

ISSN (Print) 2596 – 7517

ISSN (Online) 2597 – 307X

FULL PAPER

أطر المعالجة الإعلامية للتغير المناخي في المنصات المرئية الدولية
دراسة تحليلية مقارنة لموقع قناتي فرانس 24 عربية و BBC عربية على يوتيوب
المدة من 2025/6/30 إلى 2026/1/1

**Media Coverage of Climate change on International Visual Platforms
A comparative Analytical study of the YouTube Channels of France 24
Arabic and BBC Arabic**

Duration: June \30\ 2025 to January\ 1\ 2026

Abstract:

This study aims to analyze the media treatment of climate change issues on international Arabic-language satellite channels on YouTube, by revealing the nature of the prevailing media frameworks and the patterns of their use in presenting these issues. The study stems from the importance of the role played by international satellite channels in shaping the awareness of the Arab public regarding global environmental issues, especially in light of the escalating repercussions of climate change at the environmental, economic, and political levels. The study adopted the descriptive analytical approach, using content analysis based on media framing theory, on a sample of media materials published on France 24 Arabic and BBC Arabic channels on YouTube during a specific time period.

The study concluded that media coverage of climate change issues was characterized by a diversity of media frameworks. Media coverage was distributed across eleven main frameworks in both channels. The "consequences" framework ranked first in both channels, followed by the "causes" framework in second place. This reflects a shared focus on highlighting the repercussions of climate change and linking it to its causes. Additionally, there was a relative convergence between the two channels in the ranking of some frameworks, such as the "attribution of responsibility" framework, while there were differences in others. The "humanitarian concern" framework and the "sustainable development" framework were more prominent on France 24, while the "solutions" and "economic consequences" framework had a clearer presence on the BBC. The remaining frameworks ranked lower on both channels.

Keywords: Media Framing, Digital Media, Visual Platforms, Environmental Media, Visual Content

Prepared by**Prof. Dr. Yousra Khalid Ibrahim****Department Radio and****Television Journalism****College of Media****Al-Iraqi Universit****Yusra.kh.ibrahim@aliraqia.edu.iq****أ.د. يسرى خالد إبراهيم****Sajjad Abdul Rahman Hamid****Department Radio and****Television Journalism****College of Media****Al-Iraqi Universit****Sajad.a.hameed@aliraqia.edu.iq****سجاد عبد الرحمن حميد**

تهدف الدراسة الى تحليل اطر المعالجة الإعلامية لقضايا التغير المناخي في مواقع الفضائيات الدولية الناطقة بالعربية على موقع يوتيوب، من خلال الكشف عن طبيعة الأطر الإعلامية السائدة وانماط توظيفها في تقديم هذه القضايا، وانطلق الدراسة من أهمية الدور الذي تؤديه الفضائيات الدولية الموجهة في تشكيل وعي الجمهور العربية بالقضايا البيئية العالمية، لا سيما في ظل تصاعد تداعيات التغير المناخي على المستويات البيئية والاقتصادية والسياسية.

اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، مستخدمة أسلوب تحليل المضمون استنادا الى نظرية الأطر الإعلامية، وذلك على عينة من المواد الإعلامية المنشورة في قناتي فرانس 24 عربية وBBC عربية على يوتيوب خلال مدة زمنية محددة.

وتوصلت الدراسة الى ان المعالجة الإعلامية لقضايا التغير المناخي اتسمت بتنوع الأطر الإعلامية، اذ توزعت المعالجة الإعلامية على احدى عشر اطارا رئيسا في كلتا القناتين، وقد تصدر اطار النتائج المرتبة الأولى لدى القناتين، يليه اطار الأسباب في المرتبة الثانية، ما يعكس تركيزا مشتركا على ابراز تداعيات التغير المناخي والربط بمسبباته، إضافة الى تقارب نسبي بين القناتين في ترتيب بعض الأطر، مثل اطار نسب المسؤولية، مقابل تباين في اطر أخرى، حيث برز اطار الاهتمام الإنساني واطر التنمية المستدامة بدرجة اعلى لدى فرانس 24، بينما حضي اطار الحلول والنتائج الاقتصادية بحضور أوضح لدى BBC، بينما حلت بقية الأطر في مراتب متأخرة لدى القناتين.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية ، المعالجة الإعلامية، الإعلام الرقمي ، المنصات المرئية، الإعلام البيئي ، المحتوى المرئي

المقدمة

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تصاعدا غير مسبوق في قضايا التغير المناخي، بوصفها من أخطر التحديات البيئية التي تهدد استقرار الأنظمة الطبيعية والاقتصادية والاجتماعية على المستوى العالمي، وقد انعكس هذا التحولات المناخية في ازدياد الظواهر المناخية المتطرفة، وارتفاع درجات الحرارة، وتقادم الازمات البيئية، الامر الذي دفع المنظمات الدولية والحكومات ووسائل الاعلام الى تكثيف الاهتمام بهذه القضايا بوصفها شأنا عالميا عابرا للحدود، وفي ضل هذا السياق، برز الدور المحوري لوسائل الاعلام الدولية في نقل قضايا التغير المناخي وتفسير ابعادها للجمهور، ولا سيما الفضائيات الدولية الناطقة بالعربية التي تمثل مصدرا رئيسا للمعلومات البيئية لدى المتلقي العربي، اذ لا يقتصر دور هذه الوسائل على نقل الوقائع، بل يتجاوز ذلك الى إعادة بناء القضايا المناخية ضمن اطر إعلامية محددة، ويتم من خلالها ابراز جوانب معينة من القضية، وتهميش جوانب أخرى، بما ينسجم مع توجهاتها التحريرية وسياساتها الإعلامية، ومع التحول الرقمي أصبحت المواقع الالكترونية وعلى رأسها موقع يوتيوب، فضاء أساسيا لنشر المحتوى الاخباري والتحليلي، حيث تعتمد الفضائيات الدولية على هذه المواقع للوصول الى جمهور أوسع وأكثر تفاعلا، وقد اسهم ذلك في تنوع اشكال المعالجة الإعلامية لقضايا التغير المناخي، وتعدد الأطر المستخدمة في تقديمها، سواء كانت اطر بيئية او سياسية او اقتصادية او إنسانية او تنموية، وانطلاقا من ذلك، تتباين معالجات مواقع الفضائيات الدولية الناطقة بالعربية لقضايا التغير المناخي، تبعا لاختلاف سياساتها التحريرية ومرجعياتها الفكرية واولوياتها الإخبارية، الامر الذي ينعكس على طبيعة الأطر الإعلامية المعتمدة في تغطية هذه القضايا، وهو ما يبرز أهمية دراسة اطر المعالجة الإعلامية لقضايا التغير المناخي في مواقع هذه الفضائيات، لما لها من تأثير في تشكيل وعي الجمهور وإدراكه لطبيعة المخاطر المناخية وسبل مواجهتها، وعليه برزت مشكلة البحث بصورة واضحة لدينا خصوصا بعد دراسة المحتوى الإعلامي المرئي في قناة فرانس 24 عربية وBBC عربية، وذلك للاختلاف الواضح في السياسة الإعلامية للقناتين والتأثير الكبير لديهم من حيث المشاهدة والمتابعة من قبل الجمهور العربي، ومن هذا المنطلق وعن طريق المتابعة المستمرة لهذه المواد الإعلامية في القناتين تولدت الرغبة العلمية لدى الباحث لمعرفة اليات وأساليب تأطير قضايا المناخ، ومن اجل بلوغ الهدف المرسوم للبحث تم تقسيمه الى: الاطار المنهجي، والنظري، والعملي، الذي خصص للدراسة التحليلية وتفسير الجداول وثم عرض النتائج العامة التي توصل اليها الباحث.

أولاً: أهمية البحث

تنطلق أهمية البحث من ارتباطها الوثيق بموضوع الدراسة، إذ يعد توضيح الأهمية العلمية والموضوعية والمجتمعية عنصراً أساسياً في إبراز قيمة البحث وتحديد أهداف الدراسة بوضوح (الهييتي ، 1983 : 29)، وتقسم أهمية البحث على النحو الآتي:

1. الأهمية العلمية: تسهم الدراسة في تعزيز الأدبيات الإعلامية المتعلقة بالأعلام البيئي، وذلك من خلال تحليل أطر المعالجة الإعلامية لقضايا التغير المناخي في مواقع الفضائيات الدولية الناطقة بالعربية، بما يدعم توظيف نظرية الأطر الإعلامية في هذا المجال ويوفر أساساً معرفية يمكن الاستفادة منه في بحوث لاحقة تتناول الاعلام العابر للحدود وقضايا الاستدامة.

2. الأهمية الموضوعية: وتتبع من الكشف عن أنماط التداول الإعلامي لقضية التغير المناخي، وأولويات المعالجة والتركيز التي تعتمد عليها الفضائيات الدولية الموجهة للجمهور العربي، بما يتيح فهم طبيعة الخطاب الإعلامي وإساليبه في إبراز قضايا وإغفال أخرى.

