

Iraqi Farmers' Reliance on Digital Media Specialized in Developing Their Field Skills: A Field Study.

اعتماد الفلاحين العراقيين على المواقع الإلكترونية المتخصصة في تطوير مهاراتهم الحقلية: دراسة ميدانية.

Pro Dr. Asst. Prof. Dr. Jamal Abdul Namous^{*1},
College of Media/ Al-Iraqia University^{*,1}

أ.م.د. جمال عبد ناموس^{*1}،
الجامعة العراقية- كلية الإعلام^{*,1}

ABSTRACT

This study examines the reliance of farmers in northern Baghdad on specialized agricultural websites to develop their field skills and understand their patterns of digital media use. It is a descriptive study that employed the field survey method and a questionnaire, targeting a sample of 426 farmers from Abu Ghraib, Tarmiyah, Rashidiya, and Taji. The research seeks to classify levels of reliance on Iraqi and Arab websites and identify factors influencing the acquisition of agricultural skills. The importance of the study lies in transferring agricultural expertise and improving agricultural education and training programs. The findings revealed that farmers rely significantly—under the guidance of the Ministry of Agriculture—on specialized digital agricultural media, which has enhanced their efficiency in agricultural and livestock practices.

الخلاصة

يهدف هذا البحث إلى دراسة اعتماد الفلاحين في شمال بغداد على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة لتطوير مهاراتهم الحقلية، وفهم أنماط وتفضيلات استخدامهم للإعلام الرقمي. يُعد من البحوث الوصفية التي استخدمت المنهج المسحي، وتم تطبيقه على عينة مكونة من (٤٢٦) فلاحاً من مناطق أبي غريب، الطارمية، الراشدية، والتاجي. ويمثل مجتمع البحث جميع الفلاحين العراقيين الذين يتابعون الموضوعات الزراعية عبر الإعلام الرقمي، ويستقصي البحث الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن اعتمادهم على الإعلام الزراعي المتخصص. كما يهدف إلى تصنيف مستويات هذا الاعتماد، وتحديد الفروق في الأنماط والتفضيلات بين الفلاحين، خصوصاً في ما يتعلق باستخدامهم للمواقع العراقية والعربية لاكتساب المهارات الحقلية.

وقد أظهرت النتائج اعتماداً واسعاً وفاعلاً من قبل الفلاحين على الإعلام الرقمي المتخصص، بإشراف وتوجيه من ملاكات وزارة الزراعة، مما انعكس إيجاباً على كفاءتهم في الجوانب الزراعية والحيوانية.

الكلمات المفتاحية:

الفلاحون العراقيون، المهارات الحقلية، الإعلام الرقمي، الإعلام الزراعي المتخصص، الآثار المعرفية والسلوكية.

Keywords:

Iraqi farmers, field skills, digital media, specialized agricultural media, cognitive

Received

استلام البحث

17/9/2025

Accepted

قبول النشر

15 /12/2025

Published online

النشر الإلكتروني

15/3/2026

المقدمة:

يمثل الإعلام الرقمي أحد أبرز مخرجات تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي باتت تؤثر بعمق في مختلف مجالات الحياة اليومية، من التواصل والترفيه إلى التعلم والبحث العلمي. وفي هذا السياق، أصبحت دراسة الإعلام الرقمي ضرورة في مجال التعليم، خصوصاً لتقويم خبرات العاملين في القطاع الزراعي، وعلى وجه الخصوص الفلاحين العراقيين في بغداد، الذين يمثلون شريحة محورية في بناء الاقتصاد الوطني.

إن اعتماد الفلاحين على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة يعكس استجابتهم للتحويلات الرقمية، واستثمارهم للفرص التي تتيحها هذه الوسائل في تطوير مهاراتهم الحقلية. ومن هنا تبرز أهمية أن تدرك الجامعات والمؤسسات التعليمية المعنية بالزراعة آليات اعتماد الفلاحين وطلبة التخصصات الزراعية على هذه المواقع، وأهدافهم واحتياجاتهم من هذا الاستخدام.

ينطلق هذا البحث من هذه الأهمية، حيث يهدف إلى تصنيف وتحليل اعتماد الفلاحين العراقيين على الإعلام الزراعي الرقمي، وفهم أنماط الاستخدام والدوافع والاحتياجات المرتبطة به. وتزداد أهمية البحث في ظل التوسع المستمر لاستخدام الإنترنت والإعلام الرقمي من قبل الفلاحين، وما يوفره ذلك من فرص لتعزيز التعليم المهني والحرفي في القطاع الزراعي.

وتُسهم النتائج المتوقعة في تطوير استراتيجيات التعليم الزراعي والدعم التكنولوجي للفلاحين، وتوجيه السياسات الحكومية نحو الاستخدام الأمثل للإنترنت كوسيلة تعليمية وتنموية في المجال الزراعي.

البحث الأول: منهجية البحث

أولاً: مشكلة البحث

يُعد اعتماد الفلاحين العراقيين على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة وسيلة مهمة لتطوير مهاراتهم الحقلية وتعزيز قدراتهم في إدارة الحقول الزراعية، ولا سيما الحقول التجريبية. وتمتاز هذه المواقع بتنوع محتواها التعليمي وتخصصه في المجالات الزراعية المختلفة، مما يجعلها مصدراً معرفياً متجدداً للفلاحين.

ومن هذا المنطلق، تنطلق الدراسة للبحث في مدى إسهام هذه المواقع في تنمية المهارات الحقلية للفلاحين العراقيين، من خلال طرح السؤال الرئيس التالي: (ما مدى اعتماد الفلاحين العراقيين على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة في تطوير مهاراتهم الحقلية؟).

ثانياً: تساؤلات البحث

١. ما مدى اعتماد الفلاحين في شمال بغداد على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة في تطوير مهاراتهم الحقلية؟
٢. ما المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة التي يعتمد عليها الفلاحين في شمال بغداد في تطوير مهاراتهم الحقلية؟
٣. ما المهارات الحقلية التي تحققت من اعتماد الفلاحين في شمال بغداد على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة؟
٤. ما الأثر المعرفي الناتج عن اعتماد الفلاحين في شمال بغداد على هذه المواقع؟
٥. ما الأثر الوجداني (العاطفي) الناتج عن اعتماد الفلاحين في شمال بغداد على هذه المواقع؟

٦. ما الأثر السلوكي الناتج عن اعتماد الفلاحين في شمال بغداد على هذه المواقع؟

ثالثاً: أهمية البحث

تتجلى أهمية هذا البحث من خلال ثلاثة مسارات رئيسية هي:

(١) **الأهمية العلمية:** يستمد البحث أهميته العلمية من تناوله موضوعاً حديثاً لم يحظَ باهتمام كافٍ في أدبيات الإعلام والاتصال، إذ يُسلط الضوء على اعتماد الفلاحين العراقيين في شمال بغداد على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة كأحد مخرجات الإعلام الرقمي. ويُعد هذا البحث مساهمة في إثراء المعرفة العلمية حول العلاقة بين الإعلام الرقمي وتطوير المهارات الحقلية، ما يفتح المجال أمام دراسات لاحقة في هذا الاتجاه.

(٢) **الأهمية المجتمعية:** تبرز الأهمية المجتمعية للبحث من خلال ارتباطه بشريحة مهمة من المجتمع، وهم الفلاحون الذين يشكلون ركيزة أساسية في الاقتصاد الوطني. ويساهم البحث في فهم كيف يمكن للإعلام الرقمي أن يعزز قدراتهم الإنتاجية ويطور خبراتهم الحقلية، مما ينعكس بشكل مباشر على التنمية الزراعية والمجتمعية، وعلى تحسين مستوى الوعي الزراعي داخل المجتمع.

(٣) **الأهمية التطبيقية:** تكمن الأهمية التطبيقية للبحث في إمكانية الاستفادة من نتائجه في تطوير السياسات الزراعية وبرامج التعليم والتدريب المهني في وزارة الزراعة والمؤسسات التعليمية الزراعية. كما يوفر البحث رؤى تساعد في تحسين تصميم المحتوى الرقمي الزراعي، وتحفيز الفلاحين على استخدام المنصات الرقمية بطريقة فعالة، الأمر الذي يعزز الاتصال المهني والتعلم الذاتي المستمر.

رابعاً: أهداف البحث

تمثل الهدف الرئيس للبحث بـ : معرفة مدى اعتماد الفلاحين العراقيين على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة لتطوير مهاراتهم الحقلية.

أما الأهداف الفرعية فهي:

١. تحديد مدى اعتماد الفلاحين في شمال بغداد على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة في تطوير مهاراتهم الحقلية.

٢. تشخيص المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة التي يعتمد عليها الفلاحين في شمال بغداد في تطوير مهاراتهم الحقلية.

٣. التعرف على المهارات الحقلية التي تحققت من اعتماد الفلاحين في شمال بغداد على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة.

٤. تحديد الآثار المعرفية الناتجة عن اعتماد الفلاحين في شمال بغداد على هذه المواقع.

٥. معرفة الآثار الوجدانية (العاطفية) الناتجة عن اعتماد الفلاحين في شمال بغداد على هذه المواقع.

٦. رصد الآثار السلوكية الناتجة عن اعتماد الفلاحين في شمال بغداد على هذه المواقع.

خامساً: الفرضيات

الفرضية الرئيسية: توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين اعتماد الفلاحين العراقيين على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة وبين مستوى تطور مهاراتهم الحقلية.

الفرضيات الفرعية:

- (١) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدور المعرفي للمواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة ومستوى تطور المهارات الحقلية لدى الفلاحين.
- (٢) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدور الوجداني للمواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة ومستوى تطور المهارات الحقلية لدى الفلاحين.
- (٣) توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين الدور السلوكي للمواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة ومستوى تطور المهارات الحقلية لدى الفلاحين.

سادساً: حدود البحث ومجالاته

- (١) **الحدود المكانية:** تم إجراء البحث في مناطق أبي غريب، الطارمية، الراشدية، والتاجي الواقعة في شمال العاصمة بغداد، وهي مناطق ذات نشاط زراعي ملحوظ، ما يجعلها بيئة مناسبة لدراسة موضوع الاعتماد على الإعلام الرقمي الزراعي.
- (٢) **الحدود الزمانية:** تُحدد الحدود الزمنية للبحث بالمدة التي تم خلالها توزيع الاستبانة على عينة الدراسة، والتي امتدت من (١٢) أيلول ٢٠٢٥م إلى الثالث من تشرين الأول ٢٠٢٥م.
- (٣) **الحدود البشرية:** تمثل المجتمع البشري للبحث في الفلاحين العراقيين المقيمين في مناطق أبي غريب، الطارمية، الراشدية، والتاجي، ممن يتابعون المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة بهدف تطوير مهاراتهم الحقلية والاستفادة من المحتوى الرقمي المتاح في هذا المجال.

سابعاً: مجتمع وعينة البحث

يتكوّن مجتمع البحث من جميع الفلاحين العراقيين الذين يتابعون الموضوعات الزراعية عبر المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة، ولا سيما أولئك الذين ينشطون في مناطق شمال بغداد، بما يشمل مناطق: أبو غريب، الطارمية، الراشدية، والتاجي. أما عينة البحث، فقد تم اختيارها باستخدام الأسلوب العشوائي الطبقي بما يضمن تمثيلاً متوازناً لمختلف المناطق الزراعية في شمال بغداد. وبلغ حجم العينة (426) مبحوثاً، وجرى توزيع الاستبانة عليهم ميدانياً بهدف جمع البيانات وتحليلها لاحقاً باستخدام الأساليب الإحصائية المناسبة.

ثامناً : طرق تحليل البيانات

بعد جمع البيانات من خلال أداة الاستبانة، تم استخدام مجموعة من الأساليب الإحصائية لتحليل النتائج، وذلك باستخدام برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) بهدف الوصول إلى تفسيرات دقيقة تدعم فرضيات البحث وتجب عن تساؤلاته.

وقد شملت إجراءات التحليل ما يأتي:

- التحليل التكراري والنسب المئوية: لوصف خصائص العينة والتوزيع العام للاستجابات.
- المتوسطات الحسابية والانحرافات المعيارية: لقياس اتجاهات المبحوثين نحو كل محور من محاور الاستبانة، وتحديد مستوى الاعتماد على المواقع الإلكترونية الزراعية.

• اختبار معامل الارتباط (Pearson) لقياس قوة العلاقة بين اعتماد الفلاحين على المواقع الزراعية المتخصصة (المتغير المستقل) وتطور المهارات الحقلية (المتغير التابع)، وذلك للتحقق من الفرضيات الرئيسية والفرضية.

• اختبار الثبات (ألفا كرونباخ): للتحقق من موثوقية أداة البحث، وضمان اتساق استجابات المبحوثين عبر محاور الاستبانة المختلفة.

وقد ساعدت هذه الأساليب في تقديم تحليل موضوعي ودقيق لمدى تأثير الإعلام الرقمي الزراعي على تطوير المهارات الحقلية للفلاحين العراقيين في شمال بغداد.

تاسعاً: نوع البحث ومنهجه

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية التي تُعنى برصد الظواهر وتحليلها كما هي في الواقع، من خلال جمع بيانات دقيقة وشاملة تساعد في تفسير الموضوع محل الدراسة بصورة موضوعية تستند إلى الحقائق.

ويُعد منهج المسح الوصفي الميداني أحد الأساليب الأساسية في البحوث الإنسانية والاجتماعية، حيث يُستخدم كمدخل علمي لفهم الظواهر وتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها. ويعتمد هذا المنهج على أدوات مثل الاستبانة والمقابلة لجمع البيانات، ويستند إلى وصف الظواهر وتحليلها وتفسيرها ضمن سياقها الواقعي، مع التركيز على الظروف المحيطة بها دون التدخل في تغييرها.

وفي ضوء طبيعة هذا البحث، الذي يهدف إلى دراسة دور المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة في تطوير المهارات الحقلية لدى الفلاحين العراقيين، فقد تم اعتماد **منهج المسح الميداني** بوصفه الأنسب لتحليل الظاهرة وتفكيك أبعادها، من أجل الوصول إلى نتائج دقيقة يمكن الاستفادة منها على المستويين العلمي والتطبيقي.

عاشراً : أدوات جمع البيانات

اعتمد هذا البحث على الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات من عينة البحث، نظراً لما توفره من إمكانية الحصول على معلومات كمية دقيقة حول آراء واتجاهات الفلاحين العراقيين في شمال بغداد بشأن اعتمادهم على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة.

وقد صُممت الاستبانة وفقاً لأهداف البحث وتساؤلاته، وتضمنت محاور رئيسية تقيس الأبعاد المعرفية والوجدانية والسلوكية المرتبطة باستخدام الإعلام الرقمي الزراعي، بالإضافة إلى مدى تطور المهارات الحقلية لدى الفلاحين.

وقد جرى التأكد من صدق الأداة من خلال عرضها على مجموعة من المحكمين المتخصصين في الإعلام والعلوم الزراعية^(*)، وقد كانت درجة الصدق (٩٣.٣٤%)، كما تم التحقق من ثبات الاستبانة باستخدام معامل الثبات (ألفا كرونباخ) وتبين أن الثبات كان (٠.٩٤٧) وهي درجة ثبات عالية وتسمح بضمان موثوقية النتائج.

