البيئية الأساسية المحيطة، والتعرف على المشاكل والإشكاليات البيئية، والتدريب على حلها ومنع حدوثها، وتجنب الوقوع في الكوارث البيئية أو ذات الصلة قبل وقوعها وما يترتب عليها من أزمات إجتماعية أو إقتصادية أو سياسية (محمد م.، ٢٧-٢٩ نوفمبر ٢٠٠٦)

ويعرف أيضا الوعي البيئي: على أنه إدراك الفرد لدوره في مساعدة الفئات الإجتماعية والأفراد على إكتساب وعي بالبيئة ومشكلاتها (الجبور، ٢٠١١)، ويشير إلى الإدراك القائم على الإحساس بالعلاقات والمشكلات البيئية من حيث أسبابها وأثارها ووسائل حلها (حميدوش، ٢٠١٨).

ويرى الباحث أن تعريفات الوعي البيئي المختلفة تتفق على ضرورة تحديد مسؤولية الأفراد تجاه البيئة ومن ثم ضرورة صقل معارفهم ومعلوماتهم حيال مشكلاتها بما يؤهلهم للتعامل الإيجابي مع مشكلاتها، وبما يقلل تأثيرات هذه المشكلات أو يمنع حدوثها من الأساس في ضوء المعلومات والأفكار والقيم والاتجاهات السليمة، أو ما يمكن أن يشكل أساس الوعي الجماهيري الوقائي حيال قضايا البيئة ومشكلاتها.

ويتسم الوعي البيئي بخصائص معينة منها أنه يرتكز على ضرورة تحديد مسؤولية الأفراد تجاه المنظومة البيئية من خلال التزود بالمعلومات والمعارف اللازمة وتطوير المهارات وصقلها لمواجهة المشكلات البيئية، إن تكوين الوعي البيئي وتنميته لا يتطلب بالضرورة تربية بيئية نظامية، لأن البيئة المحيطة بالفرد لها أثرها الفعال في ذلك، وكذلك يتضمن تلازم جانبيين: الجانب المعرفي والجانب الوجداني، فبالرغم من أن الوعي البيئي يتصل بالجانب الوجداني، إلا أنه مشبع بالنواحي المعرفية المختلفة، ولا يتضمن سلوكاً إيجابياً نحو البيئة في كل الظروف، إذ أن هناك الكثير من الأفراد على وعي تام بالأخطار والمشكلات البيئية إلا أنهم لا يتخذون إزائها سلوكيات إيجابية (محمود، ٢٠٠٨).

### مكونات الوعي البيئي :

إن الوعي البيئي في أصله يتكون من ثلاث حلقات منفصلة ومتداخلة في آن واحد، هي التربية البيئية، والتعليم البيئي، والإعلام البيئي، بحيث تشكل مع بعضها البعض إستراتيجية متكاملة، الهدف منها الرقي بالسلوك الإنساني في التعامل مع المنظومة البيئية وحمايتها وضمان إنتشار أساليب وطرق الرشاد البيئي، بما يحقق تنمية بيئية مستدامة وسنتناول هذه المفاهيم الثلاث، والتي تعد المكونات الأساسية للوعي البيئي، والتعليم البيئي يبدأ من رياض الأطفال، ويستمر خلال مراحل التعليم العام إلى التعليم الجامعي، بشرط أساسي هو وجود تكامل لأهداف البرنامج التعليمي والتربوي، وتبدأ الثقافة البيئية من توفير مصادر المعلومات كالكتب والنشرات وإشراك المثقفين البيئيين في المناقشات والحوارات المذاعة والمنشورة ومختلف القضايا البيئية، ذات الصلة المباشرة وغير المباشرة بالمجتمع خاصة ذات المردود الإعلامي (الجبور، ٢٠١١).

## النهج الابتكاري :

تعد كلمات إبداع وإبتكار ونحوهما مترادفات لمعنى إثبات شيء جديد غير مألوف، أو النظر للأشياء بطرق جديدة ولقد اختلف المفكرون حول تحديد تعريف واضح للإبتكار نظرا لإختلاف التخصص أو الميول فمنهم من يرى الإبتكار منتج، ومنهم من يراه عملية وهناك من ينظر للإبتكار على أساس السمات والخصائص التي تميز المبدعين.

وإن المتأمل في ماهية الإبتكار يمكنه ملاحظة عدة جوانب أساسية له وهي:

- الإبتكار قدرة عقلية من الممكن أن تظهر على مستوى الفرد أو الجماعة أو المنظمة حيث تمثل هذه الأطراف المحاور الأساسية للإبتكار.
- الابتكار عبارة عن عملية وإنتاج، وتتمثل العملية الإبتكارية في القدرات التفكيرية وربط العلاقات، أما الإنتاج الإبتكاري فيظهر من خلال السلوكيات أو الأشياء المادية.
- العملية الإبتكارية تمر بمراحل متعددة من الإعداد والنضوج بغية تحقيقها.
- من الممكن تنمية وإدارة الإبتكار سواء من خلال تدريب الأفراد أو الجماعات أو توفير المناخ الملائم للإبتكار بالنسبة للمنظمات.

