



دوافع تعرّض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية
والإشباع المتحققة منها/ برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

دوافع تعرّض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة
العراقية والإشباع المتحققة منها/ برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

المشرفة: أ.م.د. زينة عبد الخالق عبد
الرحمن
جامعة بغداد كلية الإعلام

اعداد: طالبة الدبلوم العالي المهني
المعادل للماجستير نرمين علي غدير عبد
جامعة بغداد كلية الإعلام

البريد الإلكتروني Email : www.narmenalali6@gmail.com

الكلمات المفتاحية: الدوافع، التعرّض، البرامج الزراعية، قناة العراقية، الإشباع، برنامج
غذائنا من أرضنا.

كيفية اقتباس البحث

عبد، نرمين علي غدير ، زينة عبد الخالق عبد الرحمن، دوافع تعرّض جمهور الفلاحين
والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية والإشباع المتحققة منها/
برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً، مجلة مركز بابل للدراسات الانسانية، أيلول ٢٠٢٦،
المجلد: ١٦، العدد: ٩ .

هذا البحث من نوع الوصول المفتوح مرخص بموجب رخصة المشاع الإبداعي لحقوق التأليف
والنشر (Creative Commons Attribution) تتيح فقط للآخرين تحميل البحث
ومشاركته مع الآخرين بشرط نسب العمل الأصلي للمؤلف، ودون القيام بأي تعديل أو
استخدامه لأغراض تجارية.

مسجلة في
ROAD

مفهرسة في
IASJ

Motivations for the Exposure of Farmers and Peasants in Kirkuk Governorate to Agricultural Programs on Al Iraqiya Channel and the Satisfactions Achieved from Them: The 'Our Food from Our Land' Program as a Model

Prepared by: Nermeen Ali
GHadeer Abed
University of Baghdad – College
of Mass Communication,
Postgraduate Student – Higher
Professional Diploma (Equivalent
to Master's Degree)

Dr, Zeena Abd Al-Khaliq
Abd Al-Rahman, Assistant
Professor/ University of
Baghdad- College of Mass
Communication

Keywords : Motives, Discussing (the agricultural programs), Agricultural Programs, Al Iraqiya Channel, Approvals, Our Food from Our Land Program.

How To Cite This Article

Abed, Nermeen Ali GHadeer , Zeena Abd Al-Khaliq , Motivations for the Exposure of Farmers and Peasants in Kirkuk Governorate to Agricultural Programs on Al Iraqiya Channel and the Satisfactions Achieved from Them: The 'Our Food from Our Land' Program as a Model, Journal Of Babylon Center For Humanities Studies, September 2026, Volume:16, Issue 9.

This is an open access article under the CC BY-NC-ND license
(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>)

[This work is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International License.](http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/)

Abstract:

This study investigates the motivations behind audience engagement with agricultural programs on Al Iraqiya Channel, focusing specifically on the program “Our Food from Our Land.” The primary research question explores the underlying motives that drive farmers and peasants in Kirkuk Governorate to watch these programs, along with the perceived benefits or approvals achieved from them.

The study aims to: (1) identify the agricultural topics most preferred by the target audience, (2) explore how the audience is exposed to the program, and (3) assess the level of interest and engagement with the



content. Adopting a descriptive research design, the researcher employed the survey method using questionnaires and scales to gather quantitative data. A purposive sample of 445 individuals, consisting of farmers and peasants, was selected from various districts in Kirkuk, including Yayji, Taza, and Daquq, covering both western and eastern parts of the governorate.

The findings revealed that the program enjoys a high level of viewership, particularly among individuals who watch it more than three times per week, indicating its effectiveness and strong advisory value. The most influential motive for watching the program was its persuasive presentation style and production quality (67.5%), followed by its ability to satisfy the audience's cognitive and informational curiosity (65.75%). In terms of content, the most followed topics were news updates from the Iraqi Ministry of Agriculture (95.5%), followed by information on seed supply schedules (88.25%).

الملخص

ينطلق هذا البحث من تساؤل رئيس: ما طبيعة الدوافع التي تقف وراء تعرّض الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية؟، وقد سعى إلى تحقيق مجموعة أهداف، أبرزها: تحديد طبيعة الموضوعات الزراعية التي يفضلها جمهور الفلاحين والمزارعين والكشف عن عادات التعرّض، إلى جانب تحديد مستوى الاهتمام والمتابعة من قبل جمهور الفلاحين والمزارعين.

ينتمي هذا البحث إلى الدراسات الوصفية، واعتمدت الباحثة المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان والمقياس، ووزعت بشكل عشوائي في كل من: (قرية تركلان ضمن ناحية ياجي، وقرية طويلعة ضمن ناحية تازة) التابعة لقضاء كركوك نظراً لموقعها الجغرافي في الجهة الغربية من المحافظة، و(قرية افتخار ضمن ناحية مركز قضاء داقوق) التابعة لقضاء داقوق نظراً لموقعها الجغرافي في الجهة الشرقية من محافظة كركوك، كما قامت الباحثة بوصف تفصيلي للموضوعات الزراعية في البرامج الزراعية، نظراً لأهميتها في رفع مستوى الوعي والإرشاد الزراعي لدى الجمهور، وتوصل البحث الى نتائج يمكن اجمالها بالآتي:

١. بينت النتائج: ان برنامج (غذائنا من أرضنا) يحظى بمتابعة واسعة من جمهور عينة البحث، من خلال عدد مرات المشاهدة لصالح من يتابعونه أكثر من ثلاث مرات، مما يعكس جاذبية وفعالية محتواه الإرشادي الزراعي.

دوافع تعرض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية

والإشباع المتحققة منها / برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

٢. أظهرت النتائج: ان فئة "معرفة اخبار وزارة الزراعة العراقية للحصول على المعلومات بشأن السياسات الزراعية" جاءت بالمرتبة الاولى، وبحسب الوزن المئوي (٩٥.٥%) للموضوعات التي يفضل جمهور عينة البحث متابعتها في برنامج (غذائنا من أرضنا)، وتلتها فئة "معرفة أوقات تجهيز الفلاحين والمزارعين ببذور القمح والحنطة والشعير" بالمرتبة الثانية وبوزن مئوي (٨٨.٢٥%).

٣. كشفت النتائج: أن فئة "المقدرة في الإقناع من حيث استعمال وسائل وأساليب العرض والايحاء" حلت بالمرتبة الاولى من دوافع التعرض للبرنامج، وبوزن مئوي (٦٧.٥%)، وتلتها فئة 'يشبع فضولي المعرفي والمعلوماتي إزاء الموضوعات والقضايا الزراعية' في الترتيب الثاني بوزن مئوي بلغ (٦٥.٧٥%).

المقدمة

يعد التلفزيون من أبرز وسائل الإعلام الجماهيرية، لدوره الريادي في بناء المجتمع وتشكيل إدراك الأفراد تجاه مختلف القضايا. وتؤكد الدراسات الإعلامية قدرة التلفزيون، من خلال برامجه، على التأثير في معارف وسلوكيات الجمهور باستخدام أساليب تقديم متنوعة تخدم الأهداف التوعوية والتثقيفية.

تعد البرامج الزراعية من بين أهم أنواع البرامج التي تستهدف فئة نوعية من الجمهور، هم الفلاحون والمزارعون، لما تقدمه من محتوى إرشادي وتعليمي يساهم في رفع وعيهم الزراعي، وتحفيزهم على تبني أساليب زراعية متطورة لمواجهة التحديات البيئية والمناخية. وانطلاقاً من أهمية هذه البرامج، سعت الباحثة إلى دراسة مضمونها وعلاقتها بوعي الفلاحين والمزارعين في العراق، مركزة على برنامج "غذاؤنا من أرضنا" المقدم عبر قناة العراقية الفضائية.