3. الأهمية الاجتماعية: وتتجلى في إبراز دور الاعلام في رفع مستوى الوعي بالتغير المناخي بوصفه قضية ذات أبعاد بيئية وإنسانية وصحية، إذ تسهم نتائج الدراسة في توضيح مدى إسهام هذه الفضائيات في توجيه الجمهور نحو ممارسات داعمة للاستدامة وتحفيز النقاش المجتمعي حول التحديات البيئية

ثانياً: مشكلة البحث:

يعد تحديد المشكلة من المسائل الجوهرية التي لا غنى عنها في مختلف أنواع البحوث ومجالاتها ذلك إن اكتشاف مشكلة جديدة بالبحث يحتاج إلى صبر وروية كما انه يحتاج إلى دقة متناهية لما لذلك من اثر في جميع خطوات البحث إجرائية كانت أم ميدانية. (عمر، 2008 : 109)

فالمشكلة هي "عبارة عن تساؤلات تدور في ذهن الباحث، من خلال احساسه بوجود ظاهرة ما، او غموض، او خلل في جزء محدد من نشاطات المجتمع، وحركته عبر نشاطات مؤسساته المختلفة، أي الباحث يحاول ان يتحرى عن ذلك الخلل واستجلاء امره ومسبباته ودراسة جانب او اكثر من جوانبه، (قنديلي، 2013 : 48) وتنطلق المشكلة من تساؤل رئيس هو "ما ابرز اطر المعالجة الإعلامية لقضايا التغير المناخي في موقع قناتي فرانس 24 عربية و BBC عربية على يوتيوب؟" ويتفرع الى التساؤلات الآتية:

1. ما الأبعاد التي ركزت عليها القناتين في المعالجة الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية في اليوتيوب؟

2. ما طبيعة المصادر التي اعتمدت عليها القناتين في تغطيتها الاعلامية لقضايا التغير المناخي على يوتيوب؟
3. ما الفنون التحريرية المستخدمة في المعالجة الاعلامية لقضايا التغير المناخي في الفضائيات عينة الدراسة؟
4. ما هي النسبة الزمنية لموضوعات التغير المناخي مقابل بقية الموضوعات في قنوات الدراسة على يوتيوب؟
5. ما أنواع المعالجة الإعلامية التي تناولتها الفضائيات الدولية عينة الدراسة إزاء قضايا التغير المناخي؟

ثالثاً: اهداف البحث:

1. التعرف على ابرز الأطر المستخدمة في المعالجة الاعلامية لقضايا التغير المناخي وانواعها في مواقع الفضائيات الدولية الموجهة عينة الدراسة على يوتيوب، لتحديد ابرز الأطر والجوانب التي تم التركيز عليها.
2. معرفة الأبعاد التي ركزت عليها القناتين في المعالجة الإعلامية لقضايا التغيرات المناخية في اليوتيوب، لتحديد ابرز هذه الابعاد وبالتالي تحديد البعد الأبرز.
3. الكشف طبيعة المصادر التي اعتمدت عليها القناتين في تغطيتها الاعلامية لقضايا التغير المناخي على يوتيوب، لتتضح الرؤية بنوع المصادر التي تعتمدھا القناتان وبالتالي تتضح اتجاهاتها.
4. بيان الفنون التحريرية المستخدمة في المعالجة الاعلامية لقضايا التغير المناخي في الفضائيات عينة الدراسة.
5. التعرف على النسبة الزمنية لموضوعات التغير المناخي مقابل بقية الموضوعات في قنوات الدراسة على يوتيوب.
6. الكشف عن أنواع المعالجة الإعلامية التي تناولتها الفضائيات الدولية عينة الدراسة إزاء قضايا التغير المناخي.

رابعاً: منهج البحث:

ويعد هذا البحث من البحوث الوصفية، والذي اعتمد على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، وذلك لان المنهج المسحي من اكثر المناهج العلمية ملائمة لتحقيق اهداف البحث، وهو من ابرز المناهج المستخدمة في الدراسات الإعلامية ، (صادق، 2014: 148) ويعرف المنهج المسحي انه "الطريقة او الأسلوب الأمثل لجمع المعلومات من مصادرها الأولية وعرض هذه البيانات في صورة يمكن الاستفادة منها في بناء قاعدة معرفية وبما ينسجم مع طبيعة مشكلة الدراسة وأهدافها" ، (عبد الحميد، 2000: 13) واعتمد الباحث أداة تحليل المضمون لتحقيق اهداف البحث في معرفة طبيعة اطر المعالجات الإعلامية لقضايا التغير المناخي في موقع قناتي فرانس 24 عربية وBBC عربية على يوتيوب، ويعرف تحليل المضمون حسب "بيريسلون Berelson" انه "وسيلة

بحث يستخدمها الباحث لوصف المحتوى الظاهر للرسالة الاعلامية وصفا كميا وموضوعيا ومنهجيا". (ابراهيم، 2007: 185)

خامسا: حدود البحث:

1. الحدود المكانية: حدد المجال المكاني في الفضاء الرقمي لموقع يوتيوب وتحديد مواقع الفضائيات الدولية الناطقة بالعربية، وتمثلت بموقع قناة فرانس 24 عربية الإخبارية على يوتيوب انودجا لقناة فرنسية موجهة الى الجمهور العربي، وموقع قناة BBC عربية الإخبارية على يوتيوب انمودجا لقناة بريطانية موجهة الى الجمهور العربي وتختلف القنوات في عرضها وطرحها للقضايا والموضوعات الإعلامية وطريقة المعالجة في القنوات، والامكانيات المتوفرة لديهم مما يسهم في معرفة اخر الاخبار والوصول الى الحدث بصورة سريعة.

2. الحدود الزمانية: حدد المجال الزمني من 2025/6/30 والذي تمثل في بداية انتشار مظاهر التغير المناخي وتداعياته على نطاق واسع وزيادة حدة التغيرات المناخية وما نتج عنها من كوارث طبيعية عديدة إضافة الى سلسلة من الحرائق التي نشبت في نطاق واسع من دول العالم وفي فترات متزامنة مما اسهم في تسليط الضوء من قبل قناتي فرانس 24 عربية وBBC عربية على أسباب وتداعيات القضية لمدة ثلاثة اشهر المتمثلة بفصل الصيف، واستمرت القنوات في تسليط الضوء على القضايا المناخية في فصل الشتاء بسبب تداعيات التغير المناخي التي استمرت عبر تسليط الضوء على تذبذب هطول الامطار وتفاوتها من دولة الى أخرى، وموجات الفيضانات والسيول التي جرفت واغرقت العديد من المدن والقرى، ولغاية 2026/1/1، وكانت مدة البحث ستة اشهر.

3. الحدود الموضوعية: تتمثل الحدود الموضوعية في تحليل أطر المعالجة الإعلامية لقضايا التغير المناخي كما وردت في مقاطع الفيديو المنشورة على المواقع الرسمية للفضائيات الدولية الناطقة بالعربية على موقع يوتيوب، خلال المدة الزمنية المحددة للدراسة، كونها ذات ابعاد بيئية وسياسية واقتصادية وصحية وإنسانية تهم المجتمع.

سادسا: مجتمع البحث

يتكون مجتمع البحث من جميع المواد الإعلامية المرئية (مقاطع الفيديو) التي تناولت قضايا التغير المناخي والمنشورة على المواقع الرسمية للفضائيات الدولية الناطقة بالعربية عبر اليوتيوب خلال مدة البحث، ويشمل مجتمع البحث الفنون التحريرية المرئية مثل: الاخبار، والتقارير، والمقابلات، والفيلم الوثائقي، والتحقيقات، وبرامج البودكاست، متى ما كان موضوع التغير المناخي محورا رئيسا او فرعيا للمحتوى الإعلامي، وتم اعتماد أسلوب

الحصر الشامل لجميع المواد الإعلامية المرئية (مقاطع الفيديو) التي تندرج ضمن مجتمع البحث والمنشورة خلال مدة البحث، وكانت مدة الحصر الشامل من 2025/6/30 ولغاية 2026/1/1، بواقع 395 مادة إعلامية مرئية، مقسمة الى 320 مادة اعلامية لقناة فرانس 24 عربية و75 مادة إعلامية لقناة BBC عربية، وان الزمن الكلي للمواد بعدد الدقائق لقناة فرانس 24 عربية (1143:36 دقيقة) خلال مدة البحث، وكان الزمن الكلي للمواد الاعلامية المتعلقة بقضايا التغير المناخي بعدد الدقائق لقناة BBC عربية (600:2 دقيقة) خلال مدة البحث.

سابعا: أدوات البحث

اعتمد الباحث على عدد من الأدوات المنهجية للوصول الى نتائج البحث، ويمكن عرضها على النحو الاتي:

1. **الملاحظة:** وتعرف الملاحظة انها "عملية مراقبة مقصودة بهدف رصد مواقف معينة من خلال النظر الى الشيء الملاحظ بتدقيق، (ابوسمرة، 2020: 97) وفي اطار الدراسة اعتمد الباحث على الملاحظة المنظمة لمتابعة المواد الاعلامية المرئية المتعلقة بقضايا التغير المناخي المعروضة عبر القنوات الفضائية الدولية الناطقة بالعربية على موقع يوتيوب، وذلك من خلال المشاهدة الدقيقة للأخبار والتقارير المصورة والأفلام والوثائقية وبرامج البودكاست والتحقيقات ذات الصلة.

2. **استمارة تحليل المضمون:** صممت استمارة تحليل المضمون في هذه الدراسة بعد تحديد تساؤلات البحث وأهدافه، وضبط حدوده المكانية والزمانية والموضوعية، فضلا عن تحديد طبيعة المواد المرئية المتعلقة بالتغير المناخي، وانماط المعالجة الإعلامية المعتمدة فيها، وبناء على ذلك قام الباحث ببناء استمارة تحليل المضمون، المتكونة من مجموعة من الفئات الرئيسية والفئات الفرعية، والتي تضمنت فئات التحليل: ماذا قيل؟ وكيف قيل؟، وذلك للوصول الى نتائج البحث واهم الاستنتاجات التي خرجت منها الدراسة

ثامنا: مصطلحات البحث اجرائيا:

1. **الأطر الإعلامية:** يشير مفهوم الأطر الإعلامية الى البنية التفسيرية او المنظور الذي توظفه وسائل الاعلام عند عرض القضايا والاحداث بما يحدد الزوايا التي تقدم من خلالها المعلومات ويبرز بعض الجوانب على حساب غيرها.
2. **المعالجة الإعلامية:** وهي الكيفية التي تتناول بها الوسيلة الإعلامية موضوعا او قضية معينة من حيث الأسلوب التحريري، درجة العمق، طبيعة المصادر، حجم التغطية، وأدوات العرض (نصوص، صور، فيديو، انفوكرافيك).

3. التغير المناخي: يقصد به التحولات بعيدة المدى في أنماط المناخ العالمية أو الإقليمية أو المحلية، والتي تعود أسبابها الى تفاعل عوامل طبيعية وبشرية، غير ان الاستخدام المعاصر يركز بالأساس على الاثار الناجمة عن الأنشطة البشرية.