وعليه يمكن تعريف النهج الإبتكاري بأنه: عملية ذات مراحل متعددة لتحسس المشكلات وإكتشاف مواطن الضعف والثغرات وعدم الإنسجام والنقص في المعلومات ثم البحث عن حلول ينتج عنها فكرة أو عمل جديد، داخل وحدة متكاملة من العوامل الذاتية والقدرات والإستعدادات والخصائص الشخصية والموضوعية التي يتميز بها الفرد أو مجموعة عندما يواجه مواقف ينفعل بها ويعايشها ثم يستجيب لها فتجيب إستجابته مختلفة عن إستجابات الآخرين، ويمكن تنميتها وتطويرها حسب قدرات وإمكانات الأفراد والجماعات والمنظمات وتتأصل في المجتمع بحيث تصبح نهجاً يُتبع للآخرين.

مكونات النهج الابتكاري (سنوسي، ٢٠٢٢):

العمل الإبتكاري (الإنتاج الإبتكاري): هو النواتج للعملية الإبتكارية والتي تخرج في صورة أفكار.

العملية الإبتكارية: هي العملية التي تمر بها الفكرة الجديدة منذ ظهورها كخاطرة إلى أن تكون فكرة ناضجة.

الشخص المبتكر (أو مجموعة العمل): هو ذلك الفرد الذي تتوفر لديه خصائص وسمات شخصية تؤهله للإبتكار .

المواقف الإبتكارية (البيئة الإبتكارية): يرتبط بالموقف الذي تفاعل معه الفرد ويُظهر حلاً غير مألوف، فقد يكون مبدعاً في موقف ما ويظهر سلوكاً عادياً في مواقف أخرى.

### أساسيات النهج الإبتكاري:

إن النهج الإبتكاري بالمجتمع ينقسم إلى قسمين: الإبتكار التقني والإبتكار الإداري، فالإبتكار التقني هو ذلك الإبتكار المتعلق بإبتكار منتجات جديدة أو تحسين منتجات موجودة، أما الإبتكار الإداري فيتعلق بالتنظيم داخل المؤسسة وطرق التسويق ويهدف هذا النوع (غير المادي) إلى تطوير سلوك المنظمة والأفراد وجعلها أكثر فعالية وكفاءة، ما يعني تحسين أداء المنظمة كالتالي:

الإبتكار التقني (مرزوق و عبد الجواد، ٢٠١٨): والإبتكار التقني هو العملية التي يمكن من خلالها لأي منظمة أن تحقق التنسيق والتعاون بين أنشطة المنظمة كالإنتاج والتسويق والبحث والتطوير بهدف تبني الأفكار والأساليب الجديدة وترجمتها في ميدان العمل إلى منتج جديد (سلعة جديدة أو خدمة جديدة) أو تطوير منتج قائم (منتج موجود) أو استخدام عملية إنتاجية جديدة أو تطوير عملية إنتاجية قائمة لتلبية متطلبات الزبائن من المنتجات، فضلاً عن جعل الشركة هي الأفضل في سوق المنافسة.

الإبتكار الإداري (السمان و عبد العزيز، ٢٠٢١): يمكن وصف الإبتكار الإداري بأنه منظومة متكاملة تشترك فيها المنظمة الإدارية وأفراد التنظيم من مديريين وموظفين وكذلك بيئة المنظمة، وتُعد الإدارة العنصر الفاعل في أداء المنظمة ومن ثم كان لا بد وأن تتجه للتطوير حتى تحقق أهدافها، وما يلحظ في بعض المنظمات الحكومية وجود الرتابة والروتين الذي يمارسه الموظفون في أداء أعمالهم، وبالتالي لا يتوقع أن يظهر منهم إبداعاً وتميزاً يساهم في دفع عجلة التطوير نحو الأفضل، وبالنظر إلى عناصر العملية الإبتكارية فإن حجر الزاوية فيها هو الموظف الذي منه وبه تنطلق المنظمة نحو الإبتكار الإداري.

### المعوقات التي تحد من تكوين النهج الإبتكاري:

توجد معوقات أو عقبات كثيرة ومتنوعة تحول دون تنمية النهج الإبتكاري أو الوصول بالعملية الإبتكارية إلى نتائج أصيلة وذات قيمة علمية أو أدبية أو فنية بالنسبة للمجتمع كالتالي:

**المعوقات العقلية:** تتمثل بإصدار الأحكام المسبقة غير المدروسة وغير المتأنية على الأشخاص والمشكلات، وضعف الملاحظة والنظرة السطحية للمشكلات والأمور المهمة، وإتباع عادات التفكير النمطية، والقيود وقلة الحركة الفكرية (السويدان و العدلوني، ٢٠٠٤).

**المعوقات الإنفعالية:** مثل الثقة بالنفس، والميل للمخاطرة، والإستقلال في التفكير، وللاإنفعال قوة دافعية تدفع الفرد إلى تنويع سلوكه حتى يحقق الهدف من الإنفعال ويخفف من حدة التوتر الذي يسببه، ولكن المغالاة في الإنفعال مثل الخوف أو القلق قد تتسبب في الحد من الإبداع (إبراهيم، ٢٠١٨).