(*) أسماء الخبراء المحكمين للاستبانة هم:

(١) أ.د. جليل وداي حمود تخصص اعلام – صحافة في كلية الفنون الجميلة في جامعة ديالى.
(٢) أ.د. محسن عبود كشكول تخصص اعلام – صحافة في كلية الاعلام في الجامعة العراقية.
(٣) أ.م.د. حسين نوري، تخصص علوم الهندسة الزراعية – محاصيل حقلية، جامعة بغداد.

حادي عشر: تعريف المفاهيم

يتطلب هذا البحث تحديداً دقيقاً للمفاهيم الأساسية التي تقوم عليها، لضمان وضوح المعاني وسلامة التفسير، وقد تم اعتماد التعريفات التالية:

(١) **الاعتماد: (Dependency)** يشير هذا المفهوم إلى مدى قدرة وسائل الاتصال، ولا سيما الرقمية منها، على إحداث تأثيرات معرفية ووجدانية وسلوكية لدى الجمهور، كلما زاد اعتماده عليها كمصدر رئيسي للمعلومات. وتزداد فاعلية هذا التأثير في سياقات تتسم بعدم الاستقرار أو التغيير الاجتماعي، حيث تصبح وسائل الإعلام أدوات محورية في تشكيل الرأي والسلوك. ووفقاً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، فإن التغييرات التي تحدث في المعرفة أو السلوك أو الانفعالات قد تُشكل ارتدادات تؤثر على بنية المجتمع ذاته.

(٢) **المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة (Specialized Agricultural Websites):** تُعرف هذه المواقع بأنها منصات رقمية تهدف إلى نشر المعرفة الزراعية المتخصصة، بما يشمل مجالات الزراعة والتربية الحيوانية، وتطوير المهارات الحقلية للفلاحين، وزيادة الإنتاج الزراعي. كما تسهم في تعزيز الوعي المهني والسلوك الوظيفي للفلاحين، من خلال التثقيف بالممارسات الزراعية الفضلى، ودعم المنتج الوطني، وتحقيق الأمن الغذائي، ورفع مستوى الدخل، والحد من البطالة، بما يخدم مصلحة الوطن ويعزز دوره الاقتصادي والاجتماعي.

(٣) **المهارات الحقلية: (Field Skills)** يُقصد بها مجموعة المعارف والقدرات والخبرات التطبيقية التي يكتسبها الفلاح من خلال الممارسة المباشرة في الحقل الزراعي، وتشمل مهارات إدارة المحاصيل، واستخدام التقنيات الزراعية الحديثة، والتعامل مع الأسمدة والمبيدات، وتنظيم عمليات الري والحصاد، إضافة إلى مهارات العناية بالحيوانات في حال ارتباط الزراعة بالإنتاج الحيواني. وتمثل هذه المهارات جوهر الكفاءة الإنتاجية للفلاح، وأحد العوامل الأساسية في تحسين جودة وكفاءة العمل الزراعي.

(٤) **التأثير المعرفي والوجداني والسلوكي (Cognitive, Affective, and Behavioral Impact):**

أ. **التأثير المعرفي:** يتمثل في ما تُحدثه المعلومات المستقاة من المواقع الزراعية في وعي الفلاح وفهمه للمفاهيم والأساليب الزراعية الحديثة.

ب. **التأثير الوجداني:** يتعلق بتغير المشاعر والاتجاهات والقيم المرتبطة بالعمل الزراعي، كتعزيز الانتماء للمهنة أو الإحساس بأهمية المنتج الوطني.

ت. **التأثير السلوكي:** يُعنى بالتغيرات التي تطرأ على سلوك الفلاحين العملي في الحقل، كنتيجة مباشرة لتفاعلهم مع المحتوى الرقمي الزراعي، مثل تبني تقنيات جديدة أو تغيير طرق العمل.

ثاني عشر: دراسات سابقة

(١) دراسة ذوالفقار إبراهيم محسن العوادي، (٢٠١٩م) ^(١).

هدفت هذه الدراسة إلى تقويم مدى توظيف تقنيات المعلوماتية في مجال الإرشاد الزراعي، ودورها في تحقيق تنمية ريفية مستدامة، وذلك من خلال دراسة حالة المزارع الإرشادية في

(١) ذوالفقار إبراهيم محسن العوادي، تقويم توظيف المعلوماتية في الإرشاد الزراعي لإحداث تنمية ريفية مستدامة في محافظة بابل – العراق، أطروحة دكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، تخصص إرشاد زراعي، ٢٠١٩م.

محافظة بابل بالعراق. اعتمدت الدراسة على منهج المسح الشامل، واستهدفت جميع المرشدين الزراعيين العاملين في ثماني مزارع إرشادية، بلغ عددهم (٩٨) مرشدًا. تناولت الدراسة عدة محاور، أبرزها: مدى توفر البنية التحتية للمعلوماتية (كأجهزة الحاسوب، الإنترنت، الطابعات، الكاميرات، قواعد البيانات...). وبيان مستوى معرفة واستخدام العاملين بمكونات المعلوماتية وتطبيقاتها في العمل الإرشادي. ورصد المعوقات التي تعرقل توظيف المعلوماتية (إدارية، فنية، مالية، بشرية). فضلا عن العلاقة بين خصائص المرشدين (العمر، المؤهل، الخبرة...) ومدى استخدامهم للمعلوماتية.

وقد تم جمع البيانات باستخدام استمارة استبيان، وتحليلها عبر برنامج SPSS، باستخدام التكرارات والنسب المئوية، ومقياس ليكرت، واختبار كاي تربيع.

ومن أهم النتائج: أن معظم المرشدين لم يتلقوا أي تدريب في استخدام أدوات المعلوماتية. وهناك ضعف واضح في البنية التحتية للمعلوماتية داخل المزارع الإرشادية. وانخفاض مستوى المعرفة والاستخدام الفعلي لتقنيات المعلوماتية في الإرشاد الزراعي. وقد اعتُبرت المعوقات الإدارية هي الأكثر تأثيرًا، تليها المعوقات المالية. وتوفر هذه الدراسة خلفية مهمة حول واقع توظيف التقنية في القطاع الزراعي بالعراق، وتسلط الضوء على المعوقات التي قد تواجه الفلاحين أيضًا عند التعامل مع المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة، رغم أنها تركز على الإرشاد الزراعي أكثر من الفلاحين أنفسهم.

٢) دراسة إسراء عزيز حسين (٢٠٢٢) ^(١).

هدفت هذه الدراسة إلى تحليل مدى انتشار الأفكار الزراعية الحديثة عبر قناة دائرة الإرشاد والتدريب الزراعي على منصة YouTube، وهي إحدى التشكيلات التابعة لوزارة الزراعة العراقية. اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المضمون، وذلك من خلال تحليل محتوى الفيديوهات المنشورة في الفترة ما بين ٢٠٢٠/١٢/١١ إلى ٢٠٢١/١٢/٢٧. وتصنف الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تعتمد منهج المسح الوصفي وتعتمد على تحليل المحتوى.

توصلت الدراسة إلى أن طول مدة الفيديو وتعدد الأفكار الزراعية ضمنه يؤثر سلبيًا على مستوى انتشاره، في حين حظيت الفيديوهات المتخصصة بالصناعات الغذائية، مثل الألبان والتمور، بنسب مشاهدة أعلى. وبيّنت النتائج أن عدد الفيديوهات التي تناولت أفكارًا زراعية بلغ (٤٨) فيديو، منها (٣٠) فيديو تناول فكرة واحدة فقط (بنسبة ٦٢.٥%)، في حين نُشر (١٨) فيديو ضمن برنامج "محطات زراعية" يتناول حزمة من الأفكار (بنسبة ٣٧.٥%).

وثُبرز الدراسة أهمية منصة YouTube كأداة فعالة في نشر المحتوى الزراعي، مقارنة ببعض المنصات الاجتماعية الأخرى، من حيث تنظيم المحتوى وسهولة الوصول إليه.

٣) دراسة (Rosna Indonesia) ٢٠٢٢م ^(٢).

(١) إسراء عزيز حسين، ذبوع الأفكار الزراعية الحديثة من خلال الموقع الإلكتروني لدائرة الإرشاد والتدريب الزراعي على اليوتيوب، دراسة تحليلية لمحتوى الموقع الإلكتروني لدائرة الإرشاد والتدريب الزراعي على منصة YouTube للفترة من ٢٠٢٠/١٢/١١ إلى ٢٠٢١/١٢/٢٧م، رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة تكريت، ٢٠٢٢م.

Rosna Indonesia. Digital Farming and Smart Farming from the Perspective (٢) of Agricultural Students at Malikussaleh University (2022): proceedings. unimal.ac.id

هدفت هذه الدراسة إلى استكشاف تصورات ووجهات نظر طلاب الزراعة وخريجهم في جامعة ماليكوصالح حول مفهومي الزراعة الرقمية والزراعة الذكية، ومدى استعدادهم المهني والتقني للانخراط في هذا المجال الحيوي. كما سعت الدراسة إلى الوقوف على التحديات التي تواجههم، والفرص التي يمكن استثمارها في تعزيز التحول الرقمي في القطاع الزراعي.

اعتمد الباحثون على منهج وصفي تحليلي باستخدام أدوات مثل: المقابلات، الملاحظة المباشرة، مجموعات النقاش المركزة (FGDs)، ومراجعة الأدبيات ذات الصلة.

وأظهرت النتائج أن طلاب الزراعة، رغم نشاطهم الرقمي كجيل ينتمي إلى فئة "المتبنين المبكرين" للتكنولوجيا، لا يزال لديهم فهم محدود لمفاهيم الزراعة الذكية والزراعة الرقمية. كما كشفت الدراسة أن هناك فرصاً كبيرة لتطبيق الزراعة الذكية في تحسين الإنتاج الزراعي ومراقبة العمليات وتسويق المحاصيل.

إلا أن الدراسة أشارت أيضاً إلى وجود تحديات كبيرة، من أبرزها: الصورة النمطية السلبية عن العمل الزراعي، ضعف البنى التحتية التقنية، الحاجة إلى دعم مؤسسي أكبر، ونقص التدريب التكنولوجي المتخصص في المناهج الأكاديمية الزراعية.

وقد أوصى الباحثون بضرورة تحديث المناهج الجامعية لتشمل مهارات الزراعة الرقمية، وتشجيع التعاون بين الجامعات والقطاعين العام والخاص لتطوير الكفاءات والبنى التحتية اللازمة لهذا التحول.

ثالث عشر: صعوبات ومعوقات البحث

١. ندرة الدراسات السابقة: وجود عدد قليل من الدراسات التي تناولت موضوع المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة، خاصة في السياق العراقي، مما يُقلل من قاعدة الأدبية التي يمكن بناء البحث عليها ويجعل مقارنات النتائج محدودة.

٢. ضيق الوقت: تحليل مضامين المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة يتطلب وقتاً كبيراً لجمع وفحص المحتوى بشكل عميق، وهذا يصبح صعباً عندما تكون المصادر قليلة والمادة المتاحة متفرقة.

٣. صعوبة الوصول إلى العينة البشرية: التحديات في الوصول إلى الفلاحين في المناطق المحددة عينة البحث بسبب المواصلات، أو البنية التحتية، أو تغيّب بعضهم في فترات توزيع الاستبانة.

٤. محدودية الموارد المادية والتقنية: قد تحتاج لتحسين أدوات جمع البيانات، أو تكاليف الطباعة، السفر، وربما تركيب مقابلات ميدانية، وهذه كلها قد تكون عائقاً إذا لم تتوفر ميزانية كافية.

٥. مقاومة التغيير أو عدم استخدام التكنولوجيا: بعض الفلاحين قد لا يستخدمون الإنترنت بانتظام أو لا يثقون بالمواقع الإلكترونية، أو لا يمتلكون الأجهزة الملائمة، مما يقلل من جودة أو دقة البيانات.

المبحث الثاني: نظرية الاعتماد على الاعلام الرقمي

أولاً: نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

في ظل تطور وسائل الإعلام وتزايد تأثيرها في المجتمعات المعاصرة، يتنامى وعي الجماهير تجاه القضايا الانتخابية التي تبرزها هذه الوسائل. ويسهم هذا الوعي المتزايد في تعزيز الحوار اليومي بين الأفراد حول موضوعات الانتخابات، وذلك استجابةً لمبادرات المجتمع وحملات الإعلام المختلفة. وتُعد وسائل الإعلام والاتصال أحد المصادر الأساسية – إلى جانب الخبرة الشخصية – في تمكين الأفراد من التعرف على تفاصيل الانتخابات، بما في ذلك قضاياها وإشكالاتها. وتلعب هذه الوسائل دوراً محورياً في مختلف مراحل تفاعل الأفراد مع الظواهر الانتخابية، مما يجعل أفراد المجتمع يعتمدون عليها بشكل كبير في تكوين معرفتهم واتجاهاتهم تجاه هذه القضايا.^(١)

ويُضاف إلى ذلك أن الاتجاهات العاطفية التي تتشكل لدى الأفراد نتيجة تعرضهم للمضامين الإعلامية قد تنعكس على سلوكهم الانتخابي، الأمر الذي يؤثر بدوره في عمليات التنمية التي تسعى إليها العراق كدولة نامية. وفي ضوء ما سبق، تتبلور مشكلة الدراسة في محاولة الكشف عن مدى اهتمام الأفراد بمتابعة القضايا الانتخابية عبر وسائل الإعلام، ومدى اعتمادهم على هذه الوسائل في الحصول على المعلومات المتعلقة بالانتخابات، إضافةً إلى قياس حجم تعرضهم للمضامين الإعلامية ذات الصلة. ومن هنا تبرز أهمية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، والتي تُعد الإطار النظري الأنسب لتفسير العلاقة بين وسائل الإعلام وسلوك الأفراد تجاه القضايا الانتخابية.^(٢)

❖ نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام

بدأ الاهتمام الأكاديمي بتأثير وسائل الإعلام في عشرينيات القرن الماضي، حيث ركّز بعض الباحثين على دراسة هذا التأثير على المستوى المعرفي للأفراد (Cognitive Level). وقد أشار عدد من الباحثين إلى أن اختلاف المستويات المعرفية بين الأفراد يُعزى بشكل رئيس إلى التفاعل بين مجموعة من المتغيرات المرتبطة بطبيعة وسائل الإعلام من جهة، وسمات الجمهور وخصائصه من جهة أخرى. كما أوضح العديد من الخبراء في المجتمعات الغربية طبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية ومؤسساتها، والتي تقوم على مبدأ الاعتماد المتبادل، مما مهد لظهور نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام. وتعود البدايات الفعلية لتبلور هذه النظرية إلى عام ١٩٨٤، على يد الباحثة ساندرا بول روكينش وزملائها، عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان "منظور المعلومات (Information Perspective)" وقد دعوا من خلالها إلى ضرورة الانتقال من النظرة التقليدية لوسائل الإعلام كأداة إقناع، إلى اعتبارها نظاماً معلوماتياً قوياً، يستمد تأثيره من اعتماد الأفراد والمؤسسات على المصادر النادرة للمعلومات التي تحتكرها وسائل الإعلام. وهو ما يشير إلى وجود علاقة اعتماد متبادلة بين وسائل الإعلام والأنظمة الاجتماعية الأخرى.^(٣)

(١) كمال الحاجي، نظريات الإعلام والاتصال. (دمشق: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠م)، ص ١٤٢.