4. الاعلام البيئي: وهو أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية، ونشر الثقافة البيئية والرقى بالوعي البيئي وبناء او فهم الظروف المحيطة واحداث تأثيرات في المستقبل من خلال التخطيط الاعلامي المسبق للأهداف المرجوة من الطرح الاعلامي البيئي.

5. مواقع الفضائيات الدولية: ويقصد بها المنصة الرسمية التابعة للقنوات الفضائية الدولية (يوتيوب)، والتي تبث محتواها للجمهور العربي عبر الانترنت، وهذه المنصات تمثل امتداد للبث الفضائي التقليدي، حيث توفر الاخبار والبرامج والتقارير والفيديوهات المسجلة والمباشرة، وتتيح تفاعل الجمهور من خلال التعليقات والمشاركة.

تاسعا: النظرية الموجهة للبحث:

يعرف الاطار الاعلامي بانه الفكرة الرئيسية التي تدور حولها المعالجة الإعلامية للقضية، التي يقدمها القائم بالاتصال بانتقائه جانبا من جوانب الاحداث او القضايا المثارة وابرازها، عبر تحديده لوصف مظاهر القضية، سواء كانت صراعا او مسؤولية او تعاونا، او ردود أفعال وطرح تبرير، وتحتوي على الأطر الفرعية التي تؤكد وتدل على الفكرة او الاطار الرئيسي،(عبد الحميد، 2016: 403) وتتجلى أهمية نظرية الأطر الإعلامية في تركيزها على الكيفية التي تعالج بها القضايا او الاحداث الإعلامية، من خلال دراسة المحتوى وتحليل أسلوب تقديمه ضمن اطار محدد، بما يسهم في الكشف عن دور وسائل الاعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات المرتبطة بالقضايا البارزة، وعلاقتها باستجابات الجمهور. (الزبون، 2014: 61) وتتميز نظرية الأطر الإعلامية بقدر عال من المرونة وإمكانية التطور بما يجعلها قابلة للتكيف مع طبيعة الوقائع والاحداث المتغيرة، فضلا عن الإفادة منها عبر دمجها مع نظريات أخرى، كما تساعد في تحليل الأطر الإخبارية واجراء المقارنات بينها، من خلال الكشف عن الأطر التي تعتمد عليها وسائل الاعلام في عرض القضايا او الاحداث وابرازه ، (شوقي، 2020: 49) وتسهم النظرية بذلك في توضيح العلاقة بين الأطر المستخدمة والمضامين الايدلوجية للوسيلة الإعلامية، من خلال بيان تأثير هذه الأيديولوجيا في تشكيل المحتوى، وذلك عبر استراتيجيات التأطير، وقد اسهم الباحثين في توضيح مفهوم الأطر باعتبارها انماطا تفسيرية، تمكن الافراد من استيعاب الاحداث الجارية داخليا وخارجيا، وتصنيفها وتحديد معانيها، بما يساعد على توجيه سلوكياتهم وتفاعلاتهم مع الواقع. (بيشو وآخرون، 2017: 71)

وتم اختيار نظرية الأطر الإعلامية، لما تتمتع به من قدرة تفسيرية ومنهجية في تحليل كيفية تناول وسائل الاعلام للقضايا البيئية المعقدة، والكشف عن الأساليب التي تعتمدها في اختيار القضايا وإبراز جوانب محددة منها بما ينسجم مع سياساتها التحريرية، كما تتيح النظرية فهم طبيعة الأطر المستخدمة في معالجة قضايا التغير المناخي، وتحليل تأثيرها في تشكيل ادراك الجمهور، الامر الذي جعلها ملائمة لطبيعة الدراسة وأهدافها البحثية.

عاشرا: الدراسات السابقة:

تحتم أصول البحث رجوع الباحث الى ما كتب عن موضوع بحثه من دراسات سابقة، اذ تعد عملية عرض التراث العلمي وتقييمه ركنا أساسيا من اركان البحث العلمي انطلاقا من انه عملية تعتمد على التراكم المعرفي في تطويرها ، (المشهداني، 2017 : 44) وكما الاتي:

المحور الأول: الدراسات ذات العلاقات الارتباطية بمتغير اطر المعالجة الإعلامية

1. دراسة مؤيد ناصر فصيل (2023) : انطلقت الدراسة من تساؤل رئيس هو "كيف عالجت قناة السومرية القضايا الجنائية والارهابية؟" وسعت الدراسة لمعرفة الموضوعات الجنائية والارهابية التي طرحها برنامج خط احمر على قناة السومرية العراقية موضوع البحث، وهدفت الدراسة الى الوقوف على أنواع المعالجات الإعلامية التي اعتمدها برنامج خط احمر في القضايا الجنائية والارهابية وتحديد ابرز الأطر التي ركزت عليها المعالجة الإعلامية لبرنامج خط احمر وتوصلت الدراسة الى اهم النتائج: ان المعالجة الإعلامية كانت موضوعية ومتوازنة في عرض الجرائم التي تناولتها حلقات البرنامج فكان حرية الكلام للجنة وحق الرد مكفول لهم ولم يكن الإيحاء بالإجابة منهجا للبرنامج. (فصيل، 2023)

2. دراسة دنيا وحيد عتيق (2016): حللت الدراسة اطر معالجة الازمات السياسية العربية في القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة بالعربية لقنوات (روسيا اليوم وفرنسا 24 وBBC البريطانية) واتجاهات الجمهور نحوها، وتمثلت مشكلة الدراسة التساؤل الاتي: ما اطر المعالجة الإخبارية للازمات السياسية العربية في القنوات الفضائية الإخبارية الناطقة باللغة العربية؟، وماهي سمات هذه المعالجة؟ وما القوى المؤثرة فيها؟ وسعت الدراسة الى التعرف على اطر الأسباب والحلول لتلك الازمات، وهدفت الدراسة الى الكشف عن اهداف المضامين الإعلامية المطروحة في عرض ومعالجة اخبار الازمات، والتعرف على ابرز الأطر المستخدمة في القنوات الموجهة الناطقة باللغة العربية في ظل الازمات، وتوصلت الدراسة الى النتائج: اشارت نتائج الدراسة الى اهم الازمات السياسة العربية الواردة بالأخبار في النشرات الإخبارية وفقا للقنوات موضوع الدراسة. (عتيق ، 2018)

3. دراسة A. Hardaker (2022): هدفت الدراسة تحليل معالجة الصحف البريطانية لقضايا التغير المناخي عبر زراعة الأشجار، وانطلقت الدراسة من التساؤل الاتي: ما الأطر الإخبارية المستخدمة في تغطية قضايا التغير المناخي عن طريق زراعة الأشجار، وهدفت الدراسة الى الكشف عن الأطر الإخبارية المستخدمة في تغطية الصحف البريطانية لقضايا التغير المناخي، و رصد تأثير تلك التغطية على اتجاهات الجمهور في المملكة المتحدة وتوصلت الدراسة الى النتائج الاتية: من الأطر المستخدمة هو التركيز على الجوانب الإيجابية لقضية زراعة الأشجار والتي من بينها المساعدة في تقليل نسبة ثنائي أوكسيد الكربون في الهواء والتقليل من الانبعاث الحراري وهو ما يساعد على معالجة قضية ارتفاع درجات الحرارة والتي أضحت تؤثر بشكل ملحوظ على البيئة المحلية والعالمية. (Hardaker, A,2022:94)

المحور الثاني: الدراسات ذات العلاقات الارتباطية بمتغير التغير المناخي:

1. دراسة محمود رعد حميد (2025): هدفت الدراسة تحليل معالجة التقارير الإخبارية لموضوعات المناخ والبيئة في القنوات الفضائية (الجزيرة و DW)، وتمثلت مشكلة الدراسة بالتساؤل الاتي: كيف عالجت قناة الجزيرة و DW موضوعات المناخ والبيئة في تقاريرهما الإخبارية من حيث الأسلوب والمضمون؟ وسعت الدراسة الى الكشف عن ابرز الأساليب المستخدمة في معالجة موضوعات المناخ والبيئة والتعرف مدى تأثير السياسات التحريرية على المعالجة الإعلامية لموضوعات المناخ والبيئة، وإظهار أوجه الاختلاف والاتفاق التي تتعامل بها القناتين مع تلك الموضوعات، وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج: اعتمدت قناة الجزيرة بشكل كبير على اطار الكوارث والاطار الإنساني، بينما مالت قناة DW الى استعمال الاطار العلمي في تغطيتها لموضوعات التغير المناخي. (حميد، 2025)

2. دراسة جيهان عبد الحميد حنفي(2022): اهتمت الدراسة بتحليل معالجة الاعلام الرقمي لمخاطر التغيرات المناخية على موقع يوتيوب، وتمثلت مشكلة الدراسة بالتساؤل الاتي: ما دور الاعلام الرقمي في معالجة قضايا التغير المناخي وتعزيز الوعي بمخاطرها، وذلك من خلال تحليل محتوى اليوتيوب للوقوف على سمات المعالجة الإعلامية والاطر المستخدمة في المواد المنشورة على موقع يوتيوب التي تتناول التغيرات المناخية، وسعت الدراسة من خلال أهدافها الى التعرف على حجم اهتمام المؤسسات المختلفة بقضايا التغير المناخي من خلال الاعلام الرقمي، ووصف وتحليل سمات معالجة التغيرات المناخية على موقع يوتيوب، وتوصلت الدراسة الى

النتائج الآتية: ان مقاطع الفيديو القصيرة والتي اقل من 5 دقائق جاءت في المرتبة الأولى في تناولها لقضايا التغيرات المناخية. (حنفي، 2022)

3. دراسة R. Barkemeyer (2017): تسعى الدراسة توضيح التغطية الإعلامية لقضايا التغير المناخي من خلال عقد مقارنات دولية، وتنطلق مشكلة الدراسة من التساؤل الآتي: ما أسباب تصدر قضايا التغير المناخي عناوين الاخبار في وسائل اعلام بعض البلدان، في حين تحظى هذه القضايا بتغطية إعلامية محدودة نسبيا في بلدان أخرى؟ وتسعى الدراسة من خلال أهدافها الى تسليط الضوء على العوامل التي تدفع على اهتمام وسائل الاعلام بقضايا التغير المناخي، وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج ومنها ما يلي: وجود عدد من العوامل السياقية التي تؤثر على التغطية الإعلامية بما يتعلق بقضايا التغير المناخي في سياقات وطنية مختلفة، حيث هناك علاقة إيجابية بين جودة اللوائح التنظيمية ومستويات التغطية الإعلامية الخاصة بقضايا التغير المناخي. (Barkemeyer. R, 2017)

