

البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية وبناء الوعي المعرفي

للمرأة العراقية

بحث مستل من رسالة ماجستير

شادن عادل مجيد

أ.م.د. ندى عبود جارالله

جامعة بغداد / كلية الإعلام

Shadan adel majeed

**University of Bagdad / College of Mass
Communication**

Assistant professor, Dr.Nada Aboud Jarallah

adelshadan533@gmail.com

Nada_ka32000@yahoo.com

Abstract

The daytime talk shows are one of the important television programs, as they serve as the main interface for all satellite television and It is one of the most important means of expression that allows participants to engage in dialogue and discussion and express their opinions, ideas, and multiple viewpoints on the topic covered in the daytime talk show, The researcher used the media dependency theory and its cognitive, emotional and behavioral effects, This research according to the adopted method is descriptive research, on the field side, it relied on the survey method, The researcher also used the method of studying interrelationships, The researcher distributed the questionnaire form to a specific group in a simple random way, A Triangular Likert Scale (agree, neutral, disagree) was used to measure the cognitive, affective and behavioral effects. The research issue was summarized by a main question: What is the role of the daytime TV talk shows in increasing the cognitive awareness of Iraqi women?

Keywords: TV program, talk shows, cognitive awareness

ملخص

تُعد البرامج الحوارية الصباحية من البرامج التلفزيونية المهمة، إذ تكون بمنزلة الواجهة الرئيسية لكل المحطات التلفزيونية الفضائية ومن أهم وسائل التعبير التي تتيح للمشاركين التمازج والنقاش وإبداء آرائهم وأفكارهم ووجهات النظر المتعددة تجاه الموضوع المُتناول ضمن البرنامج الحوارية الصباحية، استخدمت الباحثة نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام وآثارها المعرفية والوجدانية والسلوكية، ويُعد هذا البحث وحسب المنهج المتبع من البحوث الوصفية، وأُعدت في الجانب الميداني على المنهج المسحي، كما استخدمت الباحثة منهج دراسة العلاقات المتبادلة، وقامت الباحثة بتوزيع إستمارة الإستبانة على عينة عشوائية على عينة عشوائية / قصدية وبالطريقة العشوائية البسيطة، و تم إستخدام مقياس ليكرت الثلاثي: (اتفق، محايد، لا اتفق) لقياس الآثار المعرفية و الوجدانية و السلوكية، وتلخصت مشكلة البحث بتساؤل رئيس هو: ما دور البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية في زيادة الوعي المعرفي لدى المرأة العراقية؟ وأُنبثق عن هذا السؤال تساؤلات فرعية، تم صياغتها على وفق الآتي:

1. ما أنماط تعرض المرأة العراقية للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية وعاداتها؟
2. ما معدل تعرض المرأة العراقية للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية؟ وقد توصلت الدراسة إلى نتائج عدة يمكن اجمالها بالآتي:
 1. وجود علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة المرأة العراقية للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية و زيادة الوعي المعرفي بالقضايا التي تهم المرأة.
 2. تتابع النساء في مدينة بغداد البرامج الحوارية الصباحية التلفزيونية بشكل جيد.
 3. تعتمد المرأة بدرجة كبيرة على البرامج الحوارية الصباحية كمصدر موثوق للمعلومات.

الكلمات المفتاحية: البرنامج التلفزيوني ، البرامج الحوارية ، بناء ، الوعي المعرفي

المقدمة

تعد البرامج الحوارية من أهم برامج التلفزيون إنتشارًا و نجاحًا في إيصال الرسالة الإعلامية إلى المشاهدين بصورة عامة (زلطة، ٢٠٠٥، صفحة ١٣٣)، إذ تؤدي دورًا مهمًا وأساسيًا في برامج التلفزيون المختلفة سواء أكانت ترفيهية أم سياسية أم اجتماعية أم تثقيفية وفقًا لما تفرضه الطبيعة التلفزيونية، كما تتيح للمشاهدين ممارسة الحرية الكاملة في تقديم آرائهم ومقترحاتهم، ولذلك يفرض الحوار أو المقابلة نفسة كأحد أشكال البرامج التي تحقق أهداف التلفزيون. (بياجي، ١٩٨٦، صفحة ١٥)

الإطار المنهجي

مشكلة البحث: Researchproblem تتلخص مشكلة البحث في السؤال الرئيس الآتي: ما دور البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية في زيادة الوعي المعرفي لدى المرأة العراقية؟ وأُنبثق عن هذا السؤال تساؤلات فرعية، تم صياغتها على وفق الآتي:

1. ما أنماط تعرض المرأة العراقية للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية وعاداتها؟
2. ما معدل تعرض المرأة العراقية للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية؟
3. ما الأسباب او الدوافع وراء متابعة المرأة العراقية للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية؟
4. ما القنوات المفضلة لدى المرأة العراقية لمتابعة البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية؟
5. ما أبرز البرامج الحوارية التلفزيونية التي تحرص المرأة العراقية على متابعتها؟

٦. ما أبرز الموضوعات التي تحرص المرأة العراقية على متابعتها؟

٧. ما دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تقديم المعلومات وتنمية الوعي المعرفي للمرأة؟

٨. ما درجة اعتماد المرأة على البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية في إستقاء المعلومات والمعارف؟

٩. ما أبرز الآثار المعرفية و الوجدانية و السلوكية الناتجة عن متابعة المرأة للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية؟

أهمية البحث: **research importance** تكمن أهمية البحث في السعي عن طريق الإجراءات البحثية العلمية إلى قياس الدور الذي تؤديه البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية في زيادة الوعي المعرفي للمرأة العراقية ومدى مشاهدة المرأة لهذا النوع من البرامج ومدى الفائدة المتحققة، فضلاً عن المساهمة في توفير رؤى جديدة و قاعدة بيانات للباحثين لدراسة مشكلات أخرى تتعلق بالبرامج التلفزيونية، وتطوير الفروض و إختبار العلاقات بين المتغيرات المختلفة في البحوث اللاحقة. وتتمثل أهمية البحث فيما يأتي:

١. الأهمية الأكاديمية: حيث سيكون هذا البحث إضافة علمية جيدة للمكتبة الإعلامية و الباحثين في إطار بحوث دراسات الجمهور، كونه يُعد تكملة لدراسات سابقة و نقطة إنطلاق لدراسات لاحقة عن طريق توفيره لقاعدة بيانات مهمة للباحثين و الدارسين الذين سيستندون إليه في بحوثهم المتعلقة بالبرامج، الجمهور ولاسيما المرأة، الوعي المعرفي، عبر إستخدام التحليل و الإختبارات الإحصائية المهمة.

٢. الأهمية الميدانية: إذ يمثل هذا البحث إضافة جيدة للعاملين و للقائمين على البرامج التلفزيونية من أجل معرفة ما تفضله المرأة العراقية، وما هي أهم الموضوعات التي ترغبها، و كيف تُسهم المعلومات التي تبث عن طريق هذه البرامج في بناء الوعي المعرفي لدى المرأة وتعزيزه، أيضاً تشخيص مكان القوة و الضعف في مضامينها للعمل على تطوير أدائها و إنتاجها الإعلامي و البرمجي، وإتباع و ترسيخ الأساليب و القيم المهنية في إدارتها و تناولها للموضوعات التي تعرضها.

أهداف البحث: **research goals** يسعى البحث لتحقيق أهداف عدة وهي كالآتي :

١. التعرف على أنماط تعرض المرأة العراقية للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية وعاداته.

٢. قياس معدل تعرض المرأة للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية.

٣. التعرف على الأسباب أو الدوافع وراء متابعة المرأة للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية.

٤. التحري عن القنوات المفضلة لدى المرأة لمتابعة البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية.

٥. التعرف على أبرز البرامج الحوارية التلفزيونية التي تحرص المرأة العراقية على متابعتها.

٦. التحري عن أبرز الموضوعات التي تحرص المرأة على متابعتها.

٧. التعرف على دور البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية في تقديم المعلومات وتنمية الوعي المعرفي للمرأة.

٨. التعرف على درجة اعتماد المرأة على البرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية في إستقاء المعلومات والمعارف.

٩. التعرف على أبرز الآثار المعرفية و الوجدانية و السلوكية الناتجة عن متابعة المرأة للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية.

منهج البحث: **Research methodology** اعتمدت الباحثة في الجانب الميداني على المنهج المسحي لكونه من أكثر المناهج ملاءمة لموضوع البحث، بإعتبار أنّ هذا البحث من البحوث الوصفية و التي يلائمها المنهج المسحي لتحقيق الأهداف التي ترمي إلى تحقيقها هذه الدراسة، و للتعرف على دور البرامج الحوارية الصباحية التلفزيونية في زيادة الوعي المعرفي لدى المرأة العراقية، حيث يُعرف المنهج المسحي بأنه: (مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدداً من المفردات المكونة لمجتمع البحث و لمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات و المعلومات في مجال تخصص معين و معالجتها) (المشهداني، ٢٠١٧، صفحة ١٣٦)، وتم استخدام مسح جمهور وسائل الإعلام وهو أحد المسوحات التي يتضمنها المنهج المسحي، وذلك للتعرف على الآراء و الأفكار و القيم و الدوافع و الاتجاهات و الانطباعات و التأثيرات المختلفة لدى مشاهدي التلفزيون. (المشهداني، ٢٠١٧، صفحة ١٣٦)

مجالات البحث: **Research fields** تتمثلت مجالات البحث بثلاثة حدود، وهي:

١. المجال المكاني: اعتمدت الباحثة مدينة بغداد المركز و الأفضية الثلاث: (قضاء الكرخ، قضاء الرصافة، قضاء مدينة الصدر الأولى و الثانية) مكاناً لتطبيق الدراسة و انموذجاً ممثلاً، كونها المدينة الأكبر من حيث التعداد السكاني و المركز الإقتصادي و الإداري و التعليمي في العراق.