(٢) عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. (عمان: دار اليازوري، ٢٠١٦م)، ص ٣١٩.

(٣) عبد الرزاق الدليمي، المرجع نفسه، ص ٣٢١.

ومن هنا، طوّر كل من ساندر بول وروكيثش وميلفين ديفلور الإطار النظري لنظرية الاعتماد على وسائل الاتصال، والتي تشترك في جذورها الفكرية مع نظرية الاستخدامات والإشباع، فكلتا النظريتين تركزان على العلاقة بين أهداف الأفراد والنظام الإعلامي، وتندرجان ضمن المداخل الوظيفية الاجتماعية في دراسة الإعلام. وتُعد نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بمثابة نظرية بيئية، تنظر إلى المجتمع ككيان مركّب تتشابك أجزاؤه بعلاقات ترابط وتأثير متبادل، وتسعى إلى تفسير هذه العلاقات والارتباطات.

وتهدف هذه النظرية إلى تفسير التفاوت في تأثير وسائل الإعلام، من خلال الإجابة عن السؤال: لماذا تكون لوسائل الإعلام الجماهيرية أحياناً تأثيرات قوية ومباشرة، وأحياناً أخرى تأثيرات ضعيفة وغير مباشرة؟ وتُرجع النظرية هذا التفاوت إلى درجة اعتماد الأفراد أو الجماعات على وسائل الإعلام كمصدر رئيسي للمعلومات والمعرفة، خاصةً في الفترات التي تشهد أزمات أو تغييرات اجتماعية وسياسية.^(١)

❖ ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

ترتكز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على دعامتين أساسيتين قدّمهما "ديفلور" و"روكيثش" في الطبعة الخامسة من عملهما (١٩٨٧)، وهما كما يأتي:^(٢)

(١) **الأهداف:** يسعى الأفراد والجماعات والمنظمات إلى تحقيق مجموعة من الأهداف من خلال الحصول على المعلومات التي توفرها مصادر الاتصال المختلفة، والتي تتحكم فيها أطراف متعددة كأشخاص أو جماعات أو مؤسسات. وينطبق هذا أيضاً بالعكس، حيث تؤثر هذه الأهداف على طريقة استخدام الأفراد لتلك المصادر.

(٢) **المصادر:** يلجأ الأفراد والمنظمات إلى مصادر إعلامية متعددة لخدمة أهدافهم المختلفة، وتقوم وسائل الإعلام في هذا السياق بثلاثة أدوار رئيسية تتعلق بالمعلومات.

(٣) **المعلومات:** تتمثل هذه الأدوار في: جمع المعلومات، ثم تنسيقها وتنقيحها، وأخيراً نشرها وتوزيعها. ويُستخدم مصطلح "المعلومات" لدى كل من ديفلور وروكيثش للإشارة إلى الرسائل الإعلامية بمختلف أنواعها. وهما يشددان على عدم حصر مفهوم المعلومات في نطاق الأخبار فقط، بل يرون ضرورة توسيعه ليشمل أيضاً الرسائل الترفيهية، لما لها من دور مهم في تحقيق أهداف متعددة، مثل الإسهام في النمو المعرفي للأطفال أو تعزيز القيم والعادات الاجتماعية من خلال المحتوى الدرامي.^(٣)

لذا، فإن مفهوم المعلومات في إطار هذه النظرية يتجاوز مجرد نقل الأخبار، ليشمل كل ما تبثه وسائل الإعلام من رسائل تؤثر في طريقة تفكير الأفراد، ومشاعرهم، وسلوكهم.

❖ فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتأثيراتها المحتملة

تُبنى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الفروض التي تفسر طبيعة العلاقة بين الجمهور ووسائل الاتصال والمجتمع، ويمكن عرضها على النحو التالي:

(١): **الفرضيات العامة للنظرية:** تُشير النظرية إلى أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير في الجوانب المعرفية والعاطفية والسلوكية للأفراد تزداد كلما أدت هذه الوسائل وظائفها في نقل المعلومات بكفاءة وكثافة عالية. ويزداد هذا التأثير بشكل ملحوظ في ظل عدم الاستقرار البنائي

(١) كمال الحاجي، نظريات الإعلام والاتصال. مرجع سابق، ص ١٤٥.

(٢) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤م)، ص ٢٩٨.

(٣) محمد عبد الحميد، المرجع نفسه، ص ٢٩٩.

داخل المجتمع، سواء نتيجة للصراعات أو التحولات الاجتماعية، حيث يبحث الأفراد بشكل أكبر عن المعلومات لفهم ما يحدث حولهم. كما تفترض النظرية أن تغيّر السلوك والمعرفة والمشاريع لدى الجمهور قد يؤدي بدوره إلى تأثيرات مرتدة تُحدث تغييرات في كل من وسائل الإعلام والمجتمع نفسه، مما يُشكّل علاقة ثلاثية متبادلة بين وسائل الاتصال والجمهور والمجتمع.^(١)

(٢): **الفرضيات الرئيسية للنظرية:** الفرض الأساسي للنظرية ينص على أن الأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم المختلفة، وأن درجة تأثير الوسيلة الإعلامية ترتبط بمدى أهمية دورها في حياة الفرد. فكلما ازدادت أهمية الوسيلة في حياة الشخص، زاد تأثيرها عليه، وأصبحت أكثر مركزية في تفاعلاته اليومية. وتزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في المجتمعات المعقدة والمتطورة، حيث تكثر التحديات وتزداد الحاجة للمعلومات الدقيقة والحديثة.

(٣): **الفرضيات الفرعية:** تؤثر درجة استقرار المجتمع بشكل مباشر في مستوى اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام؛ فكلما كان المجتمع أكثر استقراراً، قلّ اعتماد الأفراد على الوسائل الإعلامية، والعكس صحيح. وفي المجتمعات التي تشهد اضطرابات أو تغييرات سريعة، يزيد اعتماد الناس على وسائل الإعلام لفهم الواقع والتكيف معه.^(٢)

فروض نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام وتأثيراتها المحتملة

تقوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على مجموعة من الفرضيات التي تشرح العلاقة بين وسائل الإعلام والمجتمع والجمهور، وكيف تتأثر هذه العلاقة بعوامل ثقافية واجتماعية وسياسية، ويمكن تلخيص فرضيات هذه النظرية على النحو التالي:

(١) **تأثير الثقافة والبناء الاجتماعي على وسائل الإعلام:** تؤدي عناصر الثقافة والبنية الاجتماعية دوراً حاسماً في تشكيل خصائص وسائل الإعلام، سواء بشكل إيجابي أو سلبي. وهذه العناصر تؤثر على أهداف وسائل الإعلام وعلى مواردها. وبنيتها التنظيمية. وعلى العلاقات المتبادلة داخل المؤسسة الإعلامية.

وتحدد هذه الخصائص بدورها كيفية أداء وسائل الإعلام لوظائفها في تسليم المعلومات، والتي تعتمد على عدد الوسائل المتوفرة ودرجة مركزيتها. كل ذلك ينعكس في النهاية على السياسات الإعلامية التي تحدد طبيعة النشاط الإعلامي، كما تؤثر الثقافة وبنية المجتمع أيضاً على الأفراد، مما يؤدي إلى تنوع في الفروق الفردية. والانتماءات الاجتماعية. وطبيعة العلاقات الاجتماعية. ويؤدي هذا النظام الاجتماعي إلى توليد احتياجات أساسية لدى الأفراد مثل: الفهم، التوجيه، والتسلية.^(٣)

(٢) **العلاقة البنوية بين الإعلام والنظم الاجتماعية:** تُعتبر العلاقة بين نظام وسائل الإعلام والنظامين السياسي والاجتماعي علاقة تبعية بنائية، لأنها تقوم على أنماط متكررة من الاعتماد المتبادل بين نظم المجتمع الكبرى. فكلما زادت الأزمات والتغيرات (سواء كانت سياسية أو اقتصادية أو اجتماعية)، زادت حاجة المجتمع للمعلومات، مما يُعزز من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام. ما يؤدي التغير المستمر في استقرار النظام الاجتماعي إلى تذبذب في مستوى الحاجة إلى الأخبار والمعلومات.^(٤)

(١) يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال. (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ٢٢٦.

(٢) كمال الحاجي، نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص ١٤٦.

(٣) عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، مرجع سابق، ص ٢٣٦.

(٤) ماطر حمدي، نظريات وسائل الاعلام ووظائفها. (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م)، ص ١٧.

(٣) توفر البدائل الإعلامية ومستوى الاعتماد: يزداد اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام عندما تقل المصادر البديلة للمعلومات، سواء الرسمية أو غير الرسمية. أما إذا توفرت مصادر أخرى للمعلومات – كالشبكات الخاصة أو الوسائل الإعلامية الخارجية – فإن اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام المحلية يقل. (١)

تباين مستويات الاعتماد بين فئات الجمهور: لا يعتمد جميع أفراد الجمهور على وسائل الإعلام بنفس الدرجة؛ فالصفوة أو النخب في قمة الهرم الاجتماعي غالباً ما تمتلك مصادر معلومات خاصة بها، مثل البرقيات الخاصة. وتقارير من وكالات الأنباء. وشبكات معلومات غير متاحة للعامة. وهذا يقلل من اعتمادهم على الوسائل الإعلامية التقليدية التي يستخدمها عامة الناس. (٢)

ثانياً: المواقع الإلكترونية المتخصصة

الموقع الإلكتروني: يُعرّف الموقع بأنه مساحة رقمية مخصصة على شبكة الإنترنت، تتضمن مجموعة من الصفحات المرتبطة ببعضها، وتُعرض من خلال عنوان إلكتروني (Domain) فريد. تحتوي هذه المواقع على معلومات متنوعة، وقد تقدم خدمات تفاعلية للمستخدمين مثل: التسجيل، التعليق، تحميل الملفات، أو طلب الخدمات. وعادةً ما يكون لكل موقع صفحة رئيسية (Home Page) تُعد الواجهة الأساسية، ومنها يمكن الوصول إلى باقي الصفحات التي تنقسم إلى أقسام أو مواضيع مختلفة حسب تنظيم الموقع. (٣)

من الناحية اللغوية، فإن كلمة "موقع" (جمعها: مواقع) مأخوذة من الفعل "وَقَعَ"، وتعني المكان أو الموضع. أما في السياق التقني، فقد تطورت دلالة الكلمة لتشير إلى "المكان الرقمي" الذي يستضيف محتوى على الإنترنت. (٤)

المواقع الإلكترونية المتخصصة هي منصات رقمية تُعنى بتقديم محتوى وخدمات ضمن مجال معرفي أو مهني محدد، مثل: الطب، التعليم، الاقتصاد، القانون، التقنية، أو غيرها من المجالات. وتتميز هذه المواقع بأنها تخدم جمهوراً مستهدفاً يهتم بمحتواها التخصصي، وتقدم معلومات دقيقة، محدثة، وموثوقة، وغالباً ما تُدار من قبل جهات أو أفراد ذوي خبرة في المجال المعني. والمواقع المتخصصة (مواقع المجالات العلمية والأكاديمية. البوابات التعليمية. مواقع البحوث الطبية أو القانونية. منصات التقنية والتطوير البرمجي. المنتديات المهنية. والفرق بينها وبين مواقع التواصل الاجتماعي؛ بينما تهدف المواقع المتخصصة إلى تقديم محتوى نوعي يخدم تخصصاً معيناً، فإن مواقع التواصل الاجتماعي تُركّز على التفاعل الاجتماعي والترفيه ومشاركة المحتوى الشخصي، وغالباً ما تضم جماهير واسعة غير متجانسة. (٥)

خصائص مواقع الاعلام الرقمي:

تتميز مواقع الإعلام الرقمي بالعديد من الخصائص التي تميزها عن غيرها من الوسائل التقليدية، ومنها ما يأتي:

-
- (١) عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، مرجع سابق، ص ٢٤١.
 - (٢) ماطر حمدي، نظريات وسائل الاعلام ووظائفها، مرجع سابق، ص ١٤.
 - (٣) ربحي مصطفى عليان، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم. (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م)، ص ٧٢١.
 - (٤) جبران مسعود الرائد، معجم اللغوي اللغة و الإعلام. (بيروت: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٥م)، ص ٣٤.
 - (٥) وائل مبارك. خضر الله، أثر الفيس بوك على المجتمع. (بيروت: دار صادر. ٢٠٠١م)، ص ٧.

- (١) **الشمولية:** إذ تزيل الحواجز الجغرافية والمكانية، وتلغي الحدود الدولية، حيث يمكن للفرد في الشرق التواصل بسهولة مع فرد في الغرب عبر الشبكة.
- (٢) **التفاعلية:** لم يعد الفرد مجرد متلقٍ، بل أصبح قارئاً ومرسلاً وكتائباً ومشاركاً. فقد أزلت هذه الوسائل السلبية التي كانت ملازمة للإعلام التقليدي كالتلفاز والصحف الورقية، وأتاحت للمشاهد والقارئ فرصاً أكبر للمشاركة الفعالة.
- (٣) **تعددية الاستخدام:** فمواقع التواصل الاجتماعي سهلة ومرنة، ويمكن استخدامها لأغراض متعددة، كالتعليم من قبل الطلاب، ونشر المعرفة من قبل العلماء، والتفاعل مع القراء من قبل الكتاب، والتواصل الاجتماعي من قبل مختلف أفراد المجتمع.
- (٤) **سهولة الاستخدام:** بالإضافة إلى استخدام اللغة البسيطة، تعتمد هذه الشبكات على الأيقونات والصور، مما يسهل على المستخدم إيصال أفكاره والتفاعل مع الآخرين بسهولة.
- الاقتصادية في الجهد والوقت والمال:** إذ يمكن لأي شخص امتلاك مساحة خاصة على هذه المنصات من خلال التسجيل المجاني، دون الحاجة إلى تكاليف مادية، مما يفتح المجال أمام الجميع دون تمييز.^(١)
- (٥) **التواجد الدائم وغير الملموس:** تتيح هذه الشبكات إمكانية التواصل بين المستخدمين دون الحاجة إلى التواجد في نفس الوقت، من خلال ترك رسالة نصية أو صورة أو معلومات، وغيرها. كما يمكن التفاعل المباشر عبر الدردشة النصية أو الصوتية باستخدام الميكروفون.^(٢)

أغراض الاعلام الرقمي:

- تستخدم مواقع الاعلام الرقمي لأغراض عديدة منها:
- أداة للتواصل بين الأشخاص والجماعات المختلفة.
 - أداة للتواصل بين جميع الطلاب.
 - أصبحت شبكات الاعلام الرقمي والتواصل الاجتماعي من أهم الضروريات في حياتنا اليومية، فهي تقدم خدمات تتيح التعبير عن رأي الفرد ورأي الآخرين، ناهيك عن أنها تجمع بين الآراء المتضاربة.
 - كما برز دوره بشكل ملحوظ في الآونة الأخيرة من خلال استخدامه كوسيلة اتصال بين المعارضين والثوار وبين الناس في بعض الدول والدول العربية، حيث يجمع ملايين المستخدمين في وقت واحد.^(٣)

انواع مواقع الاعلام الرقمي:

تتعدد أنواع مواقع الإعلام الرقمي ضمن الشبكات الاجتماعية، وتشمل ما يأتي:

(١) عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر. مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني. (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م)، ص ٨.