حادي عشر: الصدق الظاهري:

جدول (1) يبين اتفاق الخبراء والمحكمين⁽¹⁾ ومقياس الصدق على استمارة تحليل المضمون

الخبراء	الفئات الاصلية في الاستمارة	الفئات المقبولة	الفئات المرفوضة	النسبة المئوية
الخبير الاول	250	245	5	%98.00
الخبير الثاني	250	240	10	%96.00
الخبير الثالث	250	250	0	%100.00
الخبير الرابع	250	244	6	%97.60
الخبير الخامس	250	246	4	%98.40

⁽¹⁾ عرضت الاستمارة على الخبراء في مجال الاتصال والاعلام وبحسب اللقب العلمي:

- 1- أ.د. وسام فاضل راضي، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة الاداعية والتلفزيونية.
- 2- أ.د. محمد احمد فياض، جامعة الفجيرة،
- 3- أ.د. عمار طاهر محمد، جامعة بغداد، كلية الاعلام، قسم الصحافة الاداعية والتلفزيونية.
- 4- أ.د. مي العبد الله، جامعة بنگازي، كلية الاعلام،
- 5- أ.م.د. علاء نجاح نوري، الجامعة العراقية، كلية الاعلام، قسم الصحافة الاداعية والتلفزيونية.
- 6- أ.م.د. اسمي نوري صالح، الجامعة العراقية، كلية الاعلام، قسم الصحافة الاداعية والتلفزيونية.
- 7- م.د. فلاح طاهر رحيمة، الجامعة العراقية، كلية الاعلام، قسم الصحافة الاداعية والتلفزيونية.

الخبير السادس	250	243	7	97.20%
الخبير السابع	250	247	3	98.80%
المجموع	1750	1715	35	686.00%

مجموع الفئات التي اتفق عليها المحكمين

$$\text{حساب درجة صدق} = 100 \times \frac{\text{مجموع الفئات الكلية} \times \text{عدد المحكمين}}{\text{مجموع الفئات التي اتفق عليها المحكمين}}$$

مجموع الفئات الكلية x عدد المحكمين

1715

$$\text{إذا الصدق الظاهري} = 100 \times \frac{1715}{250 \times 7} = 98.00\% \text{ نسبة اتفاق الخبراء على صلاحية الاستثمار}$$

250 x 7

وهو ما يدل على اتفاق كبير بين الخبراء حول صلاحية فئات التحليل لتحقيق اهداف البحث.

الاطار النظري للبحث:

أولاً: نظرية الأطر الإعلامية: يعرف (Entman) الأطر الإعلامية انها "مدى انضباط وسائل الاعلام في تقديم شيء فريد من نوعه، وتوفير وسيلة لوصف السلطة التي يتمتع بها النص الإعلامي، والطريقة التي تؤثر على الوعي البشري من خلال المعلومات التي تنقلها وسائل الاعلام، وتتطوي عملية التأطير على الانتقاء والبروز وتحديد بعض الجوانب من الواقع، وجعلها اكثر بروزا في النص الإعلامي باتباع أسلوب محدد لتعريف المشكلة وتفسير أسبابها والتقييمات الأخلاقية وتقديم الحلول لها، (William,1989:33) و تفترض هذه النظرية ان كيفية وصف القضية في التقارير الإخبارية يمكن ان يكون لها تأثير على الكيفية التي يفهم بها الجمهور الاحداث وردود افعالهم، ويتم من خلال هذه العملية إضافة معاني محددة على القضايا والاحداث والأزمات المختلفة، (ابراهيم، 2016: 16) وتفترض نظرية الأطر أيضا ان الاطار المكون من قبل الأشخاص هو الذي يتولى تنظيم حياتهم اليومية من خلال إعطاء معنى للأحداث التي تهمهم ولتعزير تعريفات معينة للأحداث، (ديانتن و ديزلي ، 2015: 278) وبهذا فان هذه النظرية تنطلق من الفرض الرئيس: "ان الاحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى معين، بل تكتسب مغزاها عن طريق وضعها في اطار "Frame" يحددها وينظمها ويضفي

عليها قدرا من الاتساق عبر التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى، فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها لأحداث الخاصة بقضية معينة". (مكاوي، 1998: 348)

ثانيا: أنواع الأطر الإعلامية:

قدم العلماء أنواع عدة للأطر الإعلامية المرتبطة غالبا بتغطية الاعلام للأخبار ومنها الأنواع التالية:

1. **إطار نسب المسؤولية:** يركز إطار تحمل المسؤولية على إبراز الجهة المتسببة في الإزمة أو المشكلة، سواء تمثلت في نظام سياسي، أو مؤسسة أو حزب، أو كتلة سياسية، أو حتى قانون أو سلوك معين. (الدليمي، 2018: 204. 205)

2. **إطار النتائج الاقتصادية:** يعرض هذا الإطار القضايا والمشكلات من زاوية نتائجها المالية والاقتصادية على الأفراد أو المؤسسات أو المجتمع والدولة بشكل عام، ويقوم على إبراز التداعيات الاقتصادية للقضية محل التناول، مسلطا الضوء على مفاهيم أساسية مثل الربح والخسارة. (أحمد ، 2009 : 54)

3. **إطار الصراع:** يعد إطار الصراع من أبرز الأطر التي تعتمد عليها وسائل الاعلام في هذا السياق، إذ يشيع استخدامه خلال الحروب والانتخابات وحالات التباين بين الأحزاب والقوى السياسية. (البطريق، 2018 : 92)

4. **إطار الاهتمامات الإنسانية:** إن هذا الإطار يركز على الأحداث والجوانب الشخصية والقضايا ذات البعد الإنساني والصحي والعاطفي، حيث يضيف على تلك الأحداث والقضايا الطابع الدرامي والعاطفي، لربط مشاعر الجمهور ولتحقيق جذب أكبر قدر ممكن من المشاهدين خصوصا في الجوانب التي تتعلق بحياة الإنسان وصحته. (عكاشة، 2020: 109)

5. **إطار الأسباب:** يعد إطار الأسباب أحد الأطر الإعلامية التحليلية التي تركز على تفسير الخلفيات والعوامل المؤدية إلى وقوع الحدث أو الظاهرة، من خلال الإجابة على سؤال: لماذا حدث ذلك؟ ويهدف هذا الإطار إلى تجاوز المعالجة الوصفية للأحداث نحو تقديم تفسير سياقي، يربط الحدث بجذوره السياسية أو الاقتصادية أو الاجتماعية أو البيئية. (عبد الحميد، 2004 : 414)

6. **إطار اقتراح الحلول:** وهو من الأطر التي تعتمد على النظرية في تشكيل إدراك الجمهور للقضايا العامة، إذ لا يقتصر الإطار الإعلامي على توصيف المشكلة، إنما يتعداها إلى طرح بدائل أو توصيات للتعامل معها، سواء بصورة مباشرة عبر النص الإعلامي أو بشكل ضمني عبر ربط المشكلة بالجهات القادرة على معالجتها. (Robert M Entman, 2004:6)

ثالثا: مفهوم الاعلام البيئي:

يعد الاعلام البيئي من اهم المكونات الأساسية التي تلعب دورا بارزا في الحفاظ على البيئة، اذ يعمل على صنع الوعي البيئي واكتساب المعرفة اللازمة لتغيير الاتجاهات والسلوكيات تجاه القضايا البيئية (فتحة، 2012 :59) ، فالأعلام البيئي هو نوع من أنواع الاعلام المتخصص مثل الاعلام الرياضي والثقافي والسياسي وغيره من الأنواع الصحفية لكنه نوع حديث العهد، اذا ما قارنه ببعضها وخاصة تلك التي تغطي السياسة او الثقافة او حتى الرياضة، ومن هذا المنطلق يعرف الاعلام البيئي انه "عملية انشاء ونشر الحقائق العلمية المتعلقة بالبيئة، من خلال وسائل الاعلام، بهدف رفع مستوى الوعي البيئي، وصولا الى التنمية المستدامة"، (حمدان، 2020 :57) ويعرف الاعلام البيئي انه "مجموعة من الأفعال الرمزية مثل اللغة والصور والاحتجاجات والموسيقى وتقارير علمية التي تستخدم للتعبير عن الاهتمام بالبيئة والتأثير في السياسات والسلوكيات العامة". (القيسي، 2014 :57)

رابعا: اهداف الاعلام البيئي:

يسعى الاعلام البيئي الى تحقيق جملة من الاهداف منها ما يلي: (فخر الدين، 2021 : 31 . 32)

1. **التعريف بطرق صيانة المصادر والموارد الطبيعية وحسن استغلالها وترشيد استخدامها خاصة وان جميع أوجه النشاط البشري تعتمد بصورة كلية على المصادر الطبيعية.**

2. **زيادة الوعي البيئي:** ويقصد به ادراك الفرد بجوانب شيء معين كأدراكه بأفكاره ومشاعره بالبيئة المحيطة به، وأيضا معرفة ما هو صحيح وما هو خاطئ في ما يخص القضايا البيئية. (السيد علي، 2008 : 95)

3. **التعريف بطرق صيانة المصادر والموارد الطبيعية وحسن استغلالها وترشيد استخدامها خاصة وان جميع أوجه النشاط البشري تعتمد بصورة كلية على المصادر الطبيعية.**

4. **تسليط الضوء على الطرق التي يمكن من خلالها المحافظة على الثروات البيئية من الاستنزاف والتلوث.**

خامسا: مفهوم التغير المناخي:

يشير مصطلح التغيرات المناخية حسب التعريف الوارد في الاتفاقية الاطارية للأمم المتحدة 1992م بشأن تغير المناخ الى "التغيرات المناخية التي تعزى بصورة مباشرة او غير مباشرة الى النشاط البشري الذي يؤدي الى التغير الملاحظ في تكوين الغلاف الجوي العالمي، بالإضافة الى التقلب الطبيعي للمناخ على مدى فترات زمنية متماثلة". (الحديثي، 2016 : 29 . 30) ويمكن ابداء بعض الملاحظات المتعلقة بالتعريف الوارد في الاتفاقية منها: (نادية، 2022 : 354 . 355)

1. التعريف يقر صراحة الطابع العالمي للتغيرات المناخية باعتبار ان اثارها عالمية تمس تكوين الغلاف الجوي.