**معوقات الدافعية:** أثبتت الأبحاث أن توصل الفرد للجديد يتطلب رغبة حقيقية من جانبه تدفعه للتوصل إليه، ولا بد أن يكون الفرد مدفوعاً للدرجة التي تجعله يبذل الجهد الإيجابي المحقق للإبداع، ويؤدي عدم تشجيع الفرد وتحفيزه بالطريقة الملائمة وعدم حصوله على إحترام وتقدير الآخرين ومساندتهم له إلى إعاقة الإبداع ووضع حاجزاً ضد الأفكار الجديدة (إبراهيم، ٢٠١٨).

**المعوقات التنظيمية:** يؤدي التنظيم الذي يسمح للرؤساء بتركيز السلطة في أيديهم ولا يسمح للعاملين بالإشتراك في مناقشة أوضاع العمل والمساهمة في رسم خطته والذي تحدد اللوائح والتعليمات فيه أوار العاملين بشكل مفصل دقيق إلى عدم تشجيع الأفراد على الإبداع والإبتكار بل يجعلهم يتهربون من المسؤولية خوفاً من الفشل والعقاب وإنعدام تفويض السلطة وإلزام العاملين بالتقيد بالإجراءات والأنظمة المتبعة في العمل وضعف نظم الحوافز المادية والمعنوية وغياب أنظمة الاتصال الفعالة (الصيدلاني، ٢٠٠١).

ويرى الباحث أن التعريف الأنسب: أن النهج الإبتكاري البيئي هو ذلك المنهج الذي يهتم بتزويد الأفراد والمنظمات بالمعلومات الأساسية للبيئة، والقادر على زيادة المهارات والإتجاهات البيئية المرغوبة بحيث تمكنهم من الإندماج مع بيئتهم التي يعيشون فيها في إطار تحملهم المسؤولية المجتمعية المنشودة التي تضمن الحفاظ على البيئة من أجل حياة أفضل في الحاضر والمستقبل.

### تنمية المنهج الإبتكاري بالمجتمع :

دور الفرد في تنمية قدراته الإبتكارية: تتم عملية تنمية القدرات الإبتكارية الفردية بإتباع المنهج العلمي في تشخيص معوقات الإبتكار ومعرفة أسبابها ومعالجتها، وهناك مجموعة طرق يمكن من خلالها تنمية القدرات الإبتكارية الفردية لدى الأفراد منها:

- التركيز على الكم لا على الكيف وقبول حتى الأفكار الخيالية والهزلية وتدوين كافة الأفكار.

- تجنب النقد أو التقييم أو الحكم على الأفكار، أي فكرة قد تصلح، والوعي بأن ليس هناك حل واحد صحيح على الدوام .
- تجنب التفكير الشكلي المؤلف .
- التمرين المستمر للدماغ .
- التخلي عن التصورات المسبقة .

#### دور المنظمات في تنمية القدرات الابتكارية:

تعتمد العناصر الرئيسة لنجاح الإدارة الجديدة على المناخ الابتكاري للمؤسسة، وعلى نوعية وشخصية المديرين، ومع ذلك فإن الإعتبار الأول والأساسي لإدخال التغيير والابتكار كأساليب فاعلة في إنجاح التنمية الإدارية هو بلا شك إيجاد البيئة الملائمة بكل ما تحمله هذه العبارة من أبعاد معيارية وموضوعية.

إستراتيجيات الإبتكار في المنظمات (النجار و السطوحي، ٢٠٢٢): بصورة مجملة يلزم أي منظمة تريد زيادة إنتاجها الإبتكاري أربع إستراتيجيات يمكن إنتهاجها:

- أن تعمل المؤسسة على توليد الأفكار الجديدة كالعصف الذهني وقبعات التفكير وغيرها.
- أن تقوم المؤسسة بتدريب العاملين على المهارات المطلوبة لتحقيق الأداء الإبتكاري.
- أن تجري المؤسسة عمليات من شأنها إختيار وتقييم عند توظيف أفراد مبدعين وتوزيعهم على الوظائف الملائمة لمستوى الإبتكار الذي يتمتعون به.
- أن تغير المنظمة خصائصها مثل الهيكل ومناخ العمل والثقافة المهيمنة بطرق تؤدي إلى تيسير عمليات الابتكار.

ولا شك أن البيئة الداعمة للإبتكار تؤمن بضرورة تنمية وتطوير الإبتكار من خلال عدة وسائل وإستراتيجيات كدعم التدريب والبحث والتجريب، كذلك فإن المؤسسات الداعمة للإبتكار ترى ضرورة أن يكون تقييم الأداء والترقية على أساس الإبتكار والمخرجات الإبتكارية.

قد تفشل المنظمات في تحقيق أي نتائج إبداعية إذا كانت تلك المنظمات تعمل على كبح الابتكار لديها والجدول التالي يلخص الخصائص التنظيمية المشتركة التي تؤثر على الأداء الابتكاري

#### دور المجتمع في تنمية القدرات الابتكارية:

تبنى نظام مجتمعي يقوم على المشاركة و يتيح المجال لإبداء الآراء ويقبل النقد كالتالي (عبد الاله، ٢٠٢٢):

**الإستثمار في البحوث:** فالإبتكار قضية فكرية وحالة عقلية في الأساس، ومن ثم فإن التعليم ونشر المعلومات وديمقراطية الإدارة هي الظروف الصحية لإنطلاق الفكر الابتكاري، كما أن عملية الإبتكار والتطوير عملية تراكمية وتحتاج إلى إستثمار مالي وبشري، ومن ثم فإن الإستثمار في أعمال البحوث هو أساسي لإمكان إحداث عمليات إبداعية ذات معنى (عبد الاله، ٢٠٢٢).