(٢) مصعب حسام الدين لطفي قتلوني، دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي. فلسطين، جامعة النجاح الوطنية نابلس: ٢٠١٢م، ص ٨٩.

(٣) كحيل فتيحة. الاعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في الاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي. موقع فيسبوك، ٢٠٢٠م، ص ١٢٤.

القسم الأول: الشبكات الشخصية: وهي مخصصة للأفراد والشخصيات العامة ومجموعات الأصدقاء، حيث تتيح لهم التعرف على بعضهم البعض وتكوين صداقات. ومن أبرز أمثلتها موقع **Facebook**، ويتضمن هذا النوع من الشبكات ملفات تعريف المستخدمين، بالإضافة إلى خدمات عامة مثل الرسائل الخاصة والمشاركات المتعلقة بالتعليم أو العمل أو الموقع الجغرافي.

القسم الثاني: الشبكات الثقافية: تُعد الشبكات الاجتماعية والثقافية من نتائج الثورة المعلوماتية، حيث تستقطب المستخدمين المتعلمين من مختلف أنحاء العالم، وتُستخدم لتبادل المعرفة، والنقاشات الفكرية، والمحتوى الثقافي^(١).

القسم الثالث: الشبكات المهنية: وتُعد من أهم أنواع الشبكات، حيث تربط بين الزملاء في العمل، وأصحاب الأعمال، والشركات. وتتضمن ملفات تعريف مهنية تحتوي على السير الذاتية للمستخدمين، وخبراتهم، ومجالات دراستهم، وأماكن عملهم السابقة. ومن أبرز أمثلتها المواقع الإلكترونية التي تُعد مقراً رئيسياً للعديد من شركات التوظيف، حيث تتيح للمستخدمين طرح أسئلة في مجالات مهنية متخصصة، ويتم اختيار أفضل إجابة بناءً على تقييم المهارات.^(٢)

وفي بدايات ظهور مواقع التواصل الاجتماعي، كان الهدف الأساسي منها هو تكوين صداقات والتعارف. ومع تطور الإنترنت وظهور ما يُعرف بـ "الجيل الثاني من الويب" (Web 2.0)، توسعت استخداماتها لتشمل البحث عن وظائف، ونشر الإبداعات الفكرية، والإعلانات الخاصة بالمؤسسات عبر الصفحات الرسمية.^(٣)

الاعلام الفلاحي المتخصص، مفهومه ووظائفه:

برز الاعلام المتخصص نتيجة لطفرة معرفية هائلة ساهمت في تعمق الاختصاصات في المجالات المختلفة و الذي ادى الى ظهور اعلام يركز محتواه وادواته نحو مجال معرفي محدد مثل الاعلام البيئي والاقتصادي والرياضي والزراعي والسياسي الخ وايضاً يوجه الى جمهور محدد يبحث عن اشباع فراغه المعرفي، وهذا ما أكدته الدكتورة محسن كشكول إذ يقول "وهنا لا بد من التأكيد على أن الصحافة المتخصصة هي التي تتفرغ لمتابعة أدق اهتمامات المتلقي المتخصص وتوفر له معلومات أكثر قدرة على إشباع شغفه واحتياجاته العلمية تبعاً لدورها المتخصص فإنها تمتلك المساحة الأوسع للنشر، ونلاحظ أن التخصص ينحصر في موضوع محدد ويتوجه إلى جمهور متخصص في الموضوع ذاته، أي الموضوع الذي يقع ضمن دائرة اهتماماته^(٤)". إذ يوضح هذا المفهوم ان التخصص لا يقتصر على الموضوع فقط بل ايضاً يشتمل على الجمهور، وتعرفه الدكتورة بشرى تيسير على انه "إطار شامل لصورة نوعية وهادفة في حلّة حديثة ومتطورة تمتاز بمحتوى متخصص موجه لمخاطبة جمهور معين، وهذا الإعلام المتخصص لا شك أنه بحاجة إلى إعلامي متخصص ومتمكن". تضيف الدكتورة بشرى

(١) عامر ابراهيم قنديلجي. الاعلام و المعلومات و الانترنت. (عمان: دار اليازوري، ٢٠١٣م)، ص ٣٣٣.

(٢) فاطمة الزهراء عماري. «استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية التفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي دراسة مسحية»: مذكرة مكملة ماجستير غير منشورة. جامعة الجزائر، ٢٠١٣م، ص ١٠٦.

(٣) المرجع نفسه: ص ١٠٤

(٤) محسن عبد كشكول، الصحافة المتخصصة، (بغداد: محاضرات القيت في قسم الصحافة، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، ٢٠٢٢م، ص ٧.

جانب ثالث من التخصص الى جانب الموضوع والجمهور وهو الاعلامي المتخصص الذي يستطيع ان يتعامل مع المعارف الدقيقة والمتخصصة^(١).

وبعد ان تزايدت الحاجة الى وجود اعلام متخصص يلبي حاجة الفلاحين لمواكبة التطورات الحاصلة في مجال الزراعة برز لدينا الاعلام الفلاحي وهو احد فروع الاعلام المتخصص الذي يهتم بنقل المعارف الزراعية والخبرات الزراعية الى الفلاحين ويسعى دائماً الى رفع الوعي لدى الفلاح و تطوير أساليب العمل الخاصة به بما ينسجم مع التطورات والاختراعات الحديثة ، وعلى رغم من مصطلح الاعلام الفلاحي لا يرد كثيراً كمصطلح أكاديمي أو علمي لكون البحوث غالباً ما تستخدم الاعلام الزراعي أو التنموي أو الإرشادي ولا تذكره بشكل مباشر ، الا انه يعد جزء لا يتجزأ من جوهر هذه الابحاث اذ يركز على الفلاحين بوصفهم العامل الاساسي في العملية الانتاجية وتسعى هذه الابحاث دوماً الى توفير الدعم والوعي وأحدث الاساليب بطرق مبسطة لتحسن من العملية الإنتاجية الزراعية وضمان الأمن الغذائي.

ويعد الإعلام في جوهره عملية اتصالية تستند إلى نقل الأخبار والمعلومات والحقائق إلى الجمهور بموضوعية وصدق، مما يتيح لهم فهماً أفضل للبيئة التي يعيشون فيها وتكوين مواقف ورؤى تجاهها. ^(٢) أما الزراعة فهي النشاط الحيوي الذي يرتبط مباشرة بإنتاج الغذاء والموارد الأساسية للحياة، ويُشكل الفلاح محوره.

وقد أوضح عبد الرزاق الدليمي أن الإعلام الزراعي يمثل أحد أبرز الأدوات التي يعتمد عليها الإرشاد الزراعي في تواصله مع الفلاحين، حيث تنقل وسائل الإعلام الرسائل الإرشادية إلى الجماهير الريفية، لتتكامل بذلك مع الاتصال الشخصي الذي يؤديه المرشدون الزراعيون ميدانياً. ^(٣) كما يرى محمد علي أبو العلا أن الإرشاد الزراعي عملية تعليمية تهدف إلى مساعدة الفلاحين وأسرهم على تطوير معارفهم الزراعية والارتقاء بمستواهم الفكري والاجتماعي، مما يجعل الإعلام الزراعي الامتداد الجماهيري لهذه العملية التعليمية^(٤).

وبعد الاطلاع على هذه المفاهيم يمكن صياغة مفهوم الاعلام الفلاحي بوصفه : جوهر النشاط الاعلامي الزراعي وغاية الارشاد الزراعي، الذي يستهدف الفلاحين بصورة مباشرة من خلال تبسيط العلوم والابحاث الحديثة، مما ينعكس على رفع كفاءتهم الانتاجية، وتحقيق التنمية المستدامة.

وتُستمد وظائف الاعلام الفلاحي من وظائف الاعلام المتخصص نفسه فهو احد فروعه ولكنه يوجه بشكل خاص الى الفلاح. ومن أبرز الوظائف^(٥) :

- ١- **وظيفة المعالجة:** العمل على معالجة القضايا المهمة والمصيرية التي تخص الفلاح من خلال التركيز عليها ودعوة الخبراء والعلماء في حلها مما يساهم في حلها .
- ٢- **الوظيفة التوعوية:** تهيئة جمهور الفلاحيين لتقبل تغيير السلوكيات الزراعية غير الصحيحة، ونشر الوعي بأهمية التقنيات الحديثة.

(١) بشرى تيسير عباس، الإعلام المتخصص الحديث، (عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م) ص ٣١.

(٢) بشرى تيسير عباس، الإعلام المتخصص الحديث، مرجع سابق، ص ١٩.

(٣) عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام المتخصص، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م)، ص ١٨٨.

(٤) محمد علي أبو العلا قنديل، دور الصحافة المتخصصة في تنمية المجتمعات، (كفر الشيخ: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م) ص ٦٥.

(٥) محسن عبد كشكول، الصحافة المتخصصة، مرجع سابق، ص ٢٣.

٣- **الوظيفة التنموية:** دعم التنمية الريفية من خلال استحداث قنوات اتصال بين الفلاحين واصحاب القرار، لتعزيز المشاركة في اتخاذ القرار المناسب وإيجاد الحلول للمشاكل التي تواجههم .

٤- **الوظيفة الروحية:** بث روح الانتماء والاعتزاز بمهنة الزراعة والتمسك بأرضه.

٥- **الوظيفة التعليمية :** ربط الفلاح بالبحوث الزراعية ومراكز الخبرة، ونقل نتائج الدراسات العلمية بشكل مبسط وقابل للتطبيق، لضمان التطوير المستمر للزراعة.

المبحث الثالث: اعتماد الفلاحين العراقيين على المواقع الإلكترونية المتخصصة في

تطوير مهاراتهم الحقلية

يشكل هذا المبحث الجانب الميداني من الدراسة، حيث يهدف إلى استكشاف مدى اعتماد الفلاحين العراقيين على المواقع الإلكترونية الزراعية في تطوير مهاراتهم الحقلية، وتحليل الأثر الذي تحدثه هذه المنصات الرقمية في واقعهم العملي، خاصة في ظل التحولات الاقتصادية والاجتماعية التي شهدتها العراق خلال العقود الماضية.

وقد تم تنفيذ الدراسة الميدانية على عينة مكونة من (٤٢٦) فلاحًا وفلاحة من مناطق شمال بغداد، تم اختيارهم عمدًا من مناطق زراعية تتميز بنشاط ملحوظ في استخدام الوسائل التقنية الحديثة. ويُلاحظ أن عدد الفلاحات المشاركات بلغ (٤٠) امرأة، وهو مؤشر يعكس تحولًا تدريجيًا في الأدوار التقليدية داخل المجتمع الزراعي العراقي، إذ لطالما ارتبطت مهنة الزراعة بالرجال، إلا أن الظروف السياسية والاقتصادية، وتبعات الحروب والنزوح، دفعت الكثير من النساء إلى تولي مسؤولية إدارة المزارع، بهدف تأمين مصدر دخل للأسرة وسدّ الفراغ الناتج عن غياب الرجل بسبب الوفاة أو الانخراط في النزاعات أو التهجير.

ويهدف هذا المبحث إلى تحليل البيانات المستخلصة من الاستبانة التي وُزعت على المشاركين، والتي اشتملت على عدة محاور لقياس الأبعاد المعرفية، والمهارية، والدافعية، والاقتصادية، والاجتماعية المرتبطة باستخدام المواقع الزراعية. كما سعت الدراسة إلى رصد أبرز المقترحات التي قدمها الفلاحون لتحسين أداء هذه المنصات الرقمية، بما يعزز من فاعليتها في خدمة القطاع الزراعي.

(١) **صدق الاستبانة: (Validity) :** يشير صدق الاستبانة إلى مدى دقتها وقدرتها على قياس ما وضعت من أجله. فكلما ارتفع مستوى صدق الأداة، زادت مطابقتها للواقع، واقتربت نتائجها من المفهوم الذي تستهدف تقييمه، وفقًا للنظريات المرتبطة به. ويُعد صدق البناء من أهم أنواع الصدق التي تعكس مدى صلاحية الأداة لقياس الظاهرة المدروسة.

(٢) **ثبات الاستبانة: (Reliability) :** يعني ثبات الاستبانة مدى اتساق أداة جمع البيانات في تقديم نتائج دقيقة ومتشابهة عند تكرار استخدامها في نفس الظروف أو في ظروف مشابهة، سواء تم تطبيقها من قبل نفس الباحث أو من قبل باحثين آخرين، وفي أزمنة مختلفة. فإذا أظهرت الأداة نتائج متقاربة عند استخدامها عدة مرات، فإن ذلك يدل على ارتفاع مستوى الثبات، مما يعزز من موثوقية الأداة في قياس الظواهر والمتغيرات المستهدفة.

(١) محور المعلومات الديموغرافية للمبحوثين

جدول (١) نوع الجنس المشارك في الاستبيان

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
الأولى	٩٠.٦١%	٣٨٦	ذكر
الثانية	٩.٣٩%	٤٠	انثى
-	١٠٠%	٤٢٦	المجموع

يبين الجدول (١) أن أغلب المبحوثين هم من جنس (ذكر) بنسبة تقدر بـ (٩٠.٦١%) في حين أن جنس (الإناث) قد قدرت نسبتهم بـ (٩.٣٩%)، وهذا يبين أن الذكور هم الأكثر مشاركة في الاستبيان بفارق كبير عن الإناث، ولولا أن الباحث له علاقات بالكثير من العائلات الفلاحية في الحقول الزراعية لتعذر الحصول على الإجابات بحكم طبيعة المجتمع الفلاحي المحافظ.

٢) الفئة العمرية للعينة كما في الجدول (٢):

جدول (٢) يبين الفئات العمرية للمبحوثين.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
الأولى	٥١.٤١%	٢١٩	٣٠-٢١
الثانية	٢٥.١٢%	١٠٧	٤٠-٣١
الثالثة	٢١.١٣%	٩٠	٥٠-٤١
الرابعة	٢.٣٤%	١٠	٥١ فأكثر
-	١٠٠%	٤٢٦	المجموع

يبين الجدول (٢) أن الفئة العمرية من (٣٠-٢١) عام الأعلى مشاركة بنسبة (٥١.٤١%)، في حين بلغت الفئة (٤٠-٣١) عام المرتبة الثانية بنسبة (٢٥.١٢%)، وجاءت بعدها الفئة (٥٠-٤١) بنسبة (٢١.١٣%) وأخيرا لم تحصل فئة (٥١ سنة فأكثر) إلا على نسبة ضعيفة هي (٢.٣٤%)، ذلك أن هذه الأعمار حديثة عهد باستخدام الانترنت.