2. التعريف لم يتطرق الى المخاطر الناجمة عن التغيرات المناخية وتأثيراتها الحالية والمستقبلية على البيئة والصحة الانسانية، كما ربط التعريف بصورة وثيقة بين التغيرات المناخية وبين النشاط البشري.

وقد عد فريق العمل الحكومي الدولي لتغير المناخ (GIES) ان التغيرات المناخية تتمثل في كل اشكال التغيرات التي يمكن التعبير عنها بشكل احصائي، والناجمة عن النشاط البشري، او الناتجة عن التفاعلات الداخلية لمكونات النظام المناخي، والتي تستمر لعقود متتالية. (خرفان، 2009 : 33)

والتغير المناخي كما تعرفه الهيئة الحكومية الدولية المعنية بتغير المناخ (IPCC) هو "مجموعة التغيرات التي تحدث في النظام المناخي، الناتجة عن ظواهر كونية، وأنشطة بشرية، وتؤثر سلبا في النظم البيئية، والطبيعية، وتتسبب في حدوث الكوارث الطبيعية. (الكوفي وعبد فهد، 2015 : 14 . 15)

وأصبحت التغيرات المناخية من اهم التهديدات الكبرى لاستقرار الدول والمجتمعات في العصر الحالي لما لها من تداعيات شديدة الخطورة على النظم السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فالنظام المناخي شديد التعقيد يتكون من خمسة عناصر هي: الغلاف الجوي (الهواء)، الغلاف المائي (الماء)، الغلاف الصخري (الطبقة الصخرية العليا)، الغلاف الجليدي (الجليد والتربة الصقيعية)، المحيط الحيوي (الكائنات الحية) والتفاعلات بينها، واطلق على التغير المناخي اسم (الكارثة الزاحفة). (الكبيسي، 2013 : 139)

سادسا: التغير المناخي في الفضائيات الدولية الموجهة:

شكل التغير المناخي احد اكبر التحديات الكوكبية تعقيدا وخطورة في القرن الحادي والعشرين، اذ لم يعد ينضر اليه كونه ظاهرة بيئية فقط، بل قضية عابرة للحدود، تمس منظومات الامن والسياسة والاقتصاد والتنمية البشرية، فقد أدت الزيادة الملحوظة في انبعاثات الغازات الدفيئة الناجمة عن الأنشطة الصناعية الاستهلاك

المفرط للوقود الاحفوري الى اختلالات واضحة في أنماط المناخ العالمية تجسدت في ارتفاع متوسط درجات الحرارة، وتكرار الظواهر الجوية المتطرفة مثل الفيضانات والاعاصير وموجات الحر، الامر الذي حول التغير المناخي من قضية علمية متخصصة الى مشكلة مجتمعية ذات ابعاد استراتيجية وانسانية. (طواهرية، 2020 : 352)

وفي هذا السياق، برزت مؤسسات الاعلام الدولية بوصفها فاعلا مركزيا في تشكيل الوعي العالمي بقضايا المناخ والبيئة، عبر ما تنتجه من تغطيات اعلامية، واطر تفسيرية، واساليب سردية، تعمل على تحويل المعطيات العلمية المعقدة الى رسائل سهلة الفهم والتداول العام، ولم تعد وظيفة الاعلام تقتصر على نقل الاخبار البيئية، بل اتسعت لتشمل بناء الاجندة الدولية، وصنع اولويات الاهتمام العام، والتأثير في الرأي العام العالمي ازاء ازمة المناخ، سواء في الدول الصناعية الكبرى او في الدول النامية الاكثر هشاشة. (فاضل، 2023: 473)

ولاحظ الباحث ان وسائل الاعلام الدولية لعبت دورا مؤثرا في تدويل قضية التغير المناخي، عبر ربطها بملفات التنمية المستدامة، والامن المناخي، والهجرة القسرية، والصراعات على الموارد الطبيعية، اذ اسهمت التغطيات الاعلامية الدولية في تحويل المؤتمرات المناخية من اجتماعات مغلقة الى نقاش عالمي مفتوح، تتقاطع فيه المصالح السياسية مع الضغوط المجتمعية التي تصنعها التغطيات الاعلامية المستمرة والتحقيقات والتقارير التفاعلية.

الاطار العملي للبحث: نتائج الدراسة التحليلية وتفسيرها في قناتي فرانس 24 عربية و BBC عربية

جدول (2) الفئات الرئيسية لأنواع اطر المعالجة الاعلامية في قناتي فرانس 24 عربية و BBC عربية

ت	الفئات	فرانس 24 عربية			BBC عربية		
		التكرار	النسبة	المرتبة	التكرار	النسبة	المرتبة
1	اطار نسب المسؤولية	190	10.76%	الرابعة	47	10.85%	الرابعة
2	اطار النتائج الاقتصادية	124	7.03%	السابعة	39	9.01%	السادسة
3	اطار الاهتمام الانساني	217	12.29%	الثالثة	44	10.16%	الخامسة
4	اطار الصراع	163	9.24%	السادسة	31	7.16%	الثامنة

5	اطار الربط بأحداث تاريخية	51	2.89%	العاشرة	19	4.39%	العاشرة
6	اطار الحلول	174	9.86%	الخامسة	48	11.09%	الثالثة
7	الاطار الاخلاقي	69	3.91%	التاسعة	29	6.70%	التاسعة
8	اطار الاحتجاج او الفوضى	74	4.19%	الثامنة	17	3.93%	الحادية عشر
9	اطار الاسباب	245	13.88%	الثانية	58	13.39%	الثانية
10	اطار النتائج	284	16.09%	الاولى	65	15.01%	الاولى
11	اطار التنمية المستدامة	174	9.86%	الخامسة	36	8.31%	السابعة
	المجموع	1765	100%		433	100%	

يبين جدول (2) انواع الاطر الرئيسة لقضايا التغير المناخي في مقاطع الفيديو المنشورة على موقع قناتي فرانس 24 عربية و BBC عربية على يوتيوب، وتوزعت اطر المعالجة الإعلامية الواردة في الفنون التحريرية للقنوات عينة البحث على احد عشر اطارا لكل قناة، وبتكرار قدره (1765) لقناة فرانس 24 و (433) لقناة BBC عربية، اذ حصلت فئة (اطار النتائج)، على المرتبة الأولى لدى القناتين، اذ بلغ تكرارها في فرانس 24 عربية (284) مرة بنسبة مئوية (16.09%)، وفي BBC عربية (65) مرة بنسبة مئوية (15.01%) بما يعكس بروز الخطاب القائم على ابراز التداعيات والاثار المترتبة على التغير المناخي في كلا القناتين سواء على المستويات البيئية أو الاجتماعية أو الاقتصادية، بما يعزز البعد التفسيري للقضية ويجعلها أكثر ارتباطا بواقع الجمهور وتداعياتها الملموسة، وحصلت فئة (اطار الاسباب) في المرتبة الثانية بتقارب ملحوظ بين القناتين، حيث سجل في فرانس 24 عربية (245) تكرارا وبنسبة مئوية (13.88%)، وفي BBC عربية (58) تكرارا وبنسبة مئوية (13.39%)، وهو ما يشير الى ان الخطاب الاعلامي في القناتين لا يكتفي بتوصيف النتائج، بل يسعى الى اضعاف بعد تفسيري يربط الظاهرة بمسبباتها البنوية، وهو ما يعكس نزعة تفسيرية تسهم في بناء وعي سببي لدى الجمهور العربي، ثم احتلت فئة (إطار الاهتمام الإنساني)، المرتبة الثالثة في فرانس 24 عربية بتكرار عدده (217) مرة وبنسبة (12.29%)، مقابل المرتبة الخامسة في BBC عربية بتكرار عدده (44) مرة وبنسبة (10.16%)، ويكشف هذا الفارق عن ميل أوضح لدى فرانس 24 عربية لإبراز البعد الإنساني للتغير المناخي، من خلال التركيز على معاناة الأفراد والفئات المتضررة، في حين تحافظ BBC عربية على حضور هذا الإطار ولكن بدرجة أقل نسبيا، ما يعكس اختلافا في أولويات التأطير العاطفي والإنساني بين القناتين، اما فئة (اطار نسب المسؤولية) فجاءت بالمرتبة الرابعة في القناتين، اذ بلغ تكراره في قناة فرانس 24 عربية (190) مرة بنسبة مئوية بلغت (10.76%)، اما في قناة BBC عربية بلغ تكراره (47) مرة بنسبة مئوية بلغت (10.85%)، وهو