**دعم التوجه التجريبي:** أي التوجه إلى تجربة ما هو جديد بهدف التأكد من ملائمته للتطبيق، وهذا الإتجاه مرهون بالمخاطر لأنه يخلق الكثير من المشاكل نتيجة المقاومة التي يواجهها هذا الإتجاه بالرغم من كونه مطلباً ملحاً، كتشجيع التخطيط طويل المدى المتمم بالمرونة وإتاحة الفرص الملائمة لإظهار السلوك الإبتكاري وخلق وإيجاد المهام التي تتطلب عملاً إبداعياً (فراج، ٢٠٢٢).

**دعم وتشجيع تدريب المبدعين** (محمد و حسانين، ٢٠١٤): التسليم بأن الإبتكار هو إستعداد فطري قابل للنمو والتطوير، حيث يمكن تعلمه والتدريب عليه مثله في ذلك مثل التدريب على إكتساب الوعي والإتجاهات الإبتكارية وتطوير سمات الشخصية الإبتكارية ( مكافأة وتشجيع السمات الإيجابية ) والتدريب على مهارات الابتكار والحفز الذهني وغيرها من البرامج التي تعمل على تنمية القدرات الابتكارية وغرس وإستعادة ثقتهم بأنفسهم وعدم إلتزامهم بالمألوف والأساليب المعتادة التقليدية في التفكير وذلك بإستخدام كافة الأساليب من خلال الممارسة الفعلية لوظائفهم، وبذلك يتسنى للمديرين إطلاق إمكانياتهم.

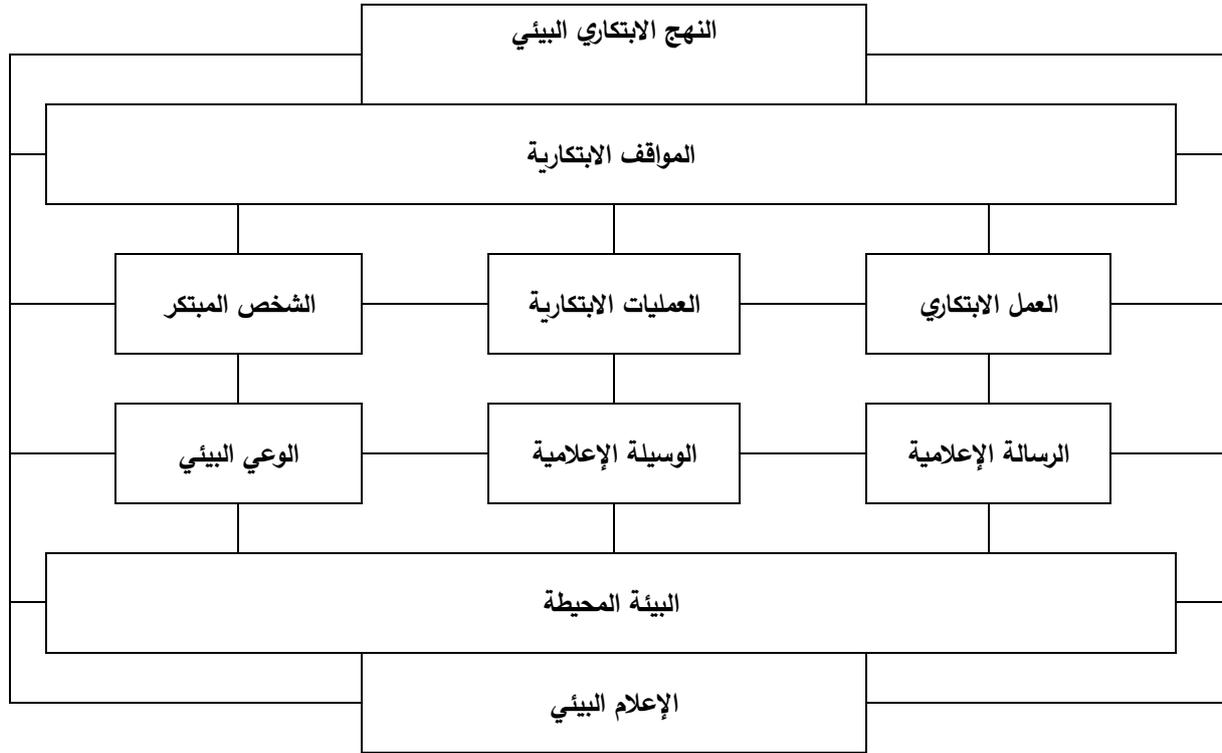
**تجنب المركزية في إتخاذ القرارات** (النجار و السطوحي، ٢٠٢٢): فتح قنوات الإتصال التي تحقق الإتصال والتفاعل العضوي مع الآخرين، بالقدر الذي يوفر المناخ المناسب للتعبير عن الأفكار وتبادل الآراء ويحفز على المنافسة الموضوعية بين مجموعات العمل، إعادة تصميم أساليب العمل بما يمنح المدراء حرية أكبر لإبتكار وسائل جديدة لتطوير العمل وتجنب المركزية في القرارات، بناء هيكلية تتفاعل مع متغيرات البيئة تمكنها من تحويل تلك المتغيرات الى فرص وأفكار إبداعية.