(الفصل الأول) الإطار المنهجي

أولاً: مشكلة البحث

وتتبلور مشكلة البحث في التساؤل الرئيس الآتي: (ما دوافع تعرض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية والإشباع المتحققة منها؟)، ولإثراء هذه المشكلة طرحت الباحثة مجموعة من التساؤلات الفرعية بناءً على التساؤل الرئيس، وتتمثل بما يأتي:

- ١- ما طبيعة الموضوعات الزراعية التي يناقشها برنامج (غذائنا من أرضنا) على قناة العراقية؟
- ٢- ما فئات الجمهور الذين يستهدفهم برنامج (غذائنا من أرضنا) على قناة العراقية؟



٣- ما عادات وأنماط تعرّض جمهور عينة البحث لبرنامج (غذائنا من أرضنا) على قناة العراقية؟
٤- ما الإشباع المتحققة من تعرّض جمهور عينة البحث لبرنامج (غذائنا من أرضنا) على قناة العراقية؟

ثانياً: فروض البحث

استتبعت الباحثة فروضها بناءً على نظرية الاستخدامات والإشباع، والتي تمثل توقعات للنتائج وحلولاً مبدئية لمشكلة البحث، وهي وفق الآتي:

الفروض البحثية:

الفرض الأول: يزداد تعرّض جمهور عينة البحث لبرنامج (غذائنا من أرضنا) بدافع الحصول على المعرفة الزراعية الحديثة، والتعرف على تقنيات الزراعة المستدامة التي تساعدهم على تحسين إنتاجهم الزراعي .

الفرض الثاني: يشاهد جمهور عينة البحث لبرنامج (غذائنا من أرضنا) لتحقيق إشباع معرفية واجتماعية واقتصادية.

الفرض الثالث: برنامج (غذائنا من أرضنا) يسعى لتلبية احتياجات جمهور عينة البحث ورغباتهم، اضافة الى تحقيق مستويات متعددة من الإشباع لهم في جوانب مختلفة.

ثالثاً: أهمية البحث

الأهمية الأكاديمية:

يضيف هذا البحث للمكتبة العلمية الإعلامية كأول دراسة عراقية حديثة تتناول الموضوع، ويعد خطوة مهمة لفهم العلاقة بين مضامين برنامج (غذائنا من أرضنا) وتوعية جمهور (الفلاحين، المزارعين) بأساليب الزراعة الحديثة.

الأهمية للمجتمع:

يوفر هذا البحث مخرجات قيمة للقائمين على قناة العراقية، خصوصاً برنامج (غذائنا من أرضنا)، لتطوير أساليب تقديمه بما يتوافق مع اهتمامات ودوافع الجمهور المستهدف، ويعزز من دور البرنامج في التوجيه والإرشاد.

رابعاً: أهداف البحث:

١. معرفة حدود اهتمام جمهور عينة البحث ببرنامج (غذائنا من أرضنا) على قناة العراقية.
٢. رصد عادات وأنماط تعرّض جمهور عينة البحث لبرنامج (غذائنا من أرضنا) على قناة العراقية؟



دوافع تعرض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية

والإشباع المتحققة منها/ برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

٣. تحديد طبيعة الموضوعات الزراعية التي يفضل جمهور عينة البحث متابعتها في (برنامج غذائنا من أرضنا) على قناة العراقية.

٤. الكشف عن الإشباع المتحققة لجمهور عينة البحث من تعرضهم لبرنامج (غذائنا من أرضنا) على قناة العراقية.

خامساً: منهج البحث ونوعه

ينتمي هذا البحث إلى البحوث الوصفية التي تهدف إلى تصوير خصائص مجموعة معينة أو دراسة ظاهرة معينة للحصول على بيانات دقيقة وتحليلها لاستخلاص نتائج كمية ونوعية (عبد العزيز، ٢٠١٢).

وبناءً على أهداف البحث وطبيعته، استخدمت الباحثة المنهج المسحي، الذي يهدف إلى جمع البيانات من عينة البحث وتحليلها باستخدام الطرق الإحصائية لتحديد تأثير الظاهرة على الجمهور (طابع، ٢٠٠١).

سادساً: مجتمع البحث وعينته

يعد مجتمع البحث مجموعة من الأفراد التي يتم اختيار العينة منها لتعميم نتائج البحث عليها (أبو سمرة، والطيطي، ٢٠٢٠).

تحدد مجتمع البحث في هذا البحث بجمهور محافظة لأنها من المناطق الزراعية في العراق، وتلقب بـ (سلة العراق الغذائية)، وهي ذات نشاط زراعي واضح، مما يجعلها بيئة ملائمة لدراسة هذا الموضوع.

عينة البحث:

اختارت الباحثة العينة العمدية (القصدية) من الفلاحين والمزارعين المتابعين للبرنامج، نظراً لصعوبة الحصول على إحصاءات دقيقة حول أعداد الفلاحين والمزارعين، مما يعزز دقة تمثيل العينة للمجتمع المستهدف حيث تم توزيع (٤٤٥) استمارة استبيان بطريقة عشوائية في القرى المذكورة سابقاً.

سابعاً: مجالات البحث

المجال المكاني: تم إجراء البحث في قرى تركلان وطويلعة (ناحية يابجي وناحية تازة) التابعة لقضاء كركوك، وقرية افتخار (ناحية مركز قضاء دافوق) التابعة لقضاء دافوق.

المجال الزمني: تمت الدراسة خلال الفترة من ٢٠٢٥-٢-١ إلى ٢٠٢٥-٣-١، وهي فترة توزيع الاستمارة النهائية للعينة القصدية في محافظة كركوك.



المجال البشري: يتضمن جمهور الفلاحين والمزارعين المتابعين لبرنامج (غذائنا من أرضنا) على قناة العراقية.

ثامناً: أدوات البحث

المقابلة العلمية: تم استخدام المقابلة المعمقة غير المقتنة، أجريت الباحثة المقابلات مع القائمين على برنامج (غذائنا من أرضنا) للحصول على معلومات قيمة من ذوي الخبرة، في مقر دائرة الإرشاد والتدريب الزراعي.

استمارة الاستبيان: استخدمت الباحثة أداة الاستبيان لجمع إجابات المبحوثين عبر أسئلة مغلقة. **المقياس:** استخدمت الباحثة مقياس ليكرت الثلاثي (اتفق، محايد، لا أتفق) لقياس دوافع تعرض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية والإشباع المتحققة منها، تم بناء المقياس وفقاً لفروض نظرية الاستخدامات والإشباع.

تاسعاً: الصدق والثبات

١. الصدق:

الصدق الظاهري: تم قياس الصدق الظاهري للمقياس عبر عرض الاستمارة على مجموعة من المحكمين عددهم (٩) متخصصين في الإعلام وعلم الاجتماع والزراعة، حيث كانت نسبة الاتفاق (٩٤.٨٣) %، مما يدل على صلاحية الاستمارة.

صدق البناء: تم استخدام معامل ارتباط بيرسون لقياس العلاقة بين درجة كل فقرة والدرجة الكلية للمقياس، حيث أظهرت النتائج ارتباطاً دالاً إحصائياً بين فقرات المقياس والدرجة الكلية.

٢. ثبات المقياس:

تم قياس ثبات المقياس باستخدام طريقة ألفا كرونباخ، حيث أظهرت النتائج أن معامل الثبات للمقياس بلغ (٠.٧٨)، مما يعكس اتساقاً جيداً في قياس دوافع التعرض للبرامج الزراعية والإشباع المتحققة.

عاشراً: النظرية الموجهة للبحث

تمثلت النظرية الموجهة للبحث نظرية (الاستخدامات والإشباع)، التي تشير إلى أن الجمهور يتفاعل مع وسائل الإعلام بناءً على حاجاته ورغباته، حيث يعرض الجمهور نفسه للرسائل الإعلامية التي تتوافق مع آراءه واتجاهاته، ويتجنب المحتوى الذي لا يتناسب معها، تنظر هذه النظرية إلى الجمهور كعنصر فعال في اختيار المحتوى الذي يشبع احتياجاته الشخصية. (جمعه، ٢٠٢١، صفحة ٧٣).



دوافع تعرّض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية

والإشباع المتحققة منها/ برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

تعتبر هذه النظرية مؤثرة في فهم دوافع التعرّض للبرامج الزراعية على قناة العراقية، مثل برنامج (غذاؤنا من أرضنا)، حيث يبحث الجمهور عن إشباع حاجاته المعرفية، الاجتماعية، والاقتصادية من خلال وسائل الإعلام، تتضمن دوافع التعرّض للإعلام دوافع منفعية (مثل تحسين جودة الإنتاج الزراعي) وطوقسية (مثل الشعور بالانتماء للثقافة الزراعية). (عبد الله، ٢٠٢٤، صفحة ٦٤).