ما يعكس اهتماما مشتركا بتحميل الجهات الفاعلة مسؤولية التغير المناخي، كما يشير الى تبني القناتين خطاب نقدي ضمني يتسم بالحدز التحريري، اذ يجري توزيع المسؤولية غالبا الى اطراف متعددة (الدول الصناعية، الحكومات، الشركات الكبرى)، بما يعكس معالجة حذرة تتجنب الصدام السياسي المباشر، وسجلت فئة (إطار الحلول)، حضورا مهما في القناتين، إلا أنه جاء في المرتبة الخامسة في فرانس 24 عربية بتكرار (174) مرة وبنسبة (9.86%)، مقابل المرتبة الثالثة في BBC عربية بنسبة أعلى نسبيا اذ بلغ تكرارها (48) مرة وبنسبة (11.09%) ويعكس هذا الفرق ميل BBC عربية بشكل أوضح إلى التركيز على الحلول والسياسات والإجراءات المقترحة لمواجهة التغير المناخي، في حين يظهر هذا الإطار في فرانس 24 عربية بدرجة أقل نسبياً مقارنة بإطارات أخرى، وجاءت في المرتبة الخامسة ايضا فئة (إطار التنمية المستدامة)، بنسبة متقاربة نسبيا في القناتين، إذ بلغ تكرارها (174) وبنسبة (9.86%) في فرانس 24 عربية، مقابل (36) تكرار وبنسبة (8.31%) في BBC عربية محتلة المرتبة السابعة، ويعكس هذا التناول إدراك القناتين للعلاقة بين التغير المناخي وأهداف التنمية المستدامة، إلا أن فرانس 24 عربية تمنحه وزنا نسبيا أكبر، بما يشير إلى اهتمام أوسع بربط القضايا البيئية بالأبعاد التنموية طويلة المدى، واحتلت فئة (إطار الصراع)، المرتبة السادسة في قناة فرانس 24 بتكرار قدره (163) مرة ونسبة مئوية بلغت (9.24%)، مقابل المرتبة الثامنة في BBC عربية اذ بلغ تكرارها (31) مرة وبنسبة (7.16%)، ويشير هذا إلى أن القناتين لا تعتمدان بدرجة كبيرة على تأطير التغير المناخي كقضية صراعية، وإن كانت فرانس 24 عربية تميل إلى إبراز جوانب الخلاف والتوتر بشكل أكبر نسبيا، وجاءت فئة (إطار النتائج الاقتصادية)، في المرتبة السابعة لدى فرانس 24 عربية بتكرار عدده (124) مرة وبنسبة (7.03%)، مقابل المرتبة السادسة في BBC عربية بنسبة أعلى نسبيا بتكرار (39) مرة وبنسبة (9.01%)، ويعكس ذلك اهتماما أوضح لدى BBC عربية بتداعيات التغير المناخي على الاقتصاد، مثل الخسائر المالية وتأثيرها في قطاعات الإنتاج والطاقة، مقارنة بفرانس 24 عربية التي ركزت بدرجة أكبر على الأبعاد الأخرى، جاء (إطار الاحتجاج أو الفوضى)، في مرتبة متأخرة، إذ احتل المرتبة الثامنة في فرانس 24 عربية بتكرار عدده (74) مرة وبنسبة (4.19%)، مقابل المرتبة الحادية عشرة في BBC عربية بتكرار (17) مرة وبنسبة (3.93%)، ويعكس هذا الترتيب محدودية التركيز على الاحتجاجات والحركات المناخية كمدخل رئيس للمعالجة، خصوصا في BBC عربية، اما المرتبة التاسعة فكانت من نصيب فئة (الإطار الأخلاقي)، في القناتين، اذ بلغ تكراره في قناة فرانس 24 عربية (69) مرة وبنسبة مئوية بلغت (3.91%)، في المقابل بلغ تكراره في قناة BBC عربية (29) مرة بنسبة مئوية قدرها (6.70%)، وهو ما يشير الى حضور محدود نسبيا في كلا القناتين مع تفوق نسبي لـ BBC في توظيف البعد القيمي، وجاءت في المرتبة العاشرة فئة (إطار الربط بإحداث تاريخية)، لكلا القناتين، اذ بلغ تكراره في قناة فرانس 24 عربية (51) مرة وبنسبة مئوية بلغت (2.89%)، اما في قناة BBC عربية فبلغ تكراره (19) مرة وبنسبة مئوية بلغت (4.39%)، ويشير هذا الانخفاض الى ان القناتان

تطرفت بصورة بسيطة الى الاحداث المناخية المؤثرة تاريخيا، عبر ربطها بإحداث مشابهة في الوقت الحالي او عرض معلومات تاريخية واحصاءات ونسب ومقارنتها بالوقت الحاضر.

ومن هنا يتبين لنا ان المعالجة الاعلامية لقضايا التغيرات المناخية في مقاطع الفيديو المنشورة على موقعي قناتي فرانس 24 عربية وBBC عربية على يوتيوب اتسمت بهيمنة واضحة للأطر التفسيرية والتحذيرية، ولا سيما اطار النتائج واطار الأسباب، بما يعكس تركيزا مشتركا على ابراز خطورة الظاهرة وتداعياتها وربطها بمسبباتها البنوية والأنشطة البشرية، وفي المقابل، كشفت النتائج عن تباين نسبي في أولويات التأطير، اذ مالت فرانس 24 عربية الى تعزيز اطار الاهتمام الإنساني واطار الصراع واطار التنمية المستدامة، بما يعكس نزعة إنسانية سياسية، في حين اولت BBC عربية اهتماما اكبر باطار الحلول واطار النتائج الاقتصادية، وبتوظيف نسبي للاطار الأخلاقي، بما يدل على توجه اقرب الى المعالجة التوعوية والارشادية المرتبطة بتحليل السياسات والبدائل الممكنة.

جدول (3) أنواع المعالجة الإعلامية المستخدمة في قناتي فرانس 24 عربية وBBC عربية

ت	القناة	فرانس 24 عربية			BBC عربية	
		الترتيب	النسبة	الترتيب	النسبة	الترتيب
1	المعالجة الملونة	122	38.13%	11	14.67%	الثانية
2	المعالجة المجردة	12	3.75%	2	2.66%	الثالثة
3	المعالجة المفسرة	186	58.12%	62	82.67%	الأولى
	المجموع	320	100%	75	100%	

يوضح جدول (3) أنواع المعالجة الاعلامية المستخدمة في معالجة قضايا التغير المناخي في قناتي فرانس 24 عربية وBBC عربية، من خلال انواع وهي: **المعالجة الملونة، والمعالجة المجردة، والمعالجة المفسرة**، مع توضيح التكرارات والنسب المئوية، والترتيب، اذ بلغ مجموع تكرارات فرانس 24 عربية (320) مرة، بالمقابل بلغ مجموع تكرارات BBC عربية (75) مرة، حيث جاءت فئة **(المعالجة المفسرة)** بالمرتبة الأولى لدى القناتين، بتكرار (186) مرة ونسبة (58.12%)، لدى فرانس 24 عربية، بينما بلغ تكرارها لدى BBC عربية (62) مرة وبتكرار (82.67%)، ما يدل على اعتماد القناتين، ولا سيما BBC عربية، على تقديم قضايا التغير المناخي ضمن سياقات تفسيرية وتحليلية، تركز على شرح الأسباب والنتائج والآثار، وربط الحدث المناخي بخلفياته العلمية والسياسية والاقتصادية، اما المرتبة الثانية فكانت لفئة **(المعالجة الملونة)**، في القناتين، اذ بلغ تكرارها في فرانس 24 عربية (122) مرة ونسبة (38.13%)، بالمقابل حصلت على تكرار (2) مرة ونسبة (14.67%)، في BBC عربية، ويشير هذا التفاوت إلى ميل فرانس 24 عربية بدرجة اكبر إلى توظيف العناصر الوصفية والسردية، واستخدام

الأساليب البلاغية والبصرية التي تضيف طابعا عاطفيا او دراميا على التغطية، في حين جاءت فئة **(المعالجة المجردة)**، في المرتبة الثالثة في القناتين، بتكرار عدده (12) مرة وبنسبة (3.75%) لدى فرانس 24، في حين بلغ تكرارها في BBC عربية (2) مرة وبنسبة (2.66%)، ويعكس ذلك ضعف الاعتماد على العرض الخبري الجاف القائم على سرد الوقائع والأرقام دون توسع تفسيري، ولا سيما في BBC عربية التي تميل بوضوح إلى الشرح والتحليل بدل الاكتفاء بالعرض المجرد.

جدول (4) ابعاد التغيرات المناخية في قناتي فرانس 24 عربية و BBC عربية على يوتيوب

ت	القناة	فرانس 24 عربية			BBC عربية	
		التكرار	النسبة	المرتبة	التكرار	النسبة
1	البعد البيئي	218	28.65%	الاولى	52	23.32%
2	البعد لسياسي	135	17.74%	الثانية	42	18.83%
3	البعد الاقتصادي	124	16.29%	الثالثة	39	17.49%
4	البعد الصحي	82	10.78%	الخامسة	27	12.11%
5	البعد التقني التكنولوجي	78	10.25%	السادسة	33	14.80%
6	البعد الاجتماعي	124	16.29%	الرابعة	30	13.45%
المجموع		761	100%		223	100%

يبين جدول (4) أبعاد التغيرات المناخية التي ركزت عليها قناتا فرانس 24 عربية و BBC عربية في معالجتها الاعلامية لقضايا التغير المناخي، من خلال ستة أبعاد رئيسة وهي: البيئي، السياسي، الاقتصادي، الصحي، التقني التكنولوجي، الاجتماعي، مع توضيح التكرارات والنسب المئوية وترتيب كل بعد، اذ بلغ مجموع التكرارات لدى فرانس 24 (761) تكرار، مقابل (223) تكرار لـ BBC، وجاءت فئة **(البعد البيئي)**، في المرتبة الأولى لدى القناتين، اذ بلغ تكرارها لدى فرانس 24 عربية (218) مرة وبنسبة (28.65%)، مقابل (52) تكرار وبنسبة (23.32%) لدى BBC عربية، واحتلت فئة **(البعد السياسي)**، المرتبة الثانية في القناتين، اذ حصل على تكرار عدده (135) مرة وبنسبة (17.74%)، لدى فرانس 24 عربية، في حين حصل على تكرار (42) مرة وبنسبة (18.83%) في BBC عربية، اما المرتبة الثالثة فكانت لفئة **(البعد الاقتصادي)**، لدى القناتين اذ حصلت على تكرار (124)، مرة وبنسبة (16.29%) في فرانس 24، بالمقابل بلغ تكرارها (39) مرة وبنسبة (17.49%) في BBC عربية، وجاءت فئة **(البعد الاجتماعي)**، في المرتبة الرابعة في فرانس 24 بتكرار عدده (124) مرة وبنسبة (16.29%)، في حين كانت المرتبة الرابعة من نصيب فئة **(البعد التقني التكنولوجي)**، في قناة BBC عربية بتكرار (33) وبنسبة (14.80%)، واحتلت

فئة (البعد الصحي)، المرتبة الخامسة لدى فرانس 24 عربية بتكرار عدده (82) مرة وبنسبة (10.78%)، بالمقابل كانت المرتبة الخامسة لفئة (البعد الاجتماعي)، بتكرار (30) وبنسبة (13.45%)، أما المرتبة السادسة والاختيرة فكانت لفئة (البعد التقني التكنولوجي)، في فرانس 24 عربية بتكرار (78) مرة وبنسبة (10.25%)، في حين احتلت فئة (البعد الصحي)، المرتبة السادسة والاختيرة في BBC عربية بتكرار (27) مرة وبنسبة (12.11%).