٣) التوزيع الجغرافي للعينة المشاركة في الاستبيان:

جدول (٣) يبين التوزيع الجغرافي للعينة المشاركة في الاستبيان

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
الأولى	٣٨.٩٧%	١٦٦	منطقة أبي غريب
الثانية	٢٢.٥٤%	٩٦	الطارمية
الثالثة	١٩.٩٥%	٨٥	التاجي
الرابعة	١٨.٥٤%	٧٩	الراشدية
-	١٠٠%	٤٢٦	المجموع

يوضح الجدول (٣) أن الذين لديهم خبرة أكثر في استخدام المواقع الرقمية هم من سكنة منطقة أبي غريب فهم الأعلى مشاركة بنسبة (٣٨.٩٧%)، في حين جاء بالمرتبة الثانية الفلاحين في الطارمية بنسبة (٢٢.٥٤%)، وجاء بالمرتبة الثالثة الفلاحين في التاجي بنسبة (١٩.٩٥%)، والمرتبة الرابعة هم في الراشدية بنسبة مشاركة (١٨.٥٤%). ويتبين أن الفلاحين في كل المناطق المعنية بالبحث يتابعون الاعلام الرقمي لتطوير مهاراتهم .

(٤) الحالة الاجتماعية للعينة المشاركين في الاستبيان في الجدول (٤):
جدول (٤) يبين التحصيل الحالة الاجتماعية للعينة المشاركة في الاستبيان.

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
الأولى	٥٣.٠٥%	٢٢٦	متزوج
الثانية	٢٦.٥٣%	١١٣	أعزب
الثالثة	١١.٧٤%	٥٠	أرمل
الرابعة	٨.٦٧%	٣٧	منفصل
-	١٠٠%	٤٢٦	المجموع

بينت نتائج جدول (4) أن عدد أفراد العينة من المتزوجين احتل المرتبة الأولى بواقع (٢٢٦) تكراراً ونسبة بلغت (٥٣.٠٥%)، بينما حلت فئة (أعزب) بالمرتبة الثانية بتكرار (١١٣) ونسبة (٢٦.٥٣%)، أما فئة (أرمل) فقد حصلت على المرتبة الثالثة وسجلت (٥٠) تكراراً ونسبة بلغت (١١.٧٤%)، بينما جاءت فئة (منفصل) في المرتبة الأخيرة بتكرار (٣٧) ونسبة بلغت (٨.٦٧%). ويتبين أن الفلاحين المتزوجين يُظهرون اهتماماً أكبر بمتابعة المواقع الإلكترونية المتخصصة، وذلك بهدف تطوير مهاراتهم الحقلية، مقارنةً بنظرائهم غير المتزوجين، ويمكن تفسير هذا التوجه بارتفاع دافع المسؤولية الأسرية والرغبة في تحسين الإنتاجية الزراعية لدعم الاستقرار الأسري.

(٥) هل تمتلك خبرة في استخدام الإنترنت؟

جدول (٥) خبرة المبحوثين في استخدام الإنترنت

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
الأولى	٩٣.٩٠%	٤٠٠	نعم
الثانية	٦.١٠%	٢٦	كلا
-	١٠٠%	٤٢٦	المجموع

يتضح من جدول (5) أن المبحوثين الذين يمتلكون خبرة في استخدام الأنترنت بلغ (٤٠٠) تكراراً ونسبة بلغت (٩٣.٩٠%)، في حين بلغ عدد المبحوثين الذين لا يمتلكون خبرة في استخدام الأنترنت (٢٦) تكراراً ونسبة بلغت (٦.١٠%). وتشير هذه النتيجة إلى وجود بعض المبادرات والمجهودات الفردية لدى عدد من الفلاحين العراقيين، خصوصاً من فئة الشباب، للاستفادة من الإنترنت في تطوير مهاراتهم الزراعية والاطلاع على أحدث الأساليب التقنية.

(٦) هل لديك حساب على مواقع إلكترونية زراعية أو منصات تواصل متخصصة؟

جدول (٦) توزيع المبحوثين حسب امتلاكهم لمواقع إلكترونية زراعية أو منصات متخصصة

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
الأولى	١٠٠%	٤٠٠	نعم
الثانية	-	-	كلا
-	١٠٠%	٤٠٠	المجموع

يتضح من جدول (6) أن غالبية المبحوثين يمتلكون حساب على مواقع إلكترونية زراعية أو منصات تواصل متخصصة ونسبة (١٠٠%)، وتؤشر لنا هذه النتيجة إلى تزايد إقبال الفلاحين على استخدام المنصات الإلكترونية الزراعية ومواقع التواصل المتخصصة، وهو ما يعكس تحولاً ملحوظاً في أساليب اكتساب المعرفة وتبادل الخبرات في الأوساط الفلاحية، ويُعدّ هذا التوجه مؤشراً على تنامي الوعي بأهمية التكوين المستمر ومواكبة التطورات التكنولوجية في

المجال الزراعي، فمن خلال هذه المنصات، يتمكن الفلاحون من الاطلاع على أحدث التقنيات الزراعية، وتحديث معارفهم في ما يتعلق بطرق الزراعة المستدامة، وتدبير الموارد الطبيعية، ومقاومة الآفات والأمراض النباتية، فضلاً عن تحسين جودة الإنتاج ورفع مردوديته.

المحور الثاني: الاعتماد على المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة
(٧) هل تستخدم المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة لتطوير مهاراتك الحقلية؟
جدول (٧) توزيع المبحوثين حسب استخدام المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة في تطوير مهاراتهم الحقلية

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
الأولى	٨١%	٣٢٤	نعم
الثانية	١٩%	٧٦	أحياناً
الثالثة	-	-	كلا
-	١٠٠%	٤٠٠	المجموع

يتضح من جدول (٧) أن المبحوثين الذين تستخدمون المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة لتطوير مهاراتهم الحقلية بلغ (٣٢٤) تكراراً ونسبة بلغت (٨١%)، في حين بلغ عدد المبحوثين الذين تستخدمون المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة لتطوير مهاراتهم الحقلية أحياناً (٧٦) تكراراً ونسبة بلغت (١٩%)، وتؤشر لنا هذه النتيجة أن نسبة كبيرة من المبحوثين يلجؤون إلى استخدام المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة كوسيلة فعالة لتطوير مهاراتهم الحقلية، مما يعكس أهمية التكنولوجيا الرقمية في تعزيز القدرات العملية والمعرفية في المجال الزراعي.

(٨) كم مرة تزور هذه المواقع في الشهر؟

جدول (٨) يوضح توزيع المبحوثين حسب زيارتهم للمواقع الإلكترونية الزراعية شهرياً

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا ^٢	مستوى الدلالة
١	من ٣ إلى ٥ مرات	١٤٤	٣٦%	١	٣	٧.٨٢	٠.٠٥
٢	من ١ إلى ٢ مرة	١٠٥	٢٦.٢٥%	٢			
٣	أكثر من ٥ مرات	٩٦	٢٤%	٣			
٤	أقل من مرة	٥٥	١٣.٧٥%	٤			
	المجموع	٤٠٠	١٠٠%	-			

كشفت بيانات جدول (٨) أن (٣٦%) من أفراد عينة الدراسة يزورون المواقع الإلكترونية الزراعية من ٣ إلى ٥ مرات شهرياً، بينما أشار (٢٦.٢٥%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يزورون المواقع الإلكترونية الزراعية من ١ إلى ٢ مرة شهرياً، بالمقابل أشار (٢٤%) أفراد عينة الدراسة أنهم يزورون المواقع الإلكترونية الزراعية أكثر من ٥ مرات شهرياً، أما ما نسبته (١٣.٧٥%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يزورون المواقع الإلكترونية الزراعية أقل من مرة شهرياً. وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في زيارة أفراد عينة البحث للمواقع الإلكترونية الزراعية شهرياً حيث بلغت قيمة كا^٢ المحسوبة (٤٠.٠٥)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٧.٨٢) وهي دالة احصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٣) ولصالح استجابة من ٣ إلى ٥ مرات يومياً. أي أن هناك اختلافات واضحة بين المبحوثين في زيارتهم للمواقع الإلكترونية الزراعية شهرياً. وتؤشر لنا هذه النتيجة أن

الفلاحين في العراق يقومون بزيارة المواقع الإلكترونية المتخصصة في الشأن الزراعي بمعدل يتراوح بين ثلاث إلى خمس مرات شهرياً، وذلك بهدف تطوير مهاراتهم الحقلية وتحسين ممارساتهم الزراعية استناداً إلى المعرفة الرقمية الحديثة.

(٩) ما المصادر التي تعتمد عليها أكثر؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار).
جدول (٩) توزيع المبحوثين حسب المصادر التي يعتمدون عليها

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
الأولى	٢٧.٧٢%	١٥٨	المواقع العراقية
الثانية	٢٣.١٦%	١٣٢	صفحات التواصل الاجتماعي الزراعية
الثالثة	٢٢.٤٦%	١٢٨	قنوات الفيديو التعليمية (مثل اليوتيوب)
الرابعة	١٨.٩٥%	١٠٨	المواقع العربية
الخامسة	٧.٧١%	٤٤	المواقع العالمية
-	١٠٠%	٥٧٠(*)	المجموع

كشفت نتائج الجدول (٩) والخاصة بالمصادر التي يعتمد عليها أفراد عينة الدراسة، وتبين أن فئة (المواقع العراقية) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (١٥٨) تكراراً ونسبة مئوية قدرها (٢٧.٧٢%)، من مجموع (٥٧٠) تكراراً، تلتها فئة (صفحات التواصل الاجتماعي الزراعية) في المرتبة الثانية وسجلت (١٣٢) تكراراً ونسبة بلغت (٢٣.١٦%)، في حين جاءت فئة (قنوات الفيديو التعليمية (مثل اليوتيوب)) في المرتبة الثالثة وحقت (١٢٨) تكراراً ونسبة (٢٢.٤٦%)، أما فئة (المواقع العربية) فقد حلت في المرتبة الرابعة محققة (١٠٨) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١٨.٩٥%)، لتأتي فئة (المواقع العالمية) بالمرتبة الأخيرة بواقع (٤٤) تكراراً ونسبة (٧.٧١%).

ومن المعطيات الإحصائية نستنتج أن المواقع العراقية تصدرت باقي الفئات الأخرى الخاصة بالمصادر التي يعتمد عليها أفراد عينة الدراسة، وتعكس هذه النتيجة أن المواقع الإلكترونية العراقية وصفحات التواصل الاجتماعي الزراعية تُعد من المصادر المعاصرة التي يعتمد عليها الفلاحون في تطوير مهاراتهم الحقلية، فقد أسهمت هذه الوسائط الرقمية في تعزيز الوعي الزراعي من خلال توفير معلومات علمية وإرشادات فنية محدثة حول أساليب الزراعة الحديثة، وإدارة المحاصيل، ومكافحة الآفات، فضلاً عن تقديم توصيات خاصة بالتقنيات الزراعية الملائمة للبيئة المحلية، كما توفر صفحات التواصل الاجتماعي، ولا سيما على منصات مثل فيسبوك ويوتيوب، محتوى تفاعلياً يتيح للفلاحين تبادل الخبرات والتجارب مع نظرائهم، والتواصل المباشر مع المختصين في المجال الزراعي، وبهذا الشكل، أصبحت هذه المنصات تمثل بيئة تعليمية غير رسمية تسهم في تنمية قدرات الفلاحين وتحسين أدائهم في العمليات الزراعية، ما ينعكس إيجاباً على الإنتاجية الزراعية وجودة المحاصيل.

(*) يتضح ان عدد التكرارات يبلغ (٥٧٠)، بينما حجم عينة البحث هي (٤٠٠)، ويرجع سبب ارتفاع عدد التكرارات كون الإجابة على هذا السؤال كانت تسمح باختيار أكثر من بديل.

١٠ مدى استفادتك من المعلومات التي تحصل عليها من المواقع الإلكترونية في فهم التقنيات الزراعية الحديثة

جدول (١٠) يوضح توزيع المبحوثين حسب استفادتهم من المعلومات التي تحصل عليها من المواقع الإلكترونية في فهم التقنيات الزراعية الحديثة

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا ^٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	جيدة	١٢٨	٣٢%	١	٤	١٠٩.٥٧٤	٩.٤٩	٠.٠٥
٢	ممتازة	١١٧	٢٩.٢٥%	٢				
٣	متوسطة	٩٠	٢٢.٥%	٣				
٤	ضعيفة	٤٨	١٢%	٤				
٥	ضعيفة جداً	١٧	٤.٢٥%	٥				
	المجموع	٤٠٠	١٠٠%	-				

كشفت بيانات جدول (١٠) أن (٣٢%) من أفراد عينة الدراسة أن استفادتهم من المعلومات التي تحصل عليها من المواقع الإلكترونية في فهم التقنيات الزراعية الحديثة كانت جيدة، بينما أشار (٢٩.٢٥%) من أفراد عينة الدراسة أن استفادتهم من المعلومات التي تحصل عليها من المواقع الإلكترونية في فهم التقنيات الزراعية الحديثة كانت ممتازة، بالمقابل أشار (٢٢.٥%) أفراد عينة الدراسة أن استفادتهم من المعلومات التي تحصل عليها من المواقع الإلكترونية في فهم التقنيات الزراعية الحديثة كانت متوسطة، أما ما نسبته (١٢%) من أفراد عينة الدراسة أن استفادتهم من المعلومات التي تحصل عليها من المواقع الإلكترونية في فهم التقنيات الزراعية الحديثة كانت ضعيفة، في حين أشار (١٧%) من أفراد عينة الدراسة أن استفادتهم من المعلومات التي تحصل عليها من المواقع الإلكترونية في فهم التقنيات الزراعية الحديثة كانت ضعيفة جداً.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في استفادة أفراد عينة البحث من المعلومات التي يحصلون عليها من المواقع الإلكترونية في فهم التقنيات الزراعية الحديثة حيث بلغت قيمة كا^٢ المحسوبة (١٠٩.٥٧٤)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٩.٤٩) وهي دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٤) ولصالح استجابة جيدة. أي أن هناك اختلافات واضحة بين أفراد عينة البحث في استفادتهم من المعلومات التي يحصلون عليها من المواقع الإلكترونية في فهم التقنيات الزراعية الحديثة. وتؤشر لنا هذه النتيجة أن المواقع الإلكترونية ساهمت بشكل ملحوظ في تعزيز معارف الفلاحين وتمكينهم من فهم وتطبيق التقنيات الزراعية الحديثة، فمن خلال الاطلاع المستمر على المحتوى الرقمي المتخصص، أصبح بإمكان الفلاحين الوصول إلى معلومات محدثة حول أساليب الزراعة المستدامة، وإدارة الموارد المائية، واستخدام الأسمدة والمبيدات بطرق علمية، كما مكّنتهم هذه المنصات من مواكبة الابتكارات الزراعية، مثل أنظمة الري الذكي والزراعة الدقيقة، مما انعكس إيجاباً على جودة الإنتاج وكفاءته. بالإضافة إلى ذلك، أسهمت هذه المواقع في رفع الوعي لدى الفلاحين بالتغيرات المناخية وتأثيراتها، وأتاحت لهم فرصاً للتواصل مع خبراء القطاع الزراعي وتبادل الخبرات مع مزارعين آخرين عبر المنتديات والمنصات التفاعلية. وعليه، فإن الاستخدام الفعّال للمواقع الإلكترونية بات عنصراً محورياً في تحسين الممارسات الزراعية وتطوير القطاع الفلاحي بصفة عامة.