**تقييم الأداء وفقاً للإبتكار** (جودة و السطوحي، ٢٠٢١) : تحديد معايير موضوعية لتقييم الأداء لتأكيد الثقة بالعاملين، وتتيح هامش أكبر من الحرية في التصرف، وتتمى الدافعية للمحاولات المتكررة، وتضع أسبقية متميزة للابتكار والتجديد، وتطوير أنظمة وقواعد إختيار القيادات الإدارية بما يوفر ضمانات إختيار العناصر المميزة لشغل الوظائف الإدارية بناء على الجدارة المهنية والكفاءة الإدارية في جو تنافسي يعتمد على الإنجازات وليس فقط شروط السن والتقارير السرية في العمل والروتين.

نستنتج من هذا أن النشاط الإبتكاري يكون فعلاً إبداعياً بقدر ما يكون جديداً ومفيداً وصحيحاً وذا قيمة، وأن الإبتكار عملية تجديدية وليست تكرارية، فالإبتكار عملية إحداث وتكوين مستمرة غير محددة ولا توجد وصفة سهلة المنال للوصول إليه، بينما التكرارية هي عملية منطقية إجرائية تخضع لقواعد ثابتة

والطريق إلى الحل واضح ومباشر الوصول.

نموذج الدراسة:



من إعداد الباحث

الدراسة الميدانية:

أولاً : النتائج الوصفية للدراسة التطبيقية:

الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية:

وفيما يلي عرض لعينة الدراسة وفق الخصائص والسمات الشخصية:

- توزيع أفراد العينة حسب العمر

توزيع أفراد العينة حسب العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية %
أقل من ٣٠ عاماً	٢٣	٣٥.٩%
من ٣٠ وحتى أقل من ٤٠ عاماً	٣٣	٥١.٦%
٤٠ عاماً فأكثر	٨	١٢.٥%
المجموع	٦٤	١٠٠%

يتبين من جدول السابق أن ٢٣ مفردة من عينة الدراسة أعمارهم أقل من ٣٠ عاماً بما نسبته ٣٥.٩%، وعدد ٣٣ مفردة من عينة الدراسة أعمارهم تتراوح بين ٣٠ عاماً إلي أقل من ٤٠ عاماً بما نسبته ٥١.٦%، وعدد ٨ مفردات من عينة أعمارهم ٤٠ عاماً فأكثر بما نسبته ١٢.٥%.

وهذا يدل على أن العينة من الفئة العمرية التي تقع من ٣٠ وحتى أقل من ٤٠ عاماً هي الفئة الأكثر في العينة بما يتفق مع مجتمع الدراسة، تليها الفئة العمرية أقل من ٣٠ عاماً تليها الفئة العمرية ٤٠ عاماً فأكثر.

التوزيع حسب الخبرة:

توزيع أفراد العينة حسب الخبرة

الخبرة	العدد	النسبة المئوية %
اقل من ١٠ سنوات	٣٨	٥٩.٤%
من ١٠ و اقل من ٢٠ سنة	١٧	٢٨.٦%
اكثر من ٢٠ سنة	٩	١٤.١%
المجموع	٦٤	١٠٠%

يتبين من الجدول السابق أن عدد ٣٨ مفردة بما نسبته ٥٩.٤% من عينة الدراسة من اقل من ١٠ سنوات خبرة، وأن عدد ١٧ مفردة بما نسبته ٢٨.٦% من الفئة من ١٠ و اقل من ٢٠ سنة خبرة، وأن عدد ٩ مفردات بما نسبته ١٤.١% من اكثر من ٢٠ سنة خبرة، ويرى الباحث ان هذه النسب بالعينة تتوافق مع النسب فئات العمر وفئات الوظيفة وكذلك تتفق مع نسب المجتمع الأصلي.

### ثانياً: النتائج الإحصائية للدراسة التطبيقية:

#### الوصف الإحصائي لعينة الدراسة وفق محاور الدراسة:

تم إيجاد المتوسطات والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف حسب توصيف العينة ويستخدم هذا الأمر بشكل أساسي لأغراض وصف متغير ما، ويفيد الباحث في وصف عينة الدراسة.

#### ١- جدول المتوسطات والانحرافات المعيارية ومعامل الاختلاف لمحاور الدراسة

المتغيرات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	معامل الاختلاف	درجة التشتت
الرسالة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي	٢.٨٤	٠.٥١٨٨١	١٨.٢٤%	ضعيف جداً
الوسيلة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي.	٢.٨٥	٠.٤٩٧٩٣	١٧.٤٧%	ضعيف جداً
الوعي البيئي كأحد أدوار الإعلام البيئي	٢.٨٤	٠.٥١٤٢	١٨.٠٨%	ضعيف جداً
المتغير التابع: زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر.	٢.٨٢	٠.٤٧٠٩٨	١٦.٦٨%	ضعيف جداً

يوضح الجدول السابق النتائج الإحصائية لمتوسطات درجات رأي أفراد العينة حول متغيرات الدراسة ( الرسالة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي الوسيلة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي، الوعي البيئي كأحد أدوار الإعلام البيئي )، والمتغير التابع ( زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر ). وقد حصلت جميع المتغيرات على متوسطات متقاربة من أقل متوسط من المتغيرات المستقلة بقيمة (٢.٨٢) مما يدل تأثير هذا المحور في التأثير على تحقيق هدف دور الإعلام في زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر، وقد لوحظ أن معامل الاختلاف الذي توضحه درجة تشتت البيانات فجميعها حصلت على درجة تشتت ضعيف جداً مما يعني أن البيانات متجانسة بشكل كبير، وكان أقل معامل إختلاف هو المتغير التابع: زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر بنسبة ١٦.٦٨%.