احد عشر: دراسات سابقة

١. دراسة (الحمداني، ٢٠٠٢) (الحمداني، داود سهر دغموث. (٢٠٠٢). الإعلام الزراعي في العراق. دراسة تحليلية ميدانية عن برامج الهيئة العامة للإرشاد الزراعي لعام ٢٠٠٢. [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة بغداد. كلية الإعلام: بغداد. العراق).

هدفت الدراسة إلى التعرف على دور الإعلام الزراعي في العراق من خلال تحليل البرامج التي تقدمها الهيئة العامة للإرشاد الزراعي، ومدى تأثيرها على الفلاحين والمزارعين، شملت العينة جمهور المزارعين في مختلف المحافظات، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي المسحي بشقيه التحليلي والميداني، باستخدام ثلاث أدوات: استمارة تحليل مضمون برامج الهيئة لعام ٢٠٠٢، استمارتا استبانة موجهتان للجمهور الداخلي (القائمين على البرامج) والخارجي (المزارعين)، إضافة إلى مقابلات علمية مع خبراء زراعيين لاستطلاع آرائهم حول مستوى البرامج وأهميتها في التوعية وتطوير الممارسات الزراعية، توصلت الدراسة الى النتائج يمكن اجمالها بالآتي:

أ. أظهرت الدراسة ضعف مستوى الإعلام الزراعي في العراق آنذاك

ب. بينت الدراسة ضعف التنسيق بين الجهات الإعلامية والزراعية.

(أوجه الاختلاف): الدراسة الحالية تركزها على برنامج (غذاؤنا من أرضنا) بقناة العراقية وجمهور محافظة كركوك، بينما ركزت الدراسة السابقة على برامج الهيئة العامة للإرشاد الزراعي وجمهور المزارعين في عموم العراق.

اثنا عشر: تحديد مصطلحات البحث

١. الدوافع: تُشير إلى الأسباب التي تدفع الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك (عينة الدراسة البالغة ٤٤٥ مبحوثاً) لمتابعة برنامج (غذاؤنا من أرضنا) على قناة العراقية، بهدف زيادة التفاعل مع الموضوعات الزراعية المعروضة.

٢. التعرّض: يُقاس بدرجة ارتباط الجمهور بالبرنامج من خلال عدد الساعات الأسبوعية للمشاهدة، وعدد الحلقات التي يتابعها الفرد شهرياً، ومستوى الانتباه أثناء المشاهدة.



٣. البرامج الزراعية: برامج تقدمها قناة العراقية لتسليط الضوء على قضايا الزراعة، مثل التقنيات الحديثة، الري، تحسين الإنتاج، والتنمية الريفية، ويُقاس تأثيرها عبر نسب المشاهدة وتحليل مضمون الحلقات.

٤. الإشباع المتحققة: النتائج التي يجنيها المشاهد من متابعة البرنامج، وتشمل الجوانب المعرفية، الاجتماعية، الترفيهية، والاقتصادية، ويتم تقييمها من خلال استطلاعات رأي حول رضا الجمهور عن المحتوى.

٥. برنامج (غذائنا من أرضنا): برنامج إرشادي زراعي يُبث على قناة العراقية بالتعاون مع وزارة الزراعة/ دائرة الإرشاد والتدريب الزراعي، يُعرض كل أسبوعين مساء السبت، ويُقدّم باللهجة العامية، مركّزاً على السياسات الزراعية والتقنيات الحديثة والإنتاج الغذائي والحيواني.

(الفصل الثاني)

دوافع تعرّض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية في قناة العراقية الفضائية والإشباع المتحققة منها

(المبحث الاول)

ما هيه البرامج في قنوات التلفزيون الفضائية وتصنيفاتها

أولاً: القنوات الفضائية كوسيلة اتصال جماهيرية:

تُعدّ الفضائيات من أبرز وسائل الاتصال الجماهيري محلياً وعالمياً، إذ تجاوزت حدود المشاهدة المنفردة، وأصبح الفرد يتابع عدة قنوات عالمية. وقد باتت الفضائيات مزيجاً من الفن ووسيلة فعّالة للتواصل الجماهيري، مستمدة تقاليدها من الإذاعة والسينما والمسرح. (عطوان، ٢٠٠٩، صفحة ٧).

تُعدّ الفضائيات مصدراً رئيساً لعرض البرامج المتنوعة، بفضل قدرتها على جذب مختلف فئات المجتمع من خلال الجمع بين الصوت والصورة والحركة، وتأثيرها يتجاوز نقل المعلومات ليشمل تعديل سلوك الأفراد وتصحيحه. (فارس، ٢٠١٨، صفحة ٥٧).

تتفرد الفضائيات بقدرتها على الحصول وعرض الأخبار والمعلومات المصورة بصيغة حية أو متحركة، لكونها وسيلة مرئية، كما تشارك باقي وسائل الاتصال في نقل المعلومات غير المصورة. (عبد المجيد، علو، ٢٠١٥، صفحة ٢١).

ثانياً: مفهوم البرنامج في قنوات التلفزيون الفضائية وتصنيفاته

البرنامج هو "منهاج يصف أو يعلن عن شيء ما، ويتكوّن من شكل ومضمون؛ حيث يشير الشكل إلى الهيكل النمطي، والمضمون إلى محتوى البرنامج. ويُعدّ البرنامج ناجحاً إذا جذب أكبر



دوافع تعرض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية

والإشباع المتحققة منها/ برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

عدد من المشاهدين وترك أثراً فيهم، ويُقصد بـ"يبرمج" وضع خطة أو إعداد برنامج". (المحنة، ١٩٨٨، صفحة ١٢٨).

يُعرف البرنامج بأنه "بث مضامين متنوعة لجمهوريات مختلفة في العمر والمستوى المعيشي والثقافي، مع إمكانية التخصص في محتوى موجه لجمهور معين. ويُعدّ البث التلفزيوني مزيجاً من الصوت والصورة يشمل أشكالاً إعلامية متعددة، ويُنظر إليه كوحدة متكاملة من البرامج ذات بداية ونهاية محددة". (شعبان، ٢٠١٨، صفحة ١٣٥).

ثالثاً: تصنيف البرامج في قنوات التلفزيون الفضائية:

صنّف (أبو رستم، ٢٠١٧) البرامج التلفزيونية حسب موضوعاتها وأهدافها إلى ثمانية أنواع: إخبارية (أخبار، تقارير، ندوات)، ثقافية (فن، أدب، أنشطة)، موسيقية وغنائية، حوارية (مقابلات ومناظرات)، ترفيهية (الغاز، مسابقات)، دينية، رياضية، ودرامية (مسلسلات وأفلام متنوعة). رغم تعدد تصنيفات البرامج، فإنها تركز على معايير أساسية تسهل دراستها وفقاً لـ (الدليمي، ٢٠٠٥):

أ. الهدف أو الوظيفة (إعلام، ترفيه، تعليم، إرشاد، إعلان).

ب. المحتوى (ديني، سياسي، اقتصادي، ثقافي، رياضي، علمي).

ت. الجمهور المستهدف (عام، أطفال، شباب، نساء، نخبة).

ث. دورية البث (يومي، أسبوعي، شهري).

ج. وقت البث (صباح، ظهيرة، مساء، سهرة).

ح. اللغة المستخدمة (فصحى، عامية، أجنبية).

خ. الشكل الفني (مباشر، حوار، تحقيق، مجلة، ندوة).

رابعاً: وظائف البرامج في قنوات التلفزيون الفضائية

١. الوظيفة الإعلامية: تُعدّ الوظيفة الأولى للبرامج التلفزيونية الفضائية هي الإعلام، الذي يزود الجمهور بمعلومات دقيقة وحقائق موثوقة تمكنه من تكوين رأي صائب حول قضايا فكرية، سياسية، اجتماعية أو زراعية، مع الاعتماد على الإقناع المبني على صحة البيانات والإحصاءات. (حجاب، ٢٠١٠، صفحات ٤٧، ٤٨).

٢. الوظيفة التثقيفية: تتمثل الوظيفة الثقافية للبرامج التلفزيونية الفضائية في بث الأفكار والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع وتنشئ الأفراد على مبادئه، مع تعزيز الوحدة الفكرية والمبادئ المشتركة بين أفرادها. (خليل، والشافى، ٢٠٠٨، صفحة ٩٥).