(١١) هل تشعر بالثقة في مهاراتك الحقلية بعد الاعتماد على المعلومات من هذه المواقع؟
جدول (١١) يبين مدى شعور المبحوثين بالثقة في مهاراتهم الحقلية بعد الاعتماد على
المعلومات من هذه المواقع

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا٢		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	أشعر بثقة كبيرة	١٤١	٣٥.٢٥%	١	٤	١٠٠.١٢	٩.٤٩	٠.٠٥
٢	أشعر بثقة متوسطة	٩٩	٢٤.٧٥%	٢				
٣	أشعر بثقة قليلة	٨٠	٢٠%	٣				
٤	أشعر بثقة تامة	٥٨	١٤.٥%	٤				
٥	لا أشعر بالثقة أبداً	٢٢	٥.٥%	٥				
	المجموع	٤٠٠	١٠٠%	-				

كشفت بيانات جدول (١١) أن (٣٥.٢٥%) من أفراد عينة الدراسة يشعرون بثقة كبيرة في مهاراتهم الحقلية بعد الاعتماد على المعلومات من هذه المواقع، بينما أشار (٢٤.٧٥%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يشعرون بثقة متوسطة في مهاراتهم الحقلية بعد الاعتماد على المعلومات من هذه المواقع، بالمقابل أشار (٢٠%) أفراد عينة الدراسة أنهم يشعرون بثقة قليلة في مهاراتهم الحقلية بعد الاعتماد على المعلومات من هذه المواقع، أما ما نسبته (١٤.٥%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يشعرون بثقة تامة في مهاراتهم الحقلية بعد الاعتماد على المعلومات من هذه المواقع، في حين أشار (٥.٥%) من أفراد عينة الدراسة أنهم لا يشعرون بالثقة أبداً في مهاراتهم الحقلية بعد الاعتماد على المعلومات من هذه المواقع.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في مدى شعور المبحوثين بالثقة في مهاراتهم الحقلية بعد الاعتماد على المعلومات من هذه المواقع حيث بلغت قيمة كا٢ المحسوبة (١٠٠.١٢)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٩.٤٩) وهي دالة احصائياً عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٤) ولصالح استجابة أشعر بثقة كبيرة. أي أن هناك اختلافات واضحة بين أفراد عينة البحث في مدى شعورهم بالثقة في مهاراتهم الحقلية بعد الاعتماد على المعلومات من هذه المواقع. وتؤشر لنا هذه النتيجة أن الاعتماد على المصادر الرقمية المتخصصة يسهم في تعزيز الثقة الذاتية لدى الفلاحين فيما يتعلق بمهاراتهم الحقلية، وقد تفاوتت هذه الثقة بين مستوى عالٍ لدى غالبية المشاركين، ومستوى متوسط لدى البعض، مما يعكس دور التكنولوجيا الحديثة في دعم الممارسات الزراعية.

(١٢) هل تشعر بالحافز لتجربة تقنيات جديدة بناءً على ما تعلمته من هذه المواقع؟

جدول (١٢) يبين شعور المبحوثين بالحافز لتجربة تقنيات جديدة بناءً على ما تعلموه من المواقع الزراعية

ت	الاستجابات	التكرار	النسبة المئوية	المرتبة	درجة الحرية	قيمة كا		مستوى الدلالة
						المحسوبة	الجدولية	
١	نعم	٢٨٩	٧٢.٢٥%	١	٢	٢٩٣.٧١	٥.٩٩	٠.٠٥
٢	أحياناً	٩٣	٢٣.٢٥%	٢				
٣	كلا	١٨	٤.٥%	٣				
	المجموع	٤٠٠	١٠٠%	-				

كشفت بيانات جدول (١٢) أن (٧٢.٢٥%) من أفراد عينة الدراسة يشعرون بالحافز لتجربة تقنيات جديدة بناءً على ما تعلموه من المواقع الزراعية، بينما أشار (٢٣.٢٥%) من أفراد عينة الدراسة أنهم يشعرون أحياناً بحافز يدفعهم لتجربة تقنيات جديدة بناءً على ما تعلموه من المواقع الزراعية، بالمقابل أشار (٤.٥%) أفراد عينة الدراسة أنهم لا يشعرون بأي حافز يدفعهم لتجربة تقنيات جديدة بناءً على ما تعلموه من المواقع الزراعية.

وبإجراء اختبار Chi-Square Tests تبين وجود فروق ذات دلالة احصائية في شعور أفراد عينة الدراسة بالحافز الذي يدفعهم لتجربة تقنيات جديدة بناءً على ما تعلموه من المواقع الزراعية حيث بلغت قيمة كا المحسوبة (١٠٠.١٢)، وهي أكبر من القيمة الجدولية (٩.٤٩) وهي دالة احصائية عند مستوى دلالة (٠.٠٥) ودرجة حرية (٤) ولصالح استجابة أشعر بثقة كبيرة. أي أن هناك اختلافات واضحة بين أفراد عينة البحث في مدى شعورهم بالثقة في مهاراتهم الحقلية بعد الاعتماد على المعلومات من هذه المواقع. وتؤشر لنا هذه النتيجة أن شعور الفلاحين بالحافز لتجربة تقنيات زراعية حديثة مستندة إلى ما يكتسبونه من معلومات عبر المواقع الإلكترونية الزراعية يمثل أحد المؤشرات المهمة على فعالية هذه الوسائط الرقمية في نقل المعرفة وتعزيز التغيير السلوكي في القطاع الزراعي، وان هذا الحافز يعكس تحولاً في اتجاهات الفلاحين نحو التعلم الذاتي واستخدام التكنولوجيا كأداة لتحسين الإنتاج الزراعي وتطوير أساليب العمل في الحقل.

بالإضافة إلى ذلك، فإن المواقع الإلكترونية الزراعية تساهم في بناء ثقة الفلاح بالمعلومة العلمية، خاصة عندما تكون صادرة عن جهات موثوقة مثل الجامعات أو مراكز البحث أو المؤسسات الزراعية المعتمدة، وهذا ما يجعل الفلاحين يشعرون بأنهم جزء من مجتمع معرفي أوسع، ويعزز من دافعهم لتطبيق ما تعلموه عملياً في بيئتهم الزراعية المحلية.

المحور الثالث: المقياس

يرجى تقييم العبارات التالية باستخدام مقياس ليكرت الثلاثي:

أولاً: الدور المعرفي للإعلام الرقمي الزراعي

(١٣) إلى أي مدى تتفق مع العبارات التالية حول دور المواقع الإلكترونية في تعزيز معرفتك الزراعية؟

جدول (١٣) يبين دور المواقع الإلكترونية في تعزيز معرفة المبحوثين الزراعية. ن = (٤٠٠).

ت	العبارات	الاستجابات			الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المنوي	المستوى	المرتبة
		موافق	محايد	لا أوافق					
١	توفر المواقع الإلكترونية معلومات زراعية دقيقة ومحدثة.	ك	222	154	24	٢.٤٩	٨٣	مرتفع	٢
		%	٥٥.٥	٣٨.٥	٦				
٢	تساعدني المواقع الزراعية في التعرف على استراتيجيات وتقنيات جديدة.	ك	214	158	28	٢.٤٦	٨٢	مرتفع	٣
		%	٥٣.٥	٣٩.٥	٧				
٣	تمكنني من متابعة تجارب مزارعين ناجحة داخل وخارج العراق.	ك	194	172	34	٢.٤	٨٠	مرتفع	٥
		%	٤٨.٥	٤٣	٨.٥				
٤	تسهم في توجيه أفكاري نحو طرق أكثر حداثة في الزراعة.	ك	234	148	18	٢.٥٤	٨٤.٦٧	مرتفع	١
		%	٥٨.٥	٣٧	٤.٥				
٥	ساعدتني على تحسين معرفتي بكيفية مكافحة الآفات والأمراض.	ك	206	162	32	٢.٤٣	٨١	مرتفع	٤
		%	٥١.٥	٤٠.٥	٨				
٦	أزود من خلالها معلوماتي حول الممارسات الزراعية المستدامة.	ك	182	174	44	٢.٣٤	٧٨	متوسط	٦
		%	٤٥.٥	٤٣.٥	١١				
-	المجموع					٢.٤٤	٨١.٣٣	مرتفع	-

يوضح الجدول (١٣) أن دور المواقع الإلكترونية في تعزيز معرفة المبحوثين الزراعية يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (تسهم في توجيه أفكاري نحو طرق أكثر حداثة في الزراعة) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٥٤) وبوزن مثوي (٨٤.٦٧٪)، يليها فئة (توفر المواقع الإلكترونية معلومات زراعية دقيقة ومحدثة) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٢٤٩) وبوزن مثوي (٨٣٪)، ثم فئة (تساعدني المواقع الزراعية في التعرف على استراتيجيات وتقنيات جديدة) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٤٦) وبوزن مثوي (٨٢٪)، بينما جاءت فئة (أزود من خلالها معلوماتي حول الممارسات الزراعية المستدامة) بالترتيب الثامن بوسط مرجح (٢.٣٤) وبوزن مثوي (٧٨٪). وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة دور المواقع الإلكترونية في تعزيز معرفة المبحوثين الزراعية بلغ (٢.٤٤)، ونسبة بلغت (٨١.٣٣٪) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق أن المواقع الإلكترونية الزراعية تؤدي دوراً محورياً في تعزيز المعرفة الزراعية لدى المبحوثين، إذ تُمكن الفلاحين من الوصول إلى معلومات دقيقة، حديثة، ومتخصصة تتعلق بالمجالات الزراعية المختلفة. وتسهم هذه المواقع في توجيه أنظار العاملين في القطاع الزراعي نحو تبني ممارسات وتقنيات زراعية حديثة، تعتمد على أسس علمية ومنهجية، مما يؤدي إلى تحسين كفاءتهم الإنتاجية، كما تتيح هذه المنصات الإلكترونية إمكانية الاطلاع على أحدث الابتكارات والاستراتيجيات في الزراعة، الأمر الذي يُعزز من قدراتهم على اتخاذ قرارات زراعية مبنية على المعرفة، ويسهم بالتالي في تطوير القطاع الزراعي بشكل عام.

ثانياً: الدور العاطفي (الوجداني) للإعلام الرقمي الزراعي
 (١٤) إلى أي مدى تتفق مع العبارات التالية حول التأثير الوجداني للمواقع الإلكترونية الزراعية عليك كمزارع؟
 جدول (١٤) يبين التأثير الوجداني للمواقع الإلكترونية الزراعية على المزارعين. ن = (٤٠٠).

ت	العبارات	الاستجابات			الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى	المرتبة
		موافق	محايد	لا أوافق					
١	أشعر بالحماس عند قراءة تجارب ناجحة لفلاحين آخرين عبر المواقع الإلكترونية.	ك	242	144	14	.535	٨٥.٦٧	مرتفع	١
		%	٦٠.٥	٣٦	٣.٥				
٢	تعزز هذه المواقع ثقتي بقدرتي على تطوير مزرعتي.	ك	222	149	29	.544	٨٢.٦٧	مرتفع	٣
		%	٥٥.٥	٣٧.٢٥	٧.٢٥				
٣	تمنحني شعوراً بالأمل في تحسين الواقع الزراعي.	ك	231	146	23	.509	٨٤	مرتفع	٢
		%	٥٧.٧٥	٣٦.٥	٥.٧٥				
٤	توفر لي هذه المنصات الدعم النفسي لتجاوز مشاكل مثل نقص المياه أو الخسائر.	ك	182	172	46	.569	٧٨	متوسط	٦
		%	٤٥.٥	٤٣	١١.٥				
٥	تشجعني هذه المنصات على الاعتزاز بمهن الزراعة والتطور المهني فيها.	ك	211	157	32	.578	٨١.٦٧	مرتفع	٤
		%	٥٢.٧٥	٣٩.٢٥	٨				
٦	تجعلني أشعر بأنني جزء من مجتمع زراعي واسع ومساند.	ك	191	167	42	.565	٧٩	مرتفع	٥
		%	٤٧.٧٥	٤١.٧٥	١٠.٥				
المجموع					٢.٤٥	.55	٨١.٦٧	مرتفع	-

يوضح الجدول (١٤) أن التأثير الوجداني للمواقع الإلكترونية الزراعية على المزارعين يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (أشعر بالحماس عند قراءة تجارب ناجحة لفلاحين آخرين عبر المواقع الإلكترونية) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٥٧) وبوزن مئوي (٨٥.٦٧%)، يليها فئة (تمنحني شعوراً بالأمل في تحسين الواقع الزراعي). بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٥٢) وبوزن مئوي (٨٤%)، ثم فئة (تعزز هذه المواقع ثقتي بقدرتي على تطوير مزرعتي). بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٤٨) وبوزن مئوي (٨٢.٦٧%)، بينما جاءت فئة () بالترتيب الثامن بوسط مرجح (٢.٣٤) وبوزن مئوي (٧٨%).

وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة دور المواقع الإلكترونية في التأثير الوجداني للمواقع الإلكترونية الزراعية على المزارعين بلغ (٢.٤٥)، ونسبة بلغت (٨١.٦٧%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق ان التأثير الوجداني للمواقع الإلكترونية الزراعية على المزارعين في إثارة مشاعر الحماس والتفاؤل لديهم، وذلك من خلال عرض تجارب ناجحة لفلاحين آخرين، مما يساهم في تعزيز الأمل بتحقيق تحسينات ملموسة في الواقع الزراعي، كما تساهم هذه المواقع في تعزيز ثقة المزارعين بقدراتهم الذاتية على تطوير مزارعهم وتبني ممارسات زراعية أكثر فاعلية.