#### ٢- إختبار مدى صحة الفرض الأول:

ينص الفرض الأول: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوي (  $\alpha = 0.05$  ) بين الرسالة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر، ولإختبار صحة الفرض الأول كما يأتي:

إختبار العلاقة بين الرسالة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر

	الرسالة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي	
Chi-Square(a)	١٧٩.١٥	٢كا
df	١٩	درجات الحرية
Asymp. Sig.	٠.٠٠٠٢	القيمة الاحتمالية

استخدم اختبار كاي<sup>٢</sup>، ومستوى المعنوية الجدولي ( $\alpha$ ) = ٠.٠٠٥؛ فكان مستوى المعنوية المحسوب (p-value) = ٠.٠٠٠٢

بذلك يكون القرار: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha=0.05$ ) بين الرسالة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر."

#### تحليل الارتباط:

يوضح الجدول الآتي نتائج اختبار معامل ارتباط بيرسون لقياس معنوية الارتباط لقياس شدة العلاقة بين الرسالة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر.

معامل ارتباط بيرسون لقياس معنوية الارتباط بين الرسالة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر

		x1	y	
x1	Pearson Correlation	١	** .٩٠٣	الارتباط
	Sig. (2-tailed)		٠.٠٠٠	القيمة الاحتمالية
	N	٦٤	٦٤	العدد
y	Pearson Correlation	** .٩٠٣	١	الارتباط
	Sig. (2-tailed)	٠.٠٠٠		القيمة الاحتمالية
	N	٦٤	٦٤	العدد

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بلغت ٠.٩٠٣ وهي معنوية عند مستوى معنوية ٠.٠٠٥؛ إذ إن القيمة الاحتمالية (p-value) كانت (sig= 0.000)؛ مما يعني أن هناك علاقة ارتباط طردية قوية بين الرسالة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر.

### ٣- اختبار مدى صحة الفرض الثاني:

ينص الفرض الثاني: يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha = 0.05$ ) بين الوسيلة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر. ولاختبار صحة الفرض الثاني أُجري تحليل الارتباط كما يأتي:

اختبار العلاقة بين الوسيلة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر

	الوسيلة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي	
Chi-Square(a)	١٨١.١٣	٢٤
df	١٩	درجات الحرية
Asymp. Sig.	٠.٠٠٠٠	القيمة الاحتمالية

استخدم اختبار كاي<sup>٢</sup>، ومستوى المعنوية الجدولي ( $\alpha$ ) = ٠.٠٥؛ فكان مستوى المعنوية المحسوب ( $p$ -value) = ٠.٠٠٠٠

بذلك يكون القرار: " يوجد علاقة ذات دلالة إحصائية عند مستوى ( $\alpha = ٠.٠٥$ ) بين الوسيلة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر "

### تحليل الارتباط:

يوضح الجدول الآتي نتائج اختبار معامل ارتباط بيرسون لقياس معنوية لقياس شدة الارتباط بين الوسيلة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر.

معامل ارتباط بيرسون لقياس معنوية الارتباط بين الوسيلة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر.

		x2	Y	
x2	Pearson Correlation	١	**.٨٦١	الارتباط
	Sig. (2-tailed)		٠.٠٠٠	القيمة الاحتمالية
	N	٦٤	٦٤	العدد
y	Pearson Correlation	**.٨٦١	١	الارتباط
	Sig. (2-tailed)	٠.٠٠٠		القيمة الاحتمالية
	N	٦٤	٦٤	العدد

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بلغت ٠.٨٦١ وهي معنوية عند مستوى معنوية ٠.٠٥؛ إذ إن القيمة الاحتمالية (p-value) كانت (sig= 0.000)؛ مما يعني أن هناك علاقة ارتباط طردية قوية بين الوسيلة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر.

#### إختبار مدى صحة الفرض الثالث:

ينص الفرض الثالث: يوجد علاقة إحصائية عند مستوى ( $\alpha = 0.05$ ) بين الوعي البيئي كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر. ولإختبار صحة الفرض الثالث أُجري تحليل الارتباط كما يأتي:

إختبار العلاقة بين الوعي البيئي كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر

	الوعي البيئي كأحد أدوار الإعلام البيئي	
Chi-Square(a)	١٩٢.١٣	٢٤
df	١٩	درجات الحرية
Asymp. Sig.	٠.٠٠١	القيمة الاحتمالية

استخدم اختبار كاي، ومستوى المعنوية الجدولي ( $\alpha$ ) = ٠.٠٥؛ فكان مستوى المعنوية المحسوب (p-value) = ٠.٠٠١

بذلك يكون القرار: يوجد علاقة إحصائية عند مستوى ( $\alpha = 0.05$ ) بين الوعي البيئي كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر.