ومن هنا يتضح ان المعالجة الإعلامية للتغيرات المناخية في قناتي فرانس 24 عربية و BBC عربية عبر موقع يوتيوب تتسم بهيمنة البعد البيئي بوصفه الإطار المركزي التفسير القضية المناخية، مع حضور داعم للأبعاد السياسية والاقتصادية كما تكشف النتائج عن تفاوت في ترتيب بعض الأبعاد الثانوية، حيث تميل BBC عربية إلى إبراز البعد التقني-التكنولوجي بدرجة أكبر، في حين تمنح فرانس 24 عربية اهتماماً نسبياً أعلى بالبعد الاجتماعي، وتدل هذه النتائج على أن الخطاب المناخي الرقمي في القناتين يميل إلى تقديم التغير المناخي بوصفه قضية متعددة الأبعاد، إلا أن هذا التعدد لا يوزع بشكل متوازن، إذ يظل البعد البيئي هو المهيمن، مقابل تراجع نسبي للأبعاد الصحية والاجتماعية.

جدول (5) الفئات الفرعية للفئة مصادر الاخبار البيئية في قناتي فرانس 24 عربية و BBC عربية على يوتيوب

ت	الفئات	فرانس 24 عربية			BBC عربية		
		التكرار	النسبة	المرتبة	التكرار	النسبة	المرتبة
1	مصادر داخلية (ذاتية للقناة الفضائية)	198	22.73%	الثانية	35	13.31%	الثانية
2	مصادر خارجية (جهات أخرى)	673	77.27%	الاولى	228	86.69%	الاولى
	المجموع	871	100%		263	100%	

يبين جدول (5) الفئات الفرعية لمصادر الاخبار البيئية التي اعتمدت عليها القناتان في معالجهما الإعلامية لقضايا التغير المناخي على موقع يوتيوب، من خلال التمييز بين المصادر الداخلية (الذاتية للقناة الفضائية) والمصادر الخارجية (جهات أخرى)، إذ بلغ مجموع التكرارات في فرانس 24 عربية (871) مرة، مقابل (263) مرة في BBC عربية، إذ جاءت فئة (مصادر خارجية (جهات أخرى)) في المرتبة الاولى لدى القناتين، إذ بلغ تكرارها في فرانس 24 عربية (673) مرة وبنسبة (77.27%)، في حين بلغ تكرارها في BBC عربية (228) مرة وبنسبة (86.69%)، ويعكس هذا الاتجاه اعتماد القناتين بدرجة كبيرة على مصادر متنوعة خارج الإطار المؤسسي الداخلي، مثل المنظمات الدولية، والجهات الحكومية، والخبراء، والمواطنين وشهود العيان، بما يعزز ثراء المحتوى الإخباري وتعدديته، ويضفي عليه قدراً من المصداقية والتخصص، لا سيما في القضايا البيئية والمناخية ذات الطابع العلمي المعقد، بينما احتلت فئة (مصادر داخلية (ذاتية للقناة الفضائية)) المرتبة الثانية في القناتين، إذ بلغ تكرارها في

فرانس 24 عربية (198) مرة وبنسبة (22.73%)، بينما حصلت على تكرار (35) مرة وبنسبة (13.31%)، في BBC عربية، ويشير ذلك إلى أن الدور الداخلي للقناة، المتمثل في المراسلين ومعدّي التقارير الذاتية، يظل مكملاً للدور الخارجي، وليس المصدر الغالب في إنتاج الأخبار البيئية.

ومن هنا يتضح أن المعالجة الإعلامية للأخبار البيئية في قناتي فرانس 24 عربية و BBC عربية تتسم بطابع خارجي المصدر بدرجة أساسية، حيث تمنح الأولوية للجهات المتخصصة والمؤسسات العلمية والدولية في تفسير قضايا التغير المناخي، ويعكس هذا التوجه وعياً مهنيًا بأهمية تنويع مصادر المعلومات البيئية، وتعزيز المصداقية العلمية، والحد من النزعة التقريرية الذاتية.

جدول (6) الفئات الفرعية للفئة الرئيسية أشكال الفنون التحريرية في قناتي فرانس 24 عربية و BBC على يوتيوب

ت	القناة	فرانس 24 عربية			BBC عربية		
		التكرار	النسبة	المرتبة	التكرار	النسبة	المرتبة
1	خبر	223	36.56%	الأولى	49	37.40%	الأولى
2	تقرير	198	32.46%	الثانية	35	26.72%	الثانية
3	مقابلة	92	15.08%	الثالثة	21	16.03%	الثالثة
4	تحقيق	74	12.13%	الرابعة	11	8.40%	الرابعة
5	فيلم وثائقي	16	2.62%	الخامسة	7	5.34%	السادسة
6	برنامج بودكاست	7	1.15%	السادسة	8	6.11%	الخامسة
المجموع		610	100%		131	100%	

يوضح جدول (6) الفئات الفرعية لأشكال الفنون التحريرية المستخدمة لدى القناتين في المعالجة الإعلامية لقضايا التغير المناخي، إذ بلغ مجموع التكرارات في فرانس 24 عربية (610) مرة، مقابل (131) مرة في BBC عربية، وجاءت فئة (خبر)، في المرتبة الأولى لدى القناتين، إذ بلغ تكرارها في فرانس 24 عربية (223) مرة وبنسبة (36.56%)، بينما بلغ تكرارها في BBC عربية (49) مرة وبنسبة (37.40%)، أما المرتبة الثانية فكانت لفئة (تقرير)، لدى القناتين، بتكرار (198) مرة وبنسبة (32.46%) في فرانس 24 عربية، بينما حصلت على تكرار (35) مرة وبنسبة (26.72%) في BBC عربية، واحتلت فئة (مقابلة)، المرتبة الثالثة في القناتين، إذ بلغ تكرارها في فرانس 24 عربية (92) مرة وبنسبة (15.08%)، وبلغ تكرارها في BBC عربية (21) مرة وبنسبة (16.03%)، وحازت فئة (تحقيق)، على المرتبة الرابعة في القناتين، بتكرار عدده (74) مرة وبنسبة (12.13%)، في فرانس 24 عربية، بالمقابل حصلت على تكرار (11) وبنسبة (8.40%) في BBC عربية، وحصلت فئة (فيلم وثائقي)، على المرتبة الخامسة في فرانس 24 عربية، بتكرار عدده (16)

مرة وبنسبة (2.62%)، بينما كانت المرتبة الخامسة لدى BBC عربية من نصيب فئة (برنامج بودكاست)، بتكرار عدده (8) مرات وبنسبة (6.11%)، وحقت فئة (برنامج بودكاست)، المرتبة السادسة والاحيرة في فرانس 24 عربية بتكرار (7) مرات وبنسبة (1.15%)، بينما كانت المرتبة السادسة والاحيرة من نصيب فئة (فيلم وثائقي)، في BBC عربية.

جدول (7) الفئات الفرعية لفئة المدة الزمنية المخصصة لموضوعات المناخ مقابل الموضوعات الاخرى في قناتي فرانس 24 عربية وBBC عربية على يوتيوب

ت	القناة	فرانس 24 عربية			BBC عربية		
		المدة الزمنية بالدقائق	النسبة	المرتبة	المدة الزمنية بالدقائق	النسبة	المرتبة
1	الموضوعات البيئية (المناخ)	1143:36	13.29%	الثانية	600:2	14.43%	الثالثة
2	الموضوعات السياسية	4462:31	51.86%	الاولى	1724:15	41.46%	الاولى
3	الموضوعات الاقتصادية	180:2	2.09%	السابعة	112:43	2.71%	السابعة
4	الموضوعات الاجتماعية	252:4	2.93%	السادسة	384:35	9.25%	الخامسة
5	الموضوعات الفنية والثقافية	1120:54	13.03%	الثالثة	621:7	14.94%	الثانية
6	الموضوعات الرياضية	1105:3	12.84%	الرابعة	421:19	10.13%	الرابعة
7	الموضوعات الصحية	340:23	3.96%	الخامسة	294:24	7.08%	السادسة
	المجموع	8604:33	100%		4158:25	100%	

يوضح جدول (7) توزيع المدة الزمنية المخصصة لموضوعات المناخ مقابل الموضوعات الأخرى في قناتي فرانس 24 عربية وBBC عربية على موقع يوتيوب، بما يعكس أولويات الأجندة التحريرية واتجاهات المعالجة الموضوعية لكل قناة، إذ بلغت المدة الاجمالية في فرانس 24 عربية (8604:33)، مقابل (4158:25)، وجاءت فئة (الموضوعات السياسية)، في المرتبة الأولى لدى القناتين، وبلغ مدتها في فرانس 24 عربية (4462:31)، وبنسبة (51.86%)، بينما بلغت مدتها في BBC عربية (1724:15)، وبنسبة (41.46%)، ويعكس ذلك استمرار مركزية السياسة في الخطاب الإخباري للقنوات الدولية الموجهة، حتى في البيئة الرقمية، اما المرتبة الثانية فكانت من نصيب فئة (الموضوعات البيئية (المناخ))، في فرانس 24 عربية بمدة زمنية بلغت (1143:36) وبنسبة (13.29%)، بينما كانت المرتبة الثانية في BBC عربية من نصيب فئة (الموضوعات الفنية والثقافية)، بمدة زمنية بلغت (621:7) وبنسبة (14.94%)، وحصلت فئة (الموضوعات الفنية والثقافية)، على المرتبة الثالثة في فرانس 24 عربية إذ بلغت مدتها (1120:54)، وبنسبة (13.03%)، في حين حصلت فئة (الموضوعات البيئية (المناخ))، على المرتبة الثالثة في

BBC عربية بمدة زمنية قدرها (600:2) وبنسبة (14.43%)، واحتلت فئة (الموضوعات الرياضية)، المرتبة الرابعة في القناتين، وبلغت مدتها الزمنية في فرانس 24 عربية (1105:3) وبنسبة (12.84%)، أما في BBC عربية فبلغت مدتها الزمنية (421:19) وبنسبة (10.13%)، وجاءت فئة (الموضوعات الصحية)، في المرتبة الخامسة لدى فرانس 24 عربية بمدة زمنية بلغت (340:23) وبنسبة مئوية (3.96%)، بينما جاءت فئة (الموضوعات الاجتماعية)، في المرتبة الخامسة لدى BBC عربية بمدة زمنية قدرها (384:35) وبنسبة مئوية (9.25%)، وحصلت فئة (الموضوعات الاجتماعية)، على المرتبة السادسة في فرانس 24 عربية بمدة زمنية قدرها (252:4) وبنسبة (2.93%)، في حين كانت المرتبة السادسة من نصيب فئة (الموضوعات الصحية)، لدى BBC عربية بمدة زمنية قدرها (294:24) وبنسبة (7.08%)، واحتلت فئة (الموضوعات الاقتصادية)، المرتبة السابعة والاختيرة في القناتين، بمدة زمنية بلغت (180:2) وبنسبة (2.09%)، بالمقابل في BBC عربية حصلت على مدة زمنية قدرها (112:43)، وبنسبة (2.71%).