ثالثاً: الجانب المهارى للإعلام الرقمي الزراعي
س ١٥: إلى أي مدى تتفق مع العبارات التالية حول دور المواقع الإلكترونية الزراعية في تطوير مهاراتك الزراعية؟
جدول (١٥) يبين دور المواقع الإلكترونية الزراعية في تطوير مهارات الفلاحين الزراعية.
ن=(٤٠٠)

ت	العبارات	الاستجابات				الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى	المرتبة
		موافق	محايد	لا أوافق						
١	ساعدتني هذه المواقع على تعلم كيفية استخدام أدوات وتقنيات زراعية حديثة.	ك	252	132	16	٢.٥٩	.688	٨٦.٣٣	مرتفع	١
		%	٦٣	٣٣	٤					
٢	أتابع من خلالها شروحات عملية تساعدني في تنفيذ خطوات الزراعة بشكل صحيح.	ك	232	144	24	٢.٥٢	.587	٨٤	مرتفع	٣
		%	٥٨	٣٦	٦					
٣	طورت مهارتي في التخطيط للمواسم الزراعية بفضل المعلومات المتاحة.	ك	190	168	42	٢.٣٧	.572	٧٩	مرتفع	٦
		%	٤٧.٥	٤٢	١٠.٥					
٤	تعلمت من خلالها كيفية التعامل مع التربة والمياه بشكل أكثر كفاءة.	ك	198	164	38	٢.٤	.596	٨٠	مرتفع	٥
		%	٤٩.٥	٤١	٩.٥					
٥	أصبحت أستطيع تحليل مشاكل مزرعتي بشكل أفضل بعد استخدام هذه المواقع.	ك	218	154	28	٢.٤٧	.608	٨٢.٣٣	مرتفع	٤
		%	٥٤.٥	٣٨.٥	٧					
٦	أستخدم هذه المواقع كمرجع لتطوير مهاراتي في صيانة المعدات الزراعية.	ك	238	140	22	٢.٥٤	.579	٨٤.٦٧	مرتفع	٢
		%	٥٩.٥	٣٥	٥.٥					
-	المجموع					٢.٤٨	.605	٨٢.٦٧	مرتفع	-

يوضح الجدول السابق أن دور المواقع الإلكترونية الزراعية في تطوير مهارات الفلاحين الزراعية يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (ساعدتني هذه المواقع على تعلم كيفية استخدام أدوات وتقنيات زراعية حديثة) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٥٩) وبوزن مئوي (٨٦.٣٣%)، يليها فئة (أستخدم هذه المواقع كمرجع لتطوير مهاراتي في صيانة المعدات الزراعية) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٥٤) وبوزن مئوي (٨٤.٦٧%)، ثم فئة (أتابع من خلالها شروحات عملية تساعدني في تنفيذ خطوات الزراعة بشكل صحيح) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٥٢) وبوزن مئوي (٨٤%)، بينما جاءت فئة (طورت مهاراتي في التخطيط للمواسم الزراعية بفضل المعلومات المتاحة) بالترتيب السادس بوسط مرجح (٢.٣٧) وبوزن مئوي (٧٩%).

وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة دور المواقع الإلكترونية الزراعية في تطوير مهارات الفلاحين الزراعية بلغ (٢.٤٨)، ونسبة بلغت (٨٢.٦٧%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق أن المواقع الإلكترونية الزراعية تُعد من الأدوات التكنولوجية الحديثة التي أسهمت بشكل ملحوظ في تنمية مهارات الفلاحين ورفع كفاءتهم الإنتاجية، فقد وفرت هذه المنصات محتوى معرفيًا وتدريبًا متنوعًا، شمل مقالات علمية، مقاطع فيديو تعليمية، وشروحات تفصيلية لأساليب وتقنيات الزراعة الحديثة، ومن خلال هذه الموارد، تمكن الفلاحون من التعرف على طرق استخدام الأدوات والمعدات الزراعية بشكل فعال، إضافة إلى تعلم أساليب صيانتها الدورية، مما يقلل من الأعطال ويرفع من عمرها التشغيلي.

علاوة على ذلك، تُسهم هذه المواقع في تقديم إرشادات زراعية موسمية تتعلق بمواعيد الزراعة، نوعية البذور المناسبة، طرق الري والتسميد، ومكافحة الآفات، وهو ما يساعد الفلاح على اتخاذ قرارات مبنية على معرفة علمية دقيقة، كما توفر بعض المنصات تفاعلاً مباشراً مع خبراء ومهندسين زراعيين، مما يسمح للفلاحين بالحصول على استشارات فنية مخصصة لحالتهم الزراعية.

رابعاً: الدور السلوكي – المهارات الحقلية للإعلام الرقمي الزراعي

س ١٦: إلى أي مدى تتفق مع العبارات التالية حول تأثير المواقع الإلكترونية الزراعية في تغيير سلوكك أو ممارساتك الزراعية؟

جدول (١٦) يبين تأثير المواقع الإلكترونية الزراعية في تغيير سلوك المبحوثين أو ممارساتهم الزراعية. ن = (٤٠٠).

ت	العبارات	الاستجابات			الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى	المرتبة
		موافق	محايد	لا أوافق					
١	تعلمت من خلال المواقع الزراعية طرقًا جديدة للري (مثل التنقيط).	ك	232	144	24	٢.٥٢	٨٤	مرتفع	٣
		%	٥٨	٣٦	٦				
٢	بدأت بتجريب زراعة محاصيل أو نباتات غير تقليدية.	ك	192	166	42	٢.٣٧	٧٩	مرتفع	٥
		%	٤٨	٤١.٥	١٠.٥				
٣	ساعدتني المواقع في تحسين مهاراتي في تربية الحيوانات والطيور.	ك	184	172	44	٢.٣٥	٧٨.٣٣	مرتفع	٦
		%	٤٦	٤٣	١١				
٤	أعتمد على التوصيات التي تقدمها هذه المواقع في عملي اليومي.	ك	254	128	18	٢.٥٩	٨٦.٣٣	مرتفع	١
		%	٦٣.٥	٣٢	٤.٥				
٥	أصبحت أكثر التزامًا بالتحديثات الزراعية والتقنيات الجديدة.	ك	241	138	21	٢.٥٥	٨٥	مرتفع	٢
		%	٦٠.٢٥	٣٤.٥	٥.٢٥				
٦	طورت نظامًا عمليًا لمتابعة التغيرات الزراعية بناءً على ما أقرأه.	ك	212	156	32	٢.٤٥	٨١.٦٧	مرتفع	٤
		%	٥٣	٣٩	٨				
المجموع					٢.٤٧	.719	٨٢.٣٣	مرتفع	-

يوضح الجدول السابق أن تأثير المواقع الإلكترونية الزراعية في تغيير سلوك المبحوثين أو ممارساتهم الزراعية يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (أعتمد على التوصيات التي تقدمها هذه المواقع في عملي اليومي.) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٥٩) وبوزن مئوي (٨٦.٣٣%)، يليها فئة (أصبحت أكثر التزاماً بالتحديثات الزراعية والتقنيات الجديدة) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٥٥) وبوزن مئوي (٨٥%)، ثم فئة (تعلمت من خلال المواقع الزراعية طرقاً جديدة للري (مثل التنقيط).) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٥٢) وبوزن مئوي (٨٤%)، بينما جاءت فئة (ساعدتني المواقع في تحسين مهاراتي في تربية الحيوانات والطيور) بالترتيب السادس بوسط مرجح (٢.٣٥) وبوزن مئوي (٧٨.٣٣%).

وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة تأثير المواقع الإلكترونية الزراعية في تغيير سلوك المبحوثين أو ممارساتهم الزراعية بلغ (٢.٤٧)، وبنسبة بلغت (٨٢.٣٣%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق أن تأثير المواقع الإلكترونية الزراعية في تعديل سلوك المبحوثين وممارساتهم الزراعية يتضح من خلال اعتماد الفلاحين على التوصيات والإرشادات المقدمة عبر هذه المنصات في أنشطتهم اليومية، وقد أسهمت هذه المواقع في تعزيز التزام الفلاحين بمتابعة التحديثات الزراعية واتباع التقنيات الحديثة في الزراعة، كما ساعدت على رفع مستوى الوعي لدى الفلاحين فيما يتعلق بطرق الري المتقدمة، مثل تقنية الري بالتنقيط، مما انعكس إيجاباً على كفاءة استخدام الموارد وتحسين الإنتاجية الزراعية.

خامساً: الجانب الاقتصادي للإعلام الرقمي الزراعي

س ١٧: إلى أي مدى تتفق مع العبارات التالية حول تأثير المواقع الإلكترونية الزراعية في تعزيز قدراتك الاقتصادية كمزارع؟

جدول (١٧) يبين تأثير المواقع الإلكترونية الزراعية في تعزيز قدرات المبحوثين الاقتصادية كمزارعين.

ت	العبارات	الاستجابات				الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	المستوى	المرتبة
		موافق	محايد	لا أوافق						
١	ساعدتني المواقع الزراعية على تقليل التكاليف من خلال التعرف على تقنيات زراعية موفرة.	ك	261	124	15	٠.925	٨٧	مرتفع	١	
		%	٦٥.٢٥	٣١	٣.٧٥					
٢	أصبحت قادرًا على تحسين إنتاجيتي الزراعية بفضل المعلومات الاقتصادية التي توفرها هذه المواقع.	ك	232	142	26	٠.878	٨٣.٦٧	مرتفع	٣	
		%	٥٨	٣٥.٥	٦.٥					
٣	تعلمت عبر هذه المنصات كيفية تسويق منتجاتي الزراعية بشكل أكثر فعالية.	ك	253	130	17	٠.818	٨٦.٣٣	مرتفع	٢	
		%	٦٣.٢٥	٣٢.٥	٤.٢٥					
٤	أصبحت أكثر وعيًا بأسعار السوق المحلية والعالمية نتيجة متابعتي للمواقع الزراعية.	ك	194	161	45	٠.836	٧٩	مرتفع	٥	
		%	٤٨.٥	٤٠.٢٥	١١.٢٥					
٥	ساهمت المواقع الزراعية في مساعدتي على اتخاذ قرارات استثمارية أفضل في مجال الزراعة.	ك	214	152	34	٠.822	٨١.٦٧	مرتفع	٤	
		%	٥٣.٥	٣٨	٨.٥					
٦	وفرت لي هذه المواقع فرصًا للتواصل مع أسواق جديدة أو جهات داعمة ماليًا.	ك	186	167	47	٠.738	٧٨.٣٣	مرتفع	٦	
		%	٤٦.٥	٤١.٧٥	١١.٧٥					
المجموع						٠.836	٨٢.٦٧	مرتفع	-	

يوضح الجدول السابق أن تأثير المواقع الإلكترونية الزراعية في تعزيز قدرات المبحوثين الاقتصادية كمزارعين يتم توضيحها وفق ما يأتي:

جاءت فئة (ساعدتني المواقع الزراعية على تقليل التكاليف من خلال التعرف على تقنيات زراعية موفرة) بالترتيب الأول بوسط مرجح (٢.٦١) وبوزن مئوي (٨٧%)، يليها فئة (تعلمت عبر هذه المنصات كيفية تسويق منتجاتي الزراعية بشكل أكثر فعالية) بالترتيب الثاني بوسط مرجح (٢.٥٩) وبوزن مئوي (٨٦.٣٣%)، ثم فئة (أصبحت قادرًا على تحسين إنتاجيتي الزراعية بفضل المعلومات الاقتصادية التي توفرها هذه المواقع) بالترتيب الثالث بوسط مرجح (٢.٥١) وبوزن مئوي (٨٣.٦٧%)، بينما جاءت فئة (وفرت لي هذه المواقع فرصًا للتواصل مع أسواق جديدة أو جهات داعمة ماليًا) بالترتيب السادس بوسط مرجح (٢.٣٥) وبوزن مئوي (٧٨.٣٣%).

وتكشف لنا نتائج الجدول السابق أن المتوسط العام لدرجة تأثير المواقع الإلكترونية الزراعية في تعزيز قدرات المبحوثين الاقتصادية كمزارعين بلغ (٢.٤٨)، وبنسبة بلغت (٨٢.٦٧%) وهو مستوى مرتفع.

ونستنتج من تحليل نتائج الجدول السابق أن تأثير المواقع الإلكترونية الزراعية يتجلى في تعزيز القدرات الاقتصادية للمزارعين من خلال دورها في توفير المعرفة الزراعية المتخصصة، التي تسهم في تقليل تكاليف الإنتاج عبر التعرف على تقنيات زراعية حديثة وموفرة، كما تتيح هذه المنصات الرقمية فرصاً لتطوير مهارات التسويق الزراعي، مما يمكن المزارعين من تسويق منتجاتهم بطرق أكثر كفاءة وفعالية، وبالتالي زيادة عائداتهم، إضافة إلى ذلك، تُعد هذه المواقع مصدرًا هامًا للمعلومات الاقتصادية المرتبطة بالأسواق، والأسعار، وأساليب التمويل، مما يساعد المزارعين على اتخاذ قرارات إنتاجية واستثمارية أكثر وعيًا، الأمر الذي ينعكس إيجابًا على مستويات الإنتاج والدخل الزراعي.

سادساً: المقترحات الخاصة بتطوير الإعلام الرقمي الزراعي

س ١٨: ما الاقتراحات التي تعتقد أنها قد تسهم في تحسين فعالية المواقع الإلكترونية

الزراعية في دعم الفلاحين؟ (يمكن اختيار أكثر من خيار)

جدول (١٨) يبين الاقتراحات التي يعتقد المبحوثون أنها قد تسهم في تحسين فعالية المواقع

الإلكترونية الزراعية في دعم الفلاحين

المرتبة	النسبة المئوية	التكرار	الفقرات
السادسة	٩.١٤%	87	تحسين جودة المحتوى وتبسيطه ليتناسب مع مختلف مستويات التعليم.
الأولى	١٥.٣٤%	146	توفير محتوى مرئي (فيديوهات تعليمية) بلغات ولهجات محلية.
الرابعة	١١.٧٦%	112	تحديث المعلومات بشكل دوري وبمصادقية عالية.
الثانية	١٣.٠٣%	124	توفير استشارات زراعية فورية عبر الإنترنت أو تطبيقات الهاتف.
الثالثة	١٢.٣٩%	118	تعزيز التفاعل بين الفلاحين والخبراء من خلال المنتديات أو مجموعات النقاش.
الخامسة	١٠.٠٨%	96	إضافة دليل تسويقي شامل لبيع المنتجات الزراعية محلياً ودولياً.
الثامنة	٦.٨٣%	65	إنشاء تطبيقات مخصصة تعمل بدون إنترنت أو ببيانات منخفضة.
العاشرة	٤.٦٢%	44	تخصيص أقسام خاصة بالمزارعين الصغار والنساء الريفيات.
التاسعة	٦.٠٩%	58	ربط المنصات ببرامج دعم حكومية أو منظمات زراعية.
السابعة	٧.٩٨%	76	توفير بيانات الطقس والرياح والأمطار بدقة وتحديث يومي.
الحادي عشر	٢.٧٣%	26	التدريب على استخدام المنصات الإلكترونية للمزارعين غير المتمكنين من التكنولوجيا.
-	١٠٠%	952	المجموع

كشفت نتائج الجدول (١٨) والخاصة بالاقتراحات التي يعتقد المبحوثون أنها قد تسهم في تحسين فعالية المواقع الإلكترونية الزراعية في دعم الفلاحين، وتبين أن فئة (توفير محتوى مرئي (فيديوهات تعليمية) بلغات ولهجات محلية) حلت بالمرتبة الأولى بواقع (١٤٦) تكراراً وبنسبة مئوية قدرها (١٥.٣٤%)، من مجموع (٩٥٢) تكراراً، تلتها فئة

(توفير استشارات زراعية فورية عبر الإنترنت أو تطبيقات الهواتف) في المرتبة الثانية وسجلت (١٢٤) تكراراً ونسبة بلغت (١٣.٠٣%)، في حين جاءت فئة (تعزيز التفاعل بين الفلاحين والخبراء من خلال المنتديات أو مجموعات النقاش) في المرتبة الثالثة وحقت (١١٨) تكراراً ونسبة (١٢.٣٩%)، أما فئة (تحديث المعلومات بشكل دوري وبمصادقية عالية) فقد حلت في المرتبة الرابعة محققة (١١٢) تكراراً ونسبة مئوية بلغت (١١.٧٦%)، لتأتي فئة (إضافة دليل تسويقي شامل لبيع المنتجات الزراعية محلياً ودولياً) بالمرتبة الخامسة بواقع (٩٦) تكراراً ونسبة (١٠.٠٨%)، تلتها فئة (تحسين جودة المحتوى وتبسيطه ليتناسب مع مختلف مستويات التعليم) بالمرتبة السادسة وحصلت على (٨٧) تكراراً ونسبة بلغت (٩.١٤%)، ثم جاءت فئة (توفير بيانات الطقس والرياح والأمطار بدقة وبتحديث يومي) بالمرتبة السابعة وسجلت (٧٦) تكراراً ونسبة (٧.٩٨%)، تلتها فئة (إنشاء تطبيقات مخصصة تعمل بدون إنترنت أو ببيانات منخفضة) في المرتبة الثامنة بواقع (٦٥) تكراراً ونسبة (٦.٨٣%)، بينما جاءت فئة (ربط المنصات ببرامج دعم حكومية أو منظمات زرا) بالمرتبة التاسعة وسجلت (٥٨) تكراراً ونسبة (٦.٠٩%)، ثم فئة (تخصيص أقسام خاصة بالمزارعين الصغار والنساء الريفيات) بالمرتبة العاشرة وحازت على (٤٤) تكراراً ونسبة (٤.٦٢%)، لتأتي فئة (التدريب على استخدام المنصات الإلكترونية للمزارعين غير المتمكنين من التكنولوجيا) بالمرتبة الأخيرة بواقع (٢٦) تكراراً ونسبة بلغت (٢.٧٣%).