#### أ- تحليل الارتباط:

يوضح الجدول الآتي نتائج اختبار معامل ارتباط بيرسون لقياس معنوية الارتباط لقياس شدة العلاقة بين الوعي البيئي كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر.

معامل ارتباط بيرسون لقياس معنوية الارتباط بين الوعي البيئي كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر.

	x3	Y	
x3	Pearson Correlation	١	٠.٩٠٣**
	Sig. (2-tailed)		٠.٠٠٠

	N	٦٤	٦٤	العدد
y	Pearson Correlation	**٠.٩٠٣	١	الارتباط
	Sig. (2-tailed)	٠.٠٠٠		القيمة الاحتمالية
	N	٦٤	٦٤	العدد

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

يتضح من الجدول السابق أن قيمة معامل ارتباط بيرسون بلغت ٠.٩٠٣ وهي معنوية عند مستوى معنوية ٠.٠٥؛ إذ إن القيمة الاحتمالية (p-value) كانت (sig= 0.000)؛ مما يعني أن هناك علاقة ارتباط طردية قوية بين الوعي البيئي كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر.

#### النتائج:

- أن لدور الإعلام البيئي أهمية قصوى على الحياة البيئية عن طريق زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الرسالة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر بنسبة ٩٦,٣٪ وهي نسبة طردية قوية.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوسيلة الإعلامية كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر بنسبة ٩٦,١٪ وهي نسبة طردية قوية.
- وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين الوعي البيئي كأحد أدوار الإعلام البيئي وبين زيادة النهج الابتكاري البيئي في مصر بنسبة ٩٥,٣٪ وهي نسبة طردية قوية.
- يمثل النهج الابتكاري طريقة حديثة للتفكير البيئي يستطيع الوصول بالبيئة إلى أقل ما يكون من الأضرار البيئية.
- أن الإعلام البيئي بعناصره يستطيع التأثير على الابتكار البيئي ليصبح منظومة بيئية قادرة على تغيير البيئة.

#### التوصيات:

- ١- طرح رؤية إعلامية جديدة للتعامل مع البيئة لتنظيم إستغلال مواردها بالإستعانة بتوصيات المؤتمرات البيئية.

- ٢- كسب ثقة الجمهور فيما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات بيئية عن طريق توثيقها وإنشاء منصات رسمية معتمدة لتقديم الثقافة البيئية للجمهور لإكتساب ثقتهم وتعاونهم.
- ٣- التقديم الإعلامي للحلول العلمية والعملية للقضايا البيئية حتى يمكن تنفيذ هذه الحلول.
- ٤- ضرورة التأكيد على أهمية نشر الوعي البيئي لدى جماهير المستخدمين بوسائل الإعلام وإعتباره واحداً من التطبيقات التي تُسهم في التنمية الإقتصادية والإجتماعية في مصر.
- ٥- إستخدام أدوات التواصل الإجتماعي كأهم الوسائل الحديثة للإعلام البيئي في مصر.
- ٦- الإستفادة من التقنيات الجديدة للإعلام البيئي مثل أدوات التواصل الإجتماعي وصفحات الويب من قبل الجهات الحكومية المسؤولة عن البيئة.

## المراجع

إبراهيم عبد الواحد عارف. (٢٠٠٨). الإعلام البيئي و أهمية إيجاد الوعي بمشكلات البيئة بالخليج. مجلة اتحاد إذاعة وتلفزيون ، صفحة ٢٩.

أحمد محمد موسى. (٢٠٠٧). الخدمة الاجتماعية وحماية البيئة (المجلد ١). القاهرة، مصر: المكتبة العصرية .

حامد زعزوع سنوسي. (٢٠٢٢). سلوك إخفاء المعرفة كمتغير وسيط في علاقة الإشراف المسيء بسلوك العمل الابتكاري- دراسة تطبيقية على العاملين بالبنوك بالفيوم. مجلة الدراسات المالية والتجارية.

حميدة محمد النجار، و احمد محمد السطوحى. (٢٠٢٢). الدور الوسيط للثقافة التنظيمية في العلاقة بين مواطنة الشركات والسلوك الابتكاري. المجلة العلمية للدراسات والبحوث، الصفحات ١٤١٧-١٤٦٠.

خالد صالح أحمد الصيدلاني. (٢٠٠١). المناخ التنظيمي وعلاقته بالإبداع الإداري في اتخاذ القرار بإمارة منطقة المدينة المنورة وأمانتها. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية. الرياض: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

خالد عبدالله إبراهيم. (٢٠١٨). التفكير الإبداعي في اتخاذ القرارات (المجلد الطبعة الثانية). دار امجد للنشر والتوزيع.

خولة بلعزيزية. (٢٠١٨). دور الإعلام البيئي في التوعية من مخاطر التلوث دراسة ميدانية عمى عينة من مستمعي إذاعة أم البواقي المحمية. كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، الجزائر: جامعة العربي بن مهدي أم البواقي.

راشد بن هادي الدوسري. (٢٠١٨). فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي : دراسة ميدانية. كلية العلوم الاجتماعية، قسم الإعلام، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

راشد بن هادي راشد الدوسري. (٢٠١٨). فاعلية الإعلام الجديد في تنمية الوعي البيئي : دراسة ميدانية. كلية العلوم الاجتماعية، قسم الإعلام. جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية.