٣. **الوظيفة الترفيهية:** وتتجلى هذه الوظيفة في عرض التمثيليات الروائية والقصص والفن والادب والموسيقى والصور والاصوات بهدف الترفيه ومساعدة الناس في الترويح عن انفسهم (من مشكلات وهموم الحياة) باعتبار ذلك حاجة انسانية واجتماعية. (أبو عرجة، ٢٠١٣، صفحات ١٤٠، ١٤١).

٤. **وظيفة الإرشاد والتوجيه:** تساعد هذا الوظيفة على توجيه المشاهدين، وتجنب النتائج غير المرغوب بها، وتؤثر هذه الوظيفة بالبيئة الاجتماعية والسياسية، وهناك دول تسعى لاستخدام هذه الوظيفة لتحقيق أهدافها، ويعكس التلفزيون هذه الوظيفة بشكل فاعل ومهم للمجتمع، من خلال عمليات التوجيه والإرشاد.

(المبحث الثاني)

البرامج الزراعية والجمهور

الاهمية والأنواع

أولاً: مفهوم البرامج الزراعية

أثبتت الدراسات أن التلفزيون قادر على تغيير معارف وسلوك المجتمع من خلال برامجه المتنوعة التي تُصمم لتحقيق أهداف محددة. (فرحات، ٢٠١٦).

تُعد البرامج الزراعية من أبرز واجهات المحطات التلفزيونية، حيث تقدم معلومات شاملة تربط المشاهدين بأصحاب الشأن وتغطي موضوعات زراعية متعددة (إدريس، ٢٠٢١).

بذلت وزارة الزراعة جهوداً لتوفير إرشادات زراعية عبر التلفزيون، مستفيدة من التجارب التوضيحية وأساليب تعليمية مقنعة لتحفيز الفلاحين على تبني الممارسات الحديثة (أبو عساف، ٢٠١٨).

ثانياً: تعريف البرامج الزراعية

تعرف البرامج الزراعية بأنها برامج تستضيف متخصصين لمناقشة موضوعات زراعية وتنجح بشخصية المتحدث وطريقة العرض (شيلي، ١٩٨٦).

تُعد البرامج الزراعية أدوات فعالة في التنمية الزراعية من خلال تقديم خدمات إرشادية وتعليمية للمجتمع الريفي (سويلم، ٢٠٢١).

تستهدف البرامج الزراعية المهتمين بالزراعة، خاصة الفلاحين والمزارعين، بهدف توجيههم وتزويدهم بالمعلومات والمهارات الزراعية الحديثة لتحسين ممارساتهم ودفع التنمية (حسين وآخرون، ٢٠٢٢).



دوافع تعرض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية والإشباع المتحققة منها/ برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

تعتبر البرامج الزراعية حلقة وصل بين الإعلام الزراعي والعاملين في المجال، لضمان تدفق مستمر للمعلومات والإرشادات التطبيقية (جبريل، ٢٠١٤).

ثالثاً: أنواع البرامج الزراعية (أبو عساف، مصدر سابق، ٢٠١٨، صفحات ٢٨-٢٩).

١. المجموعة الأولى: تقدم البرامج الزراعية تحليلاً لوضع الزراعة في الاقتصاد الوطني، وتقدم مشورة للفلاحين والمزارعين حول المحاصيل المناسبة وإدارة وتحسين المزارع باستخدام الأساليب والتقنيات الزراعية الحديثة.

٢. المجموعة الثانية: تقدم معلومات عن المعارف الأساسية في إدارة المزرعة والأساليب الزراعية الحديثة في القطاع الزراعي.

رابعاً: أهمية البرامج الزراعية

أ- أهمية البرامج الزراعية للجمهور المستهدف:

• نشر المعرفة: تقديم أحدث التقنيات الزراعية وأساليب الزراعة الحديثة، مما يساهم في زيادة الإنتاجية وتحسين جودة المحاصيل.

• حل المشكلات: تقديم حلول علمية للمشكلات الزراعية الشائعة، مثل الأمراض الحشرية وأمراض التي تصيب المزروعات، والأمراض الانتقالية التي تصيب الدواجن.

• تطوير المهارات: تقديم نصائح وإرشادات حول كيفية إدارة المزارع بشكل أكثر كفاءة واستدامة.

• توفير المعلومات التسويقية: تقديم معلومات حول أسعار المحاصيل وأفضل الأسواق لتسويق المنتجات الزراعية.

ب- أهمية البرامج الزراعية للجمهور العام:

• التوعية بأهمية الزراعة: تسليط الضوء على أهمية الزراعة في تأمين الغذاء وتوفير فرص العمل.

• تشجيع الاستهلاك المحلي: تشجيع الجمهور على شراء المنتجات الزراعية المحلية ودعم الفلاحين والمزارعين المحليين.

• التعرف على التنوع الزراعي: تقديم معلومات حول مختلف المحاصيل الزراعية وأنواعها، مما يساهم في زيادة الوعي بالتراث الزراعي.

• التشجيع على الزراعة المنزلية: الاهتمام بالمزروعات داخل حديقة المنزل، وتحسين الصورة الذهنية لدى الجمهور العام حول الزراعة.



ج - أهمية البرامج الزراعية للجمهور الخاص:

• تسهم البرامج في توعية الجمهور المستهدف بالقضايا الزراعية المهمة مثل تعزيز الأمن الغذائي، حماية البيئة، تغير المناخ، دعم الاكتفاء الذاتي، إضافة الى ذلك تسهم في تحفيز المزارعين على تحسين إنتاجهم الزراعي وزيادة التنوع في المحاصيل الزراعية بما يساهم في تقليل الاعتماد على الاستيراد وتحقيق الاستدامة الغذائية.

• حماية البيئة: تشجيع الفلاحين والمزارعين على استخدام أساليب زراعية صديقة للبيئة.

• تنمية المجتمعات الريفية: المساهمة في تنمية المجتمعات الريفية وتوفير فرص عمل للشباب.

(المبحث الثالث)

برنامج (غذائنا من أرضنا) في قناة العراقية الفضائية

أولاً: تأسيس قناة العراقية الفضائية

تُعد شبكة الإعلام العراقي (IMN) مؤسسة حكومية تضم عدة قنوات فضائية، من بينها قناة العراقية الفضائية التي تأسست عام ٢٠٠٣ بعد حل وزارة الإعلام السابقة، مستلهمة نموذج هيئة الإذاعة البريطانية (BBC).

بدأت القناة ببث محدود ثم توسعت إلى بث مستمر عبر الأقمار الصناعية، مستهدفة الجمهور المحلي والعربي والدولي. قدمت القناة برامج متنوعة مؤثرة مثل "صباح العراقية"، "وقفة مرورية"، و"غذائنا من أرضنا"، الذي سيتم تناوله لاحقاً.

ثانياً: وصف برنامج (غذائنا من أرضنا) في قناة العراقية الفضائية

١- التعريف ببرنامج (غذائنا من أرضنا):

يُعد برنامج إرشادي تثقيفي يُعرض على قناة العراقية منذ ٢٠٠٥ لدعم التنمية الزراعية في العراق، يستضيف خبراء من وزارة الزراعة والقطاع الزراعي لتقديم معلومات دقيقة وشاملة. يستخدم البرنامج قوالب فنية متنوعة مثل الحديث المباشر والموشن غرافيك والمقابلات، مستهدفاً الفلاحين والمزارعين والمرأة الريفية، ويركز على تبني الأساليب الزراعية الحديثة والتنمية المستدامة، بالإضافة إلى قضايا الأمن الغذائي وحماية البيئة، مع تسليط الضوء على استخدام الطاقة المتجددة.

تصوّر حلقات البرنامج ميدانياً في مزارع عراقية لتعزيز المصداقية وتحفيز المشاهدين على التطبيق العملي، يُبث أسبوعياً يوم السبت الساعة الخامسة والنصف مساءً، بمدة ٢٠-٣٠ دقيقة، بمعدل حلقتين شهرياً.



دوافع تعرض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية

والإشباع المتحققة منها/ برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

يعتمد البرنامج على مصادر رسمية من وزارة الزراعة ويخضع لإشراف دائرة الإرشاد والتدريب الزراعي، مع اختيار موضوعات دقيقة تلبي التوجيهات الإرشادية لدعم تطوير القطاع الزراعي. ٢- اللغة المستخدمة في البرنامج (غذائنا من أرضنا):

تحرص البرامج الزراعية على تقديم محتواه بلغة عامية بسيطة ومفهومة، تأخذ بعين الاعتبار المستوى التعليمي السائد في المجتمع الريفي، إذ أن الفلاحين والمزارعين يعتمدون في تواصلهم اليومي على اللغة العامية، ما يجعل استخدامها في البرنامج وسيلة فعالة لضمان سهولة الفهم والاستيعاب للمعلومات الإرشادية. (سبتي، ٢٠٢٣، صفحة ٣٨٢).

٣- الجمهور المستهدف في البرنامج:

أ. الفلاحين: " القوى العاملة في القرى والأرياف، الذين يشاركون في مختلف الأنشطة الزراعية، مثل حراثة الأرض، البذر، التسميد، الري، مكافحة الآفات، الحصاد، ورعاية الثروة الحيوانية".
ب. المزارعين: " الأشخاص الذين يقومون بعملية الإنتاج الزراعي، سواء كان يمتلكون الأرض أو يستأجروها من مالكيها أو يعملون بضمان معين، يهتمون بالحصول على التسهيلات الزراعية، مثل القروض، الدعم الحكومي، الإرشاد الزراعي، وتوفير مستلزمات الإنتاج".

٤- أهمية برنامج (غذائنا من أرضنا):

أ. يُعد البرنامج ركيزة أساسية في تحقيق التنمية الريفية المتكاملة في العراق.
ب. يسعى برنامج في تحسين وارتفاع الحياة لمواطني الريف وذلك عن طريق المشاركة الإيجابية الفعالة في فقرات البرنامج.
ت. تعليم طرق الحديثة للاستخدام الأمثل للموارد الزراعية الطبيعية.
ث. يهتم بالمستوى الاقتصادي والمعاشي للفلاحين والمزارعين عن طريق رفع الإنتاجية للأراضي الزراعية.
ج. تدعيم القدرة التنافسية للمنتجات الزراعية والحيوانية في الأسواق المحلية والدولية.
ح. تحسين مناخ الاستثمار الزراعي عن طريق الموضوعات التي يتم عرضها في البرنامج.
خ. يسهم البرنامج في تحقيق آثار إيجابية على المستوى الوطني العراقي وفي مقدمتها زيادة دخل البلاد و رفع قيمة الصادرات وخفض قيمة الواردات عن طريق تحسين مواصفات الإنتاج.
د. يساعد البرنامج بتوفير فرص العمل للفلاحين والمزارعين ورفع معدلات تشغيل القوى العاملة في القرى والأرياف العراقية، عن طريق إدماج مكونات المجتمع الريفي ومنهم المرأة الريفية والشباب الريفي وتشجيعهم للعمل في الحقول و المزارع.



(الفصل الثالث)

نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها

المحور الأول: البيانات الشخصية (خصائص المبحوثين).

١. العمر:

يشير الجدول (١) توزيع عينة البحث تبعاً لمتغير العمر، إلى الآتي:

- من ٢٨ - ٣٧ عام.. تصدرت هذه الفئة العمرية المرتبة الأولى بعدد (١٠٩) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٢٤.٥%) وهي النسبة الأعلى.
- من ١٨ - ٢٧ عام.. جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بعدد (١٠٣) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٢٣.١%) من إجمالي عينة الدراسة.
- من ٣٨ - ٤٧ عام .. جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة بعدد (٨٢) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (١٨.٤%) من إجمالي عينة الدراسة.
- من ٤٨ - ٥٧ عام .. حلت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة بعدد (٧٩) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (١٧.٨%) من إجمالي عينة الدراسة.
- من ٥٨ فأكثر .. وأخيراً جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأخيرة بعدد (٧٢) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (١٦.٢%) من إجمالي عينة الدراسة.

جدول (١) توزيع العينة حسب متغير العمر

العمر	العدد	النسبة المئوية	الرتبة
٣٧-٢٨	109	24.5	الأولى
٢٧-١٨	103	23.1	الثانية
٤٧-٣٨	82	18.4	الثالثة
٥٧-٤٨	79	17.8	الرابعة
٥٨ فأكثر	72	16.2	الخامسة
المجموع	445	%100	

تشير بيانات العينة إلى أن غالبية متابعي البرامج الزراعية الإرشادية من الفئات الشابة، حيث تهتم البرامج بمواضيع تلائمهم. فالفئة العمرية (٣٧-٢٨) في مرحلة نضج مهني وعائلي تسعى لتأسيس مشاريع زراعية لتحسين الدخل، و(٢٧-١٨) تسعى لاكتساب المعرفة وفرص العمل. أما (٤٧-٣٨) فتركز على تطوير وضعها الاقتصادي بتقنيات متقدمة، و(٥٧-٤٨) تستمر في



دوافع تعرض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية

والإشباع المتحققة منها/ برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

النشاط الزراعي كمصدر دخل أو لتطوير مشاريع صغيرة، بينما (٥٨) فاكثرت تهتم بالجوانب الصحية والاجتماعية وتعلم مهارات جديدة بعد التقاعد.

٢. التحصيل الدراسي:

يشير الجدول (٢) توزيع عينة البحث تبعاً لمتغير التحصيل الدراسي، إلى الآتي:

■ بكالوريوس.. حصلت هذه الفئة على المرتبة الأولى بعدد (٨١) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (١٨.٢%).

■ دبلوم.. حلت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بعدد (٧٨) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (١٧.٥%).

■ اعدادية.. جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة بعدد (٧٦) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (١٧.١%).

■ دبلوم عالي.. حصلت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة بعدد (٧٤) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (١٦.٦%).

■ متوسطة.. حصلت هذه الفئة بالمرتبة الخامسة بعدد (٣٦) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٨.١%).

■ ابتدائية.. حصلت هذه الفئة بالمرتبة السادسة بعدد (٣٥) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٧.٩%).

■ يقرأ ويكتب.. تقع هذه الفئة بالترتيب السابع بعدد (٣٠) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٦.٧%).

■ ماجستير.. تقع هذه الفئة بالترتيب الثامن بعدد (٢٢) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٤.٩%).

■ دكتوراه.. تقع هذه الفئة بالترتيب التاسع والآخر بعدد (١٣) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٢.٩%).

جدول (٢) توزيع عينة البحث حسب متغير التحصيل الدراسي

التحصيل الدراسي	العدد	النسبة	الرتبة
بكالوريوس	81	18.2	الاولى
دبلوم	78	17.5	الثانية
إعدادية	76	17.1	الثالثة
دبلوم عالي	74	16.6	الرابعة
متوسطة	36	8.1	الخامسة
ابتدائية	35	7.9	السادسة
يقرأ ويكتب	30	6.7	السابعة
ماجستير	22	4.9	الثامنة



دكتوراه	13	2.9	التاسعة
المجموع	445	%100	

تُظهر بيانات الجدول أن جمهور البرامج الزراعية من الحاصلين على بكالوريوس، دبلوم، وإعدادية هم الأكثر متابعة والاستفادة، نظراً لمستواهم المعرفي والثقافي العالي الذي يتيح لهم استيعاب وتطبيق المفاهيم التقنية الحديثة مثل ترشيد المياه وإدارة المخلفات والزراعة المستدامة. كما يستجيبون لتوجيهات البرنامج بزراعة المحاصيل المقاومة للجفاف وتنفيذ السياسات الزراعية، مما يعزز تطوير الإنتاج ورفع الوعي البيئي ضمن نهج تنموي.

المحور الثاني: عادات وأنماط تعرّض الفلاحين والمزارعين والفتاة والمرأة الريفية لبرنامج (غذائنا من أرضنا).

١. مرات مشاهدة برنامج (غذائنا من أرضنا):

يشير الجدول (٣) توزيع عينة البحث تبعاً لعدد مرات مشاهدة لبرنامج (غذائنا من أرضنا) ، إلى الآتي:

■ **أكثر من ثلاث مرات..** احتلت هذه الفئة المرتبة الأولى بعدد (١٧٩) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٤٠.٢%) وهي النسبة الأكبر.

■ **مرتين الى ثلاث مرات..** جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بعدد (١٥٨) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٣٥.٥%).

■ **مرة واحدة..** حلت هذه الفئة بالمرتبة الأخيرة بعدد (١٠٨) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٢٤.٣%).

وكانت قيمة كاي المحسوبة (١٧.٩٤)، وبلغت درجة الحرية (٢)، وبلغت قيمة كاي الجدولية (٥.٩٩)، وهي قيمة دالة إحصائياً تشير لوجود فروق بين إجابات عينة الدراسة.

جدول (٣) قيمة كاي لعينة واحدة للتعرف الى دلالة الفروق في مرات مشاهدة لبرنامج

(غذائنا من أرضنا)

مرات المشاهدة	التكرار	النسبة %	الرتبة	قيمة كاي المحسوبة	درجة الحرية	قيمة كاي الجدولية	الدلالة
أكثر من ثلاث مرات	179	40.2	الأولى	١٧.٩٤	2	5.99	دال
مرتين الى ثلاث مرات	158	35.5	الثانية				
مرة واحدة	108	24.3	الثالثة				
المجموع	445						



دوافع تعرّض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية

والإشباع المتحققة منها/ برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

توضح بيانات الجدول وجود فرق إحصائي دال في عدد مرات مشاهدة برنامج "غذائنا من أرضنا" بين الفلاحين والمزارعين، حيث يشاهدونه أكثر من ثلاث مرات بسبب محتواه الجذاب والملائم لاهتماماتهم الزراعية اليومية. كما يؤثر توفر الوقت على تكرار المشاهدة، إذ تحظى بعض الفئات بفرصة أكبر للمتابعة مقارنة بمن لديهم التزامات أخرى، ما يعكس أهمية البرنامج في جذب الجمهور المستهدف ورفع وعيه الزراعي.

٢. الوسيلة المفضلة لمتابعة البرنامج:

يشير الجدول (٤) لتوزيع عينة الدراسة للوسيلة المفضلة في متابعة برنامج (غذائنا من أرضنا)، إلى الآتي:

■ عن طريق التلفزيون.. أحتلت هذه الفئة المرتبة الأولى بعدد (٢٣٧) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٥٣.٣%) وهي النسبة الأكبر.

■ عبر وسائل التواصل الاجتماعي للقناة التي تبث فيها البرنامج (فيسبوك، انستغرام، يوتيوب).. جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بعدد (٢٠٨) مفردة، ونسبة مئوية بلغت (٤٦.٧%). وكانت قيمة كاي المحسوبة (١.٨٩)، وبلغت درجة الحرية (١)، وبلغت قيمة كاي الجدولية (٣.٨٤)، وهي قيمة دالة إحصائياً تشير لوجود فروق بين إجابات عينة الدراسة.

جدول (٤) يبين وصف افراد العينة للوسيلة المفضلة في متابعة برنامج (غذائنا من أرضنا)

الوسيلة المفضلة	التكرار	النسبة %	المرتبة
عن طريق التلفزيون	237	53.3	الأولى
عبر مواقع التواصل الاجتماعي للقناة التي تبث فيها البرنامج (فيسبوك، انستغرام، يوتيوب)	208	46.7	الثانية
المجموع	٤٤٥	١٠٠%	

تشير بيانات الجدول إلى أن التلفزيون لا يزال الوسيلة المفضلة لمتابعة برنامج (غذائنا من أرضنا) بين الفلاحين والمزارعين، نظراً لتوفره في المنازل والعمل وتكلفته المنخفضة، كما يفضلون المشاهدة الجماعية، أما المرتبة الثانية فتعود لمواقع التواصل الاجتماعي، حيث يلجأ البعض إليها لمتابعة البرنامج خارج أوقات البث الرسمي أو لعدم توفر التلفاز، مستفيدين من إمكانيات البث المباشر والتسجيل عبر الإنترنت.

المحور الثالث: قياس دوافع التعرّض للبرامج الزراعية في قناة العراقية والإشباع المتحققة منها.

أولاً: دوافع التعرّض:

يشير جدول (٥) لوصف إجابات عينة البحث على عبارات الدوافع المنفعية المتحققة من خلال المتابعة لبرنامج (غذائنا من أرضنا) للحصول على المعرفة الزراعية الحديثة وتقنياتها المستدامة، وفقاً للأوساط الحسابية والاوزان المئوية على وفق الآتي:

■ **أتابع البرنامج لاكتساب خبرة زراعية يُمكنني تطبيقها في عملي..** جاءت في الترتيب الأول وبلغ الوزن المئوي (٧٥.٦٧%)، وبلغ الوسط المرجح (٢.٢٧)، وبلغ الانحراف المعياري (٠.٨)، إجابات عينة الدراسة كانت متجهة نحو بديل (أتفق) بواقع (٢١٩) تكراراً بنسبة (٤٩.٢%)، ونحو بديل محايد بواقع (١٢٦) تكراراً بنسبة (٢٨.٣%)، ونحو بديل لا أتفق بواقع (١٠٠) تكراراً بنسبة (٢٢.٥%)، هذا يشير الى وجود فروق بين إجابات عينة البحث.

■ **لا يعزز معرفتي بالممارسات والسلوكيات الزراعية المستدامة ..** جاءت في الترتيب الثاني وبلغ الوزن المئوي (٧٤%)، وبلغ الوسط المرجح (٢.٢٢)، وبلغ الانحراف المعياري (٠.٧٨)، إجابات عينة الدراسة كانت متجهة نحو بديل (أتفق) بواقع (١٩٥) تكراراً بنسبة (٤٣.٨%)، ونحو بديل محايد بواقع (١٥٢) تكراراً بنسبة (٣٤.٢%)، ونحو بديل لا أتفق بواقع (٩٨) تكراراً بنسبة (٢٢%)، هذا يشير الى وجود فروق بين إجابات عينة البحث.

■ **أشاهد البرنامج لمعرفة القروض التي تقدمها وزارة الزراعة ..** جاءت في الترتيب الثالث وبلغ الوزن المئوي (٧٢.٦٧%)، وبلغ الوسط المرجح (٢.١٨)، وبلغ الانحراف المعياري (٠.٧٥)، إجابات عينة الدراسة كانت متجهة نحو بديل (أتفق) بواقع (١٧٣) تكراراً بنسبة (٣٨.٩%)، ونحو بديل محايد بواقع (١٧٨) تكراراً بنسبة (٤٠%)، ونحو بديل لا أتفق بواقع (٩٤) تكراراً بنسبة (٢١.١%)، هذا يشير الى وجود فروق بين إجابات عينة البحث.

■ **أشاهد البرنامج لمعرفة أحدث التقنيات الزراعية الحديثة ..** جاءت في الترتيب الرابع وبلغ الوزن المئوي (٦٩.٣٣%)، وبلغ الوسط المرجح (٢.٠٨)، وبلغ الانحراف المعياري (٠.٧٤)، إجابات عينة الدراسة كانت متجهة نحو بديل (أتفق) بواقع (١٤٢) تكراراً بنسبة (٣١.٩%)، ونحو بديل محايد بواقع (١٩٦) تكراراً بنسبة (٤٤%)، ونحو بديل لا أتفق بواقع (١٠٧) تكراراً بنسبة (٢٤%)، هذا يشير الى وجود فروق بين إجابات عينة البحث.



دوافع تعرّض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية والإشباع المتحققة منها/ برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

جدول (٥) يبين الاوساط المرجحة والاوزان المئوية لفقرات مقياس الدوافع المنفعية المتحققة من خلال المتابعة لبرنامج (غذائنا من أرضنا)

الرتبة	الوزن المئوي	الانحراف المعياري	الوسط المرجح	النسبة	التكرار	البدائل	العبارات	تسلسل الفئة
١	75.67	0.8	2.27	22.5	100	لا أتفق	أتابع البرنامج	1
				28.3	126	محايد	لاكتساب خبرة	
				49.2	219	أتفق	زراعية يُمكنني تطبيقها في عملي	
٣	72.67	0.75	2.18	21.1	94	لا أتفق	أشاهد البرنامج	2
				40	178	محايد	لمعرفة القروض التي تقدمها وزارة الزراعة	
				38.9	173	أتفق		
٢	74	0.78	2.22	22	98	لا أتفق	لا يعزز معرفتي بالممارسات والسُّلوكيات الزراعية المستدامة	3
				34.2	152	محايد		
				43.8	195	أتفق		
٤	69.33	0.74	2.08	24	107	لا أتفق	أشاهد البرنامج لمعرفة أحدث التقنيات الزراعية الحديثة	4

أظهرت بيانات الجدول أن الدافع الرئيسي لمتابعة برنامج (غذائنا من أرضنا) هو اكتساب خبرات زراعية قابلة للتطبيق العملي (٧٥.٦٧%)، حيث يهتم الفلاحون والمزارعون بتحسين ممارساتهم الزراعية المستدامة، كما يعبرون عن اهتمام كبير بمعرفة القروض الزراعية لدعم مشاريعهم المالية، أما التقنيات الحديثة فجاءت في المرتبة الرابعة، إذ يفضلون الممارسات التقليدية التي تتناسب مع ظروفهم الاقتصادية والاجتماعية، نظراً لتكلفة التكنولوجيا العالية.

ثانياً: إشباع متحققة:

يشير جدول (٦) وصف اجابات عينة البحث الى الإشباعات المعرفية المتحققة عن طريق متابعة لبرنامج (غذائنا من أرضنا) وفقاً للاوساط الحسابية والاوزان المئوية كالاتي:

■ يجعلني مواكباً لتوجيهات وتعليمات وزارة الزراعة العراقية.. جاءت في الترتيب الأول وبلغ الوزن المئوي (٧٢.٦٧%)، وبلغ الوسط المرجح (٢.١٨)، وبلغ الانحراف المعياري (٠.٨٣)، إجابات عينة الدراسة كانت متجهة نحو بديل (أتفق) بواقع (٢٠٠) تكراراً بنسبة (٤٤.٩%)،

ونحو بديل محايد بواقع (١٢٤) تكراراً بنسبة (٢٧.٩%)، ونحو بديل لا أتفق بواقع (١٢١) تكراراً بنسبة (٢٧.٢%)، هذا يشير الى وجود فروق بين إجابات عينة البحث.

■ **القدرة على مواجهة صعوبات المناخ عند بدء موسم الاستزراع والحصاد ..** جاءت في الترتيب الثاني وبلغ الوزن المئوي (٦٩.٦٧ %)، وبلغ الوسط المرجح (٢.٠٩)، وبلغ الانحراف المعياري (٠.٨٥)، إجابات عينة الدراسة كانت متجهة نحو بديل (أتفق) بواقع (١٨٢) تكراراً بنسبة (٤٠.٩%)، ونحو بديل محايد بواقع (١١٩) تكراراً بنسبة (٢٦.٧%)، ونحو بديل لا أتفق بواقع (١٤٤) تكراراً بنسبة (٣٢.٤%)، هذا يشير الى وجود فروق بين إجابات عينة البحث.

■ **البرنامج يكسبني مهارات جديدة يُمكنني تطبيقها في الأنشطة الزراعية ..** جاءت في الترتيب الثالث وبلغ الوزن المئوي (٦٨ %)، وبلغ الوسط المرجح (٢.٠٤)، وبلغ الانحراف المعياري (٠.٧٨)، إجابات عينة الدراسة كانت متجهة نحو بديل (أتفق) بواقع (١٤٥) تكراراً بنسبة (٣٢.٦%)، ونحو بديل محايد بواقع (١٧٣) تكراراً بنسبة (٣٨.٩%)، ونحو بديل لا أتفق بواقع (١٢٧) تكراراً بنسبة (٢٨.٥%)، هذا يشير الى وجود فروق بين إجابات عينة البحث.

جدول (٦) يبين الاوساط المرجحة والاوزان المئوية لفقرات مقياس الإشباع المعرفية عن طريق متابعة برنامج (غذائنا من أرضنا)

تسلسل الفئة في المقياس	الفئة	البدايل	التكرار	النسبة	الوسط المرجح	الانحراف المعياري	الوزن المئوي	الرتبة
1	يجعلني مواكباً لتوجيهات وتعليمات وزارة الزراعة العراقية	لا أتفق	121	27.2	2.18	0.83	72.67	1
		محايد	124	27.9				
		أتفق	200	44.9				
2	البرنامج يكسبني مهارات جديدة يُمكنني تطبيقها في الأنشطة الزراعية	لا أتفق	127	28.5	2.04	0.78	68	3
		محايد	173	38.9				
		أتفق	145	32.6				
3	القدرة على مواجهة صعوبات المناخ عند بدء موسم الاستزراع والحصاد	لا أتفق	144	32.4	2.09	0.85	69.67	2
		محايد	119	26.7				
		أتفق	182	40.9				

أظهرت النتائج أن الإشباع المعرفي الأهم للفلاحين والمزارعين هو متابعة توجيهات وزارة الزراعة العراقية عبر برنامج (غذائنا من أرضنا)، الذي يُعتبر مصدراً رئيسياً للمعلومات الرسمية لاتخاذ

دوافع تعرّض جمهور الفلاحين والمزارعين في محافظة كركوك للبرامج الزراعية على قناة العراقية

والإشباع المتحققة منها/ برنامج غذائنا من أرضنا أنموذجاً

قرارات زراعية سليمة، كما يقدّرون البرنامج لمساعدتهم في التكيف مع تحديات المناخ وتحسين الإنتاجية، رغم اهتمامهم بتطوير مهارات زراعية جديدة، كان الرد محايداً بسبب اختلاف القدرات والتأهيل.

نتائج البحث:

١. أوضحت النتائج أن برنامج (غذائنا من أرضنا) يحظى بمتابعة واسعة، حيث كانت الفئة العمرية (٢٨-٣٧) الأعلى بنسبة ٢٤%، وحاملو شهادة البكالوريوس بنسبة ١٨.٢%.
٢. تابع ٤٠.٢% من العينة البرنامج أكثر من ثلاث مرات، مما يدل على جاذبية وفعالية المحتوى، مع وجود فرق إحصائي دال في عدد مرات المشاهدة.
٣. التلفزيون كان الخيار الأول لمتابعة البرنامج بنسبة ٥٣.٣%، يليه مواقع التواصل الاجتماعي.
٤. الدافع الرئيسي لمتابعة البرنامج كان اكتساب خبرة زراعية قابلة للتطبيق بنسبة ٧٥.٦٧%.
٥. يحقق البرنامج إشباعاً معرفياً كبيراً للعينة، خاصة في متابعة أخبار وزارة الزراعة باعتبارها المصدر الأساسي للمعلومات.

التوصيات

١. ضرورة تحليل البرامج الزراعية لدورها في توعية الفلاحين والمزارعين بتبني تقنيات زراعية متطورة.
٢. توجيه وزارة الزراعة لتعزيز الدعم المالي والفني لبرنامج (غذائنا من أرضنا) لتحديث محتواه ومواكبة السياسات الزراعية.
٣. توصية بإنشاء قناة تلفزيونية زراعية متخصصة تعمل ٢٤ ساعة لتقديم برامج إرشادية تفاعلية وتعزيز التواصل بين الخبراء والفلاحين.
٤. ضرورة تنويع الأشكال الفنية في البرنامج، مثل الانفوGRAفيك والفيديوهات التعليمية وورش العمل الرقمية.
٥. اعتماد سياسات زراعية مرنة تراعي الفئات العمرية والبيئات الريفية، مع تعزيز دور الإرشاد الزراعي في المراكز التدريبية.

المصادر

١. أبو رستم، رستم. (٢٠١٧). الأعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيوني. عمان: دار معتر للنشر والتوزيع.
٢. أبو سمرة، محمود احمد، والطيطي، محمد عبد الله. (٢٠٢٠). مناهج البحث العلمي من التبيين الى التمكين. عمان: دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
٣. أبو عرجة، تيسير احمد. (٢٠١٣). الاتصال وقضايا المجتمع. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع.
٤. أبو عساف، حسن. (٢٠١٨). دور التلفزيون الاردني في تعزيز الوعي بالقضايا الزراعية لدى المزارعين في الاردن [رسالة ماجستير منشورة]. جامعة الشرق الاوسط. كلية الاعلام. قسم الاعلام: عمان. الأردن.



٥. إدريس، علاء حميد. (٢٠٢١). البرامج الصباحية لقناة العراقية إطلالة خفيفة الظل. مقال منشور. متاح على الانترنت. موقع مجلة الشبكة. تاريخ الاسترجاع ٢٠٢٥/٢/٢٥. <https://magazine.imn.iq>.
٦. جبريل، سهام عز الدين. (٢٠١٤). خطة التنمية الاعلامية لسيناء حتى ٢٠٢٤. الملتقى العلمي السنوي. جامعة قناة السويس. الإسماعيلية. جمهورية مصر العربية.
٧. جمعه، ليلي علي. (٢٠٢١). دوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية الرياضية المتخصصة والإشباع المتحققة منه : (دراسة مسحية على جمهور مدينة بغداد). الباحث الإعلامي، ١٣ (٥٤)، ٦٩-١٠٦. <https://doi.org/10.33282/abaa.v13i54.844>
٨. حجاب، محمد منير. (٢٠١٠). وسائل الاتصال نشأتها وتطورها. القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع.
٩. حسين، شيماء احمد، و ربحان، إبراهيم إبراهيم، و عامر، صلاح محمد. (٢٠٢٢). دور الإعلام المرئي في التنمية الزراعية ببعض قرى منطقة شرق قناة السويس وسيناء. مجلة الجمعية العلمية للإرشاد الزراعي. مجلد ٢٦. العدد ٤.
١٠. الحمداني، داود سهر دغموث. (٢٠٠٢). الإعلام الزراعي في العراق. دراسة تحليلية ميدانية عن برامج الهيئة العامة للإرشاد الزراعي لعام ٢٠٠٢. [رسالة ماجستير غير منشورة]. جامعة بغداد. كلية الإعلام: بغداد. العراق.
١١. خليل، حسن محمد علي، و الشافي، دينا حسن محمد عبد. (٢٠٠٨). اعتماد القناة الريفية على التلفزيون في تنمية مهاراتها الحياتية. بحث منشور. المجلة المصرية لبحوث. القاهرة: جامعة القاهرة. كلية الإعلام. العدد ٢٩.
١٢. خليل، سنار ابراهيم. (٢٠٢٤). استخدامات الفلاحين لمواقع التواصل الاجتماعي والإشباع المتحققة منها. دراسة ميدانية. رسالة الدبلوم العالي المعادل للمجستير. جامعة بغداد. كلية الإعلام: بغداد. العراق.
١٣. الدليمي، عبد الرزاق. (٢٠٠٥). عولمة التلفزيون. عمان: دار جرير للنشر والتوزيع.
١٤. سويلم، محمد نسيم. (٢٠٢١). دور البرامج التلفزيونية بقناة مصر الزراعية في نشر الوعي الزراعي لدى الزراع في بعض قرى محافظة الغربية. مجلة الاقتصاد الزراعي والعلوم الاجتماعية. المجلد ١٢. العدد ٥.
١٥. شبلي، كرم. (١٩٨٦). المنيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون. الكويت: دار الشروق للنشر والتوزيع.
١٦. شعبان، أفنان محمد. (٢٠١٨). فاعلية البرامج التلفزيونية الرياضية في تنمية الثقافة الرياضية لدى الشباب: دراسة ميدانية. الباحث الإعلامي، ١٠ (٤٠)، ١٣١-١٤٢. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i40.49>
١٧. طابع، سامر. (٢٠٠١). بحوث الاعلام. القاهرة: عالم الكتب.
١٨. عبد العزيز، بركات. (٢٠١٢). منهج البحث الإعلامي (الاصول النظرية ومهارات التطبيق). القاهرة: دار الكتب الحديث.
١٩. عبد الله، سرمد أحمد. (٢٠٢٤). دوافع استخدام الجمهور الرياضي للمواقع الإخبارية الرياضية عبر مواقع التواصل الاجتماعي. الباحث الإعلامي، ١٦ (٦٥)، ٥٤-٨٥. <https://doi.org/10.33282/abaa.v16i65.1222>
٢٠. عبد المجيد، طالب، وعلو، حيدر احمد. (٢٠١٥). صناعة الاخبار في القنوات العربية المتخصصة. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
٢١. عطوان، فارس. (٢٠٠٩). الفضائيات ودورها في الاعلام. عمان: دار اسامة للنشر والتوزيع.
٢٢. فارس، اسماعيل فارس. (٢٠١٨). البرامج الترفيهية التلفزيونية بين متطلبات الجمهور ومعايير الواقع. عمان: دار امجد للنشر والتوزيع.
٢٣. فرحات، نادية. (٢٠١٦). التلفزيون وتأثيره على القيم الاجتماعية. مجلة الدراسات في التنمية والمجتمع. جامعة حسنية بن بو علي. العدد ٤.
٢٤. المحنة، فلاح. (١٩٨٨). البرامج الاذاعية والتلفزيونية. بغداد: دار الحكمة للطباعة.

References

- 1-Atwan, F. (2009). Satellite channels and their role in media. Osama Publishing
- 2-Farhat, N. (2016). Television and its impact on social values. Journal of Development and Society Studies, (4.)



- 3-Faris, I. F. (2018). Television entertainment programs between audience expectations and reality standards. Amjad Publishing.
- 4-Hijab, M. M. (2010). Communication media: Their origins and development. Al-Fajr Publishing.
- 5-Idris, A. H. (2021). Morning programs on Al-Iraqiya channel: A light-hearted glimpse. Al-Shabaka Magazine. <https://magazine.imn.iq>
- 6-Jibreel, S. A. (2014). The media development plan for Sinai until 2024. Paper presented at the Annual Scientific Forum, Suez Canal University, Ismailia, Egypt.
- 7- Gomaa, L. A. (2021). Motives for public exposure to specialized sports satellite channels and the gratifications achieved from it: A survey study on the public of the city of Baghdad. *ALBAHITH ALALAMI*, 13(54), 69-106. <https://doi.org/10.33282/abaa.v13i54.844>
- 8-Khalil, H. M. A., & Al-Shafi, D. H. M. A. (2008). The rural girl's reliance on television in developing her life skills. The Egyptian Journal of Research, (29.)
- 9-Khalil, S. I. (2024). Farmers' use of social media and the resulting gratifications: A field study [Higher Diploma thesis]. University of Baghdad.
- 10-Abdel Aziz, B. (2012). Media research methods: Theoretical foundations and application skills. Dar Al-Kutub Al-Hadithah.
- 11- Shaban, A. M. (2018). Effectiveness of sports television programs in the development of sports culture among youth: field study. *ALBAHITH ALALAMI*, 10(40), 131-142. <https://doi.org/10.33282/abaa.v10i40.49>
- 12-Shibli, K. (1986). The broadcaster and the art of radio and TV program presentation. Al-Shorouk Publishing.
- 13- Sweilem, M. N. (2021). The role of TV programs on Misr Agricultural Channel in raising agricultural awareness among farmers in some villages of Al-Gharbia Governorate. Journal of Agricultural Economics and Social Sciences, 12(5.)
- 14-Tayeh, S. (2001). Media research. Alam Al-Kutub.
- 15- Abdullah, S. A. (2024). Motivations Behind Sports Audiences' Use of Sports News Websites on Social Media. *ALBAHITH ALALAMI*, 16(65), 54-85. <https://doi.org/10.33282/abaa.v16i65.1222>
- 16-Abdel Majeed, T., & Alou, H. A. (2015). News production in specialized Arab channels. Osama Publishing.
- 17-Abu Arja, T. A. (2013). Communication and societal issues. Al-Maseerah Publishing and Distribution.
- 18-Abu Assaf, H. (2018). The role of Jordanian television in raising awareness of agricultural issues among farmers in Jordan [Master's thesis, Middle East University, Faculty of Media]. <https://meu.edu.jo> (if available online, else omit the URL)
- 19-Abu Rustum, R. (2017). Broadcast and television preparation and presentation. Moataz Publishing and Distribution.
- 20-Abu Samra, M. A., & Al-Titi, M. A. (2020). Scientific research methodologies: From clarification to empowerment. Al-Yazouri Scientific Publishing.
- 21-Al-Dulaimi, A. R. (2005). Globalization of television. Jarir Publishing and Distribution.
- 23-Al-Hamdani, D. S. D. (2002). Agricultural media in Iraq: An analytical field study of the programs of the General Authority for Agricultural Extension in 2002 [Unpublished Master's thesis]. University of Baghdad.
- 24-Al-Muhanna, F. (1988). Radio and television programs. Dar Al-Hikma Press