ومن المعطيات الإحصائية نستنتج أن فئتا (توفير محتوى مرئي (فيديوهات تعليمية) بلغات ولهجات محلية، توفير استشارات زراعية فورية عبر الإنترنت أو تطبيقات الهواتف) تصدرت باقي الفئات الأخرى الخاصة بالاقترحات التي يعتقد المبحوثين أنها قد تسهم في تحسين فعالية المواقع الإلكترونية الزراعية في دعم الفلاحين، وتعكس هذه النتيجة أن من أبرز المقترحات التي يرى المبحوثون أنها قد تسهم في تحسين فعالية المواقع الإلكترونية الزراعية في دعم الفلاحين، يتمثل في تعزيز المحتوى الرقمي من خلال تقديم مواد مرئية (كالفيديوهات التعليمية) تُعد وتُعرض بلغات ولهجات محلية مفهومة لدى الفئة المستهدفة، الأمر الذي من شأنه أن يسهل نقل المعرفة الزراعية وتطبيقها في البيئات المحلية، كما أكد المبحوثون على أهمية توفير خدمات الإرشاد الزراعي الفوري عبر الإنترنت أو من خلال تطبيقات الهواتف الذكية، بما يتيح للفلاحين التفاعل المباشر مع المختصين والحصول على الاستشارات الزراعية اللازمة في الوقت المناسب، مما يعزز من قدرتهم على اتخاذ قرارات زراعية فعالة ومدروسة.

❖ الاستنتاجات والتوصيات:

١- تُظهر نتائج الدراسة أن المواقع الإلكترونية العراقية وصفحات التواصل الاجتماعي الزراعية تُعد من المصادر المعرفية المعاصرة التي تسهم بفعالية في تنمية المهارات الحقلية للفلاحين. فقد بيّنت المعطيات أن هذه الوسائط الرقمية تُشكل وسيلة فاعلة لنقل

المعرفة الزراعية الحديثة، من خلال توفير محتوى علمي وإرشادي محدث يتماشى مع التحديات البيئية والإنتاجية المحلية.

٢- يتبين من خلال المعطيات أن المواقع الإلكترونية المتخصصة لعبت دوراً محورياً في تعزيز معارف الفلاحين وتمكينهم من فهم وتطبيق التقنيات الزراعية الحديثة. فقد أتاح الاطلاع المنتظم على المحتوى الرقمي الموثوق فرصاً للفلاحين للاطلاع على معلومات محدثة حول ممارسات الزراعة المستدامة، وإدارة الموارد الطبيعية بفعالية، واستخدام الأسمدة والمبيدات بطرق علمية. كما أسهمت هذه المنصات في نقل المعارف المتعلقة بالابتكارات الزراعية، مثل أنظمة الري الذكي وتقنيات الزراعة الدقيقة، مما انعكس إيجاباً على جودة الإنتاج وكفاءته.

٣- تشير نتائج الدراسة إلى أن الاعتماد على المصادر الرقمية المتخصصة يسهم بشكل فاعل في تعزيز الثقة الذاتية لدى الفلاحين فيما يتعلق بمهاراتهم الحقلية. وقد أظهرت البيانات تفاوتاً في مستويات هذه الثقة، حيث سجل مستوى عالٍ لدى غالبية المشاركين، في مقابل مستوى متوسط لدى البعض الآخر. ويُعزى هذا التفاوت إلى مدى التفاعل مع التكنولوجيا الحديثة، مما يؤكد دورها المحوري في دعم وتطوير الممارسات الزراعية المستدامة.

٤- يشير شعور الفلاحين بالحافز لتجربة تقنيات زراعية حديثة نتيجة لما يكتسبونه من معلومات عبر المواقع الإلكترونية الزراعية إلى فعالية هذه الوسائط الرقمية في نقل المعرفة الزراعية وتعزيز التغيير السلوكي في أوساط العاملين بالقطاع الزراعي. ويعكس هذا الحافز تحولاً ملحوظاً في اتجاهات الفلاحين نحو التعلم الذاتي، وتبني التكنولوجيا كوسيلة لتطوير الأداء الزراعي، مما يدل على تنامي وعيهم بأهمية الابتكار في تحسين الإنتاج وتحقيق التنمية المستدامة في المجال الزراعي.

٥- تبين من نتائج الدراسة أن المواقع الإلكترونية الزراعية تؤدي دوراً محورياً في تعزيز المعرفة الزراعية لدى الفلاحين والمشتغلين في القطاع الزراعي، حيث تُمكنهم من الوصول إلى معلومات دقيقة، محدثة، ومتخصصة في مختلف المجالات الزراعية، وتسهم هذه المواقع بشكل فعال في رفع مستوى الوعي الزراعي، وتشجيع تبني ممارسات وتقنيات زراعية حديثة تستند إلى أسس علمية ومنهجية، الأمر الذي ينعكس إيجاباً على رفع كفاءة الأداء والإنتاجية الزراعية.

٦- يتبين من التحليل أن للمواقع الإلكترونية الزراعية دوراً وجدانياً ملموساً في التأثير على المزارعين، حيث تسهم في إثارة مشاعر إيجابية مثل الحماس والتفاؤل من خلال عرض نماذج ناجحة وتجارب واقعية محفزة. وتنعكس هذه المشاعر على رفع مستوى الثقة الذاتية لدى المزارعين، وتعزيز دافعيتهم نحو تبني ممارسات زراعية محسنة، مما يدعم التوجه نحو تطوير الواقع الزراعي المحلي.

٧- تُظهر النتائج أن المواقع الإلكترونية الزراعية تمثل أداة فعالة في دعم التنمية المهنية للفلاحين، إذ أسهمت في تعزيز مهاراتهم التقنية والمعرفية، ورفع كفاءتهم الإنتاجية، ويتضح أن المحتوى المتنوع الذي توفره هذه المنصات، من مقالات علمية ومقاطع تدريبية

وشروحات تطبيقية، قد لعب دوراً محورياً في تمكين الفلاحين من استيعاب المفاهيم الزراعية الحديثة وتطبيقها عملياً، كما ساعدت هذه المواقع على تحسين استخدام وصيانة المعدات الزراعية، مما ساهم في تقليل الأعطال، وخفض التكاليف، وزيادة العمر التشغيلي للأدوات، وهو ما يعكس الأثر الإيجابي المباشر للتكنولوجيا الرقمية على القطاع الزراعي.

٨- يتضح من نتائج الدراسة أن للمواقع الإلكترونية الزراعية تأثيراً ملموساً في تعديل سلوك المبحوثين وممارساتهم الزراعية، حيث أظهرت النتائج اعتماد الفلاحين المتزايد على التوصيات والإرشادات المقدمة عبر هذه المنصات في أنشطتهم الزراعية اليومية، وقد أسهم هذا الاعتماد في تعزيز التزامهم بمتابعة المستجدات الزراعية وتبني التقنيات الحديثة، لا سيما في مجالات الري المتقدم مثل تقنية الري بالتنقيط. ويُعزى ذلك إلى الدور التوعوي والتثقيفي الذي تؤديه هذه المواقع، مما ساعد في رفع مستوى الوعي الزراعي وزيادة كفاءة استخدام الموارد، الأمر الذي انعكس إيجاباً على تحسين الإنتاجية الزراعية بشكل عام.

٩- يتبين من نتائج الدراسة أن المواقع الإلكترونية الزراعية تؤدي دوراً محورياً في تعزيز القدرات الاقتصادية للمزارعين، حيث تساهم بشكل مباشر في تحسين كفاءة الإنتاج الزراعي من خلال توفير المعرفة المتخصصة والتقنيات الحديثة التي تقلل التكاليف وتزيد من الإنتاجية، بالإضافة إلى ذلك، تُمكن هذه المنصات المزارعين من تطوير مهاراتهم التسويقية، مما يسهل لهم الوصول إلى الأسواق بشكل أكثر فاعلية وزيادة عوائدهم المالية. لذلك، يُعد الاعتماد على التكنولوجيا الرقمية في القطاع الزراعي أحد العوامل الأساسية لتحقيق التنمية المستدامة وتحسين مستوى المعيشة للمزارعين.

❖ التوصيات

١. يجب تعزيز الاهتمام والاستثمار في المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة كجزء أساسي من استراتيجية تطوير الإعلام الزراعي، وكذلك تطوير الانتاج الزراعي.
٢. ينبغي توفير التدريب وتطوير المهارات للعاملين في المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة بما يؤهله لتقديم خبرات للفلاحين العراقيين بشأن تطوير خبراتهم الحقلية بشكل أفضل.
٣. يجب تعزيز التفاعل الإيجابي بين الفلاحين العراقيين وبين منصات المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة بما يساهم بتطوير خبراتهم الحقلية وديمومة التواصل الفعال ونقل المعلومات بشكل شفاف ودقيق.
٤. دعوة وزارة التعليم العالي والبحث العلمي إلى الاهتمام بتدريب الفلاحين العراقيين على الاستفادة من منصات المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة بتطوير خبراتهم الحقلية.
٥. ضرورة تعزيز التنسيق والتعاون بين الجهات المختلفة داخل وزارة التعليم العالي والبحث العلمي لضمان تحقيق أقصى فائدة من المواقع الإلكترونية الزراعية المتخصصة.

المصادر:

- (١) إسراء عزيز حسين، ذبوع الأفكار الزراعية الحديثة من خلال الموقع الإلكتروني لدائرة الإرشاد والتدريب الزراعي على اليوتيوب، دراسة تحليلية لمحتوى الموقع الإلكتروني لدائرة الإرشاد والتدريب الزراعي على منصة YouTube للفترة من ٢٠٢٠/١٢/١١ إلى ٢٠٢١/١٢/٢٧م، رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة تكريت، ٢٠٢٢م.
- (٢) بشرى تيسير عباس، الإعلام المتخصص الحديث، (عمان: الأكاديميون للنشر والتوزيع، ٢٠١٤م).
- (٣) جبران مسعود الرائد، معجم اللغوي اللغة و الإعلام. (بيروت: دار المعرفة الجامعية، ٢٠٠٥م).
- (٤) ذوالفقار إبراهيم محسن العوادي، تقويم توظيف المعلوماتية في الإرشاد الزراعي لإحداث تنمية ريفية مستدامة في محافظة بابل - العراق، أطروحة دكتوراه، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، كلية الدراسات العليا، تخصص ارشاد زرع، ٢٠١٩م.
- (٥) ربحي مصطفى عليان، وسائل الاتصال وتكنولوجيا التعليم. (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٢م).
- (٦) عامر ابراهيم قنديلجي. الاعلام و المعلومات و الانترنت. (عمان: دار اليازوري، ٢٠١٣م).
- (٧) عبد الرحمن بن إبراهيم الشاعر. مواقع التواصل الاجتماعي والسلوك الإنساني. (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع، ٢٠٠٥م).
- (٨) عبد الرزاق الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين. (عمان: دار اليازوري، ٢٠١٦م).
- (٩) عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام المتخصص، (عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).
- (١٠) فاطمة الزهراء عماري. «استخدام القنوات التلفزيونية الإخبارية التفاعلية شبكات التواصل الاجتماعي دراسة مسحية»: مذكرة مكملة ماجستير غير منشورة. جامعة الجزائر، ٢٠١٣م.
- (١١) كحيل فتيحة، الاعلام الجديد و نشر الوعي البيئي دراسة في الاستخدامات مواقع التواصل الاجتماعي. موقع فيسبوك، ٢٠٢٠م.
- (١٢) كمال الحاجي، نظريات الإعلام والاتصال. (دمشق: الجامعة الافتراضية السورية، ٢٠٢٠م).
- (١٣) كمال الحاجي، نظريات الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص ١٤٦.
- (١٤) ماطر حمدي، نظريات وسائل الاعلام ووظائفها. (القاهرة: الدار الدولية للنشر والتوزيع، ٢٠١٨م).
- (١٥) محسن عبد كشكول، الصحافة المتخصصة، (بغداد: محاضرات القيت في قسم الصحافة، الجامعة العراقية، كلية الإعلام، ٢٠٢٢م).

- ١٦) محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير. (القاهرة: عالم الكتب، ٢٠٠٤م).
- ١٧) محمد علي أبو العلا قنديل، دور الصحافة المتخصصة في تنمية المجتمعات، (كفر الشيخ: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ٢٠١٥م).
- ١٨) مصعب حسام الدين لطفي قتلوني، دور مواقع التواصل الاجتماعي "الفيسبوك" في عملية التغيير السياسي. فلسطين، جامعة النجاح الوطنية نابلس: ٢٠١٢م.
- ١٩) وائل مبارك. خضر الله، أثر الفيس بوك على المجتمع. (بيروت: دار صادر. ٢٠٠١م).
- ٢٠) يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال. (عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، ٢٠١٩م).

21) Rosna Indonesia. Digital Farming and Smart Farming from the Perspective of Agricultural Students at Malikussaleh University (2022): proceedings. unimal.ac.id.