سمير محمود. (٢٠٠٨). الإعلام العلمي (المجلد ١). القاهرة ، مصر: دار الفجر.

- سميرة شريط. (٢٠٠٩). دور الإعلام المحلي في نشر الوعي البيئي، دراسة لعينة من مستمعي إذاعة بسكرة نموذجا. جامعة بسكرة - محمد خضر. الجزائر: جامعة بسكرة - محمد خضر.
- سنا محمد الجبور. (٢٠١١). الاعلام البيئي (المجلد ١). الاردن: دار اسامة للنشر والتوزيع.
- صالح عبد السالم سعد محمد. (مارس، ٢٠١٩). التفكير الابداعي - من التفكير الساذج إلى التفكير الإبداعي دراسة في أمانات لتفكير. مجلة كليات التربية، الصفحات ٤١٢ - ٤٢٨.
- صفية حميدوش. (٢٠١٨). الاتصال البيئي كآلية لتنمية الوعي البيئي (المجلد ١). القاهرة، مصر: مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع.
- طارق محمد السويديان، و محمد أكرم العدلوني. (٢٠٠٤). مبادئ الإبداع. الرياض: قرطبة للنشر والتوزيع.
- عبد العزيز علي مرزوق، و ثروت صبري عبد الجواد. (٢٠١٨). اختبار الدور الوسيط للحترق الوظيفي في العلاقة بين الاشراف المسئ وسلوكيات العمل المضادة لانتاج. المجلة العلمية للبحوث التجارية، الصفحات ١٢٣-١٥٨.
- عبد الله السمان، و عمرو عبد العزيز. (٢٠٢١). العلاقة بين إدارة المعرفة والابداع الإداري لدى العاملين بينوك القطاع العام التجارية المصرية. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، الصفحات ١-٣٧.
- عبد المحسن عبد المحسن جودة، و احمد محمد السطوحي. (٢٠٢١). الدور الوسيط لصياغة الوظيفة للعلاقة بين الشخصية الاستباقية والسلوك الابداعي. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، الصفحات ١٤٩-١٧٦.
- عبد الناصر طه ابراهيم محمد، و اسامة احمد حسانين. (٢٠١٤). تحليل العلاقة بين الاشراف المسئ وعدم التحضر في مكان العمل. محلة البحوث التجاوية النعاصرة، الصفحات ٥٢-٩٦.
- عزوز نش. (٢٠٢٠). دور الإعلام البيئي المحلي في مكافحة ظاهرة التصحر بالجزائر. دكتوراه علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، الجزائر.
- علاء محمد. (٢٠١٣). التفكير الإبداعي. جريدة مركز طارق والي العمارة والتراث ، ٣ (جريدة مركز طارق والي العمارة والتراث).

- علي صالح. (٢٠٠٣). الإعلام البيئي بين النظرية والتطبيق. مركز الإسكندرية للأبحاث، مصر.
- عليوط محمد فخرالدين. (٢٠٢١). الإعلام البيئي ودوره في حماية البيئة. كلية الحقوق والعلوم السياسية. الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي.
- كيحل فتيحة. (بلا تاريخ). الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، موقع الفاسبوك أنموذجاً. جامعة الحاج لخضر، باتنة. الجزائر: جامعة الحاج لخضر، باتنة.
- محب محمود كامل الرفاعي. (٢٠٠٤). التربية البيئية من أجل بيئة أفضل. القاهرة، مصر: لمركز القومي، للبحوث التربوية والتنمية.
- محمد ابراهيم محمد. (٢٧-٢٩ نوفمبر ٢٠٠٦). البيئة المستدامة، ٢٧-٢٩ ٢٠٠٦. القاهرة. القاهرة: المؤتمر الإعلامي العربي الأول للبيئة والتنمية المستدامة.
- محمد صالح. (مارس، ٢٠١٩). التفكير الإبداعي - من التفكير الساذج إلى التفكير الإبداعي دراسة في أنماط لتفكير. مجلة كليات التربية الشاطئي جامعة سبها، الصفحات ٤١٢ - ٤٢٨.
- هاني فتحي عبد الاله. (٢٠٢٢). دور ممارسات ادارة المواهب في تنمية الابداع التنظيمي. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، الصفحات ١٠٠٣-١٠٥٤.
- هبة احمد محمد فراج. (٢٠٢٢). دور التمكين النفسي كمتغير وسيط في العلاقة بين راس المال النفسي وسلوكيات العمل الابتكاري. المجلة العلمية للدراسات والبحوث المالية والتجارية، الصفحات ٧٩-١٣٠.
- هبة زقور. (٢٠٢٢). دور التفكير الإبداعي في توليد المعرفة - دراسة حالة المركز الجامعي عبد الحفيظ بوالصوف ميلة. معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير. الجزائر: معهد العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير.
- ياسين بوزراع. (٢٠١٠). دور الإذاعة المحلية في نشر الوعي البيئي لدى الطلبة الجامعيين. جامعة منتوري، قسم علم الاجتماع. قسنطينة الجزائر : جامعة منتوري قسنطينة.