٢. المجال الزمني: تم انجاز البحث العلمي بالمدة الزمنية من ٢٠-٣-٢٠٢١ إلى ١٣-٧-٢٠٢١، وهي المدة التي تم فيها توزيع الإستمارة الإستطلاعية على العينة و استرجاعها، ومن ثم بناء إستمارة الاستبيان و المقياس و تعديلها من قبل لجنة المحكمين، و توزيعها على أفراد العينة من مجتمع مدينة بغداد و ملؤها، ومن ثم استرجاعها و تفرغ بياناتها و ترميزها و ادخالها و تحليلها و عمل الاجراءات الاحصائية وتفسير النتائج.

٣. المجال البشري: و تمثلت بجمهور مدينة بغداد من النساء اللواتي يشاهدن البرامج الحوارية الصباحية التلفزيونية فقط، وممن بلغن سن الثامنة عشر فما فوق حيث بلغ عدد العينة (٤٠٠) مبحوثة.

مجتمع البحث وعينته: Research community and sample حددت الباحثة المجتمع المستهدف في هذا البحث الاناث المتابعات للبرامج الحوارية التلفزيونية الصباحية، و اللواتي أعمارهن من (١٨ عاماً فأكثر)، و ضمن جمهور مدينة بغداد بأقضيتهما الثلاثة (الكرخ، الرصافة، مدينة الصدر الاولى / الثانية)، إذ تُعد مدينة بغداد عاصمة العراق و المدينة الاكبر من حيث الكثافة السكانية، حيث بلغ عدد الاناث في مدينة بغداد (٢,٥٥١,٠٤٣) للأفضية الثلاثة و حسب الإحصائية المعتمدة من وزارة التخطيط / الجهاز المركزي للإحصاء لعام ٢٠٢١). حيث تم اختيار العينة الممثلة لمجتمع البحث بطريقة العينة العنقودية لمركز مدينة بغداد وحسب الترتيب (القضاء - الناحية - المحلة - عدد الاناث المطلوب من كل محلة - الاناث اللواتي يشاهدن البرامج الحوارية الصباحية التلفزيونية)، و تم اختيار مناطق كل قضاء بطريقة عشوائية، وذلك بسبب كبر حجم مجتمع البحث و عدم تجانسه، وكان بهدف أن تكون عينة البحث أكثر تمثيلاً لمجتمع البحث، و تم اعتماد العينة وفق إحصائيات وزارة التخطيط / الجهاز المركزي للإحصاء، إذ بلغ عدد سكان مدينة بغداد من الاناث من سن ١٨ فأكثر (٢,٥٥١,٠٤٣) نسمة وعلى ثلاثة أفضية، فكان عدد الاناث في جانب الكرخ (٩٨٠,٠٠٠) نسمة، وفي جانب الرصافة (١,٢١٠,٠٠٠) نسمة، أما في جانب مدينة الصدر الاولى و الثانية كان العدد (٣٦١,٠٠٠) نسمة، حيث تم اجراء الاستبيان عليهن، و استخدمت الباحثة العينة القصدية، ممن يشاهدن البرامج الحوارية الصباحية التلفزيونية، و تم التوزيع (٤٠٠) استمارة وفق الطريقة العشوائية البسيطة، و تمثل هذه الاستمارات عينة الدراسة التي تم تحليلها احصائياً.

الإطار النظري

مفهوم البرامج الحوارية التلفزيونية البرامج الحوارية يمكن تعريفها بأنها: (البرامج التي تشمل برامج المناقشات والتي يتم عن طريقها طرح الآراء التي تعرض من قبل القنوات التلفزيونية وتتناول قضايا المجتمع و مشكلاته عن طريق استضافة عدد من الشخصيات المختصة و المسؤولة للتعبير عن آرائهم و معلوماتهم حول تلك القضايا، وقد تكون هناك مشاركة جماهيرية فيها سواء بالحضور أو عن طريق الهاتف أو البريد الإلكتروني أو الرسائل sms). (العبيدي، ٢٠١٥، صفحة ٦