ومن هنا يتبين ان القناتان تعتمدان ترتيبا موضوعيا واضحا للأولويات الزمنية، تنصده الموضوعات السياسية بوصفها المحور المركزي للأجندة الإخبارية، تليها الموضوعات البيئية (المناخ) التي حققت حضورا زمنيا متقدما مقارنة بالاقتصاد والصحة والمجتمع، ورغم عدم تصدر قضايا المناخ للمرتبة الأولى، فإن احتلالها مراتب متقدمة يعكس تحولا نسبيا في الاهتمام الإعلامي بهذه القضايا، خاصة في ظل تصاعد التحديات البيئية عالميا. وبهذا يمكن القول ان قضايا المناخ باتت جزءا ثابتا من الأجندة الإعلامية الرقمية، لكنها لا تزال تعالج ضمن إطار تنافسي مع موضوعات أخرى أكثر رسوخا تقليديا في الخطاب الإخباري.

الاستنتاجات:

1. تبين للباحث ان القناتين اعتمدت خطاب اعلامي يقوم أساسا على منطق تفسيري _ تحذيري، يركز على عرض نتائج التغير المناخي واسبابه بوصفها المدخل الرئيس لبناء المعنى وإقناع الجمهور بخطورة الظاهرة، غير ان هناك تقاطع في بعض الأطر الأخرى والذي يخفي خلفه تباينا في الأولويات التحريرية.

2. تبين للباحث أن الخطاب المناخي الرقمي في القناتين يميل إلى تقديم التغير المناخي بوصفه قضية متعددة الأبعاد، إلا أن هذا التعدد لا يوزع بشكل متوازن، إذ يظل البعد البيئي هو المهيمن، مقابل تراجع نسبي للأبعاد الصحية والاجتماعية.

3. تبين للباحث اعتماد القناتين على المعالجة المفسرة بوصفها النمط الغالب في تناول قضايا التغير المناخي، بما يسهم في شرح الظاهرة وتبسيط أبعادها للجمهور، غير أن الارتفاع النسبي للمعالجة الملونة في فرانس 24 عربية

يشير إلى حضور أكبر للمعالجة المتحيزة أو ذات الشحن الدلالي، مقارنة بـ BBC عربية التي تميل بدرجة أوضح إلى تقديم معالجة أكثر تفسيراً وأقل تلويهاً.

4. رصد الباحث اختلافاً في نمط الاعتماد على المصادر الخارجية، إذ تميل فرانس 24 عربية إلى المصادر الرسمية والميدانية بما يعزز الطابع السياسي والإنساني للتعطية، بينما تعتمد BBC عربية بدرجة أكبر على مصادر رقمية وشبكية، ولا سيما مواقع التواصل الاجتماعي، بما يشير إلى توظيف أوضح للمحتوى المتداول رقمياً.

5. لاحظ الباحث أن القناتين تتبنیان استراتيجيات تحريرية مزدوجة في معالجة القضايا المناخية، تقوم على الجمع بين الانتشار السريع للأخبار القصيرة لضمان المتابعة الآنية، والفنون الطويلة لتقديم تحليل أعمق وتفسير أشمل للقضايا، ويعكس هذا التوازن إدراكاً مهنيًا لأهمية تنويع الفنون الإعلامية بما يخدم أهداف الإخبار والتفسير في آن واحد، ويستجيب لاختلاف أنماط استهلاك الجمهور للمحتوى الرقمي، خصوصاً على مواقع مثل يوتيوب.

6. يرى الباحث أن هذا الحضور الزمني يدل على أن قضايا التغير المناخي لم تعد موضوعاً هامشياً في التغطية الإعلامية، بل أصبحت جزءاً ثابتاً من الأجندة التحريرية للقناتين.

قائمة والمراجع

أولاً: الكتب العربية

1. هادي نعمان الهيتي، مقدمة في شروط البحث العلمي، (بغداد: دار الشؤون الثقافية للنشر والتوزيع، 1983)
2. السيد احمد مصطفى عمر، البحث العلمي مفهومه اجراءاته مناهجه، (عمان: دار الفلاح للنشر والتوزيع، 2008)
3. عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2013)

4. محمد صادق، البحث العلمي بين المشرق والمغرب والعالم الغربي، (القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر، 2014)
5. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، (القاهرة: عالم الكتب، 2000)
6. يسرى خالد إبراهيم، الفضائيات العربية المتخصصة والاعلام العلمي، (بغداد: دار الشؤون الثقافية للنشر والتوزيع، 2007)
7. محمود احمد أبو سمرة ومحمد عبد الاله، مناهج البحث العلمي من التبيين الى التمكين، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2020)
8. محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام والتأثير، ط4، (القاهرة: عالم الكتب، 2015)
9. ماجد فاضل الزبون، الاعلام الاقتصادي قراءة في القنوات العربية المتخصصة، (القاهرة: الدار العربي للنشر، 2014)
10. انجي محمد شوقي، الرؤساء العرب في الصحافة العربية، (القاهرة: الدار العربي للنشر والتوزيع، 2020)
11. سيسيل بيشو واخرون، قاموس الحركات الاجتماعية، (الجيزة: دار الصفصاف للنشر والتوزيع، 2017)
12. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الاعلامي، (العين، دار الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، 2017)
13. داليا عثمان إبراهيم، معالجة القنوات الموجهة بالعربية للقضايا السياسية، (القاهرة: المكتب العربي للمعارف، 2016)
14. حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 1998)
15. عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، (عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2016)
16. غادة البطريق، المواقع الإخبارية والحراك السياسي، (القاهرة: دار اطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، 2018)
17. رضا محمد عكاشة، تأثيرات الاعلام ونماذج الاتصال في مجال المنصات الرقمية، ط4، (القاهرة: بلا دار نشر، 2020)
18. كحيل فتيحة، الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي، (الجزائر: جامعة الحاج لخضر، 2012)
19. اخلاص حمدان، الاعلام الاداعي والتلفزيوني المتخصص، (دمشق: الجامعة الافتراضية السورية للنشر والتوزيع، 2020)
20. احمد القيسي، الإعلام البيئي في الدول العربية التحديات والفروض، (عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2014)

21. جمال الدين السيد علي، الاعلام وحقوق الانسان والسكان والبيئة، (القاهرة: دار النهضة العربية للنشر والتوزيع، 2008)

22. انمار صلاح الحديثي، الالتزام الدولي بحماية المناخ، (بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، 2016)

23. سعد الدين خرفان، تغير المناخ ومستقبل الطاقة، (دمشق: الهيئة العامة السورية للكتاب للنشر والتوزيع، 2009)

24. حسن شاكر الكوفي وعلي عبد فهد، ظاهرة الاحترار الكوني، (عمان: مركز الكتاب الجامعي للنشر والتوزيع، 2015)

25. بشير جمعة الكبيسي، الحماية الدولية للغلاف الجوي، (بيروت: منشورات الحلبي الحقوقية، 2013)

ثانيا: الكتب المترجمة

26- ماريان ديانتن واليان ديزلي، تطبيق نظريات الاتصال في الحياة المهنية، ترجمة عبد الحكم الخزامي، (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2015)

رابعاً: الكتب الأجنبية:

27. William A Gamson And Andre Modigliani: Media Discourse and public opinion on nuclear power, A constructionist approach American behavioral scientist, vol 33, on 2, 1989

28. Robert M Entman, Projection of power: Farming News, Public Opinion, And U.S Foreign Policy, (Chicago: University of Chicago press, 2004.

خامساً: الرسائل والاطاريح:

29- عليوط محمد فخر الدين، الاعلام البيئي ودوره في حماية البيئة، رسالة ماجستير منشورة pdf، جامعة العربي بن مهدي، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم الحقوق، 2021

سادساً: البحوث العلمية:

30. جمال احمد، اطر انتاج الخطاب الخبري في المواقع الالكترونية في الازمات الدولية، دراسة حالة

لموقعي BBC والعالم، المجلة المصرية لبحوث الاعلام، العدد34، القاهرة: يوليو 2009

31. ليتيم نادية، التغيرات المناخية الأسباب والتداعيات المستقبلية، بحث علمي، مجلة الدراسات الحقوقية،

الجزائر: العدد1، 2022

32. منى طواهرية، التغيرات المناخية ورهانات السياسة البيئية الدولية، بحث علمي، مجلة اقتصاديات شمال

افريقيا، الجزائر: العدد 22، 2020

33. علي مولود فاضل، معالجة التغيرات المناخية في صفحات الفضائيات العراقية بمواقع التواصل

الاجتماعي، دراسة تحليلية، مجلة دراسات وبحوث إعلامية، بغداد: المجلد 3، العدد 10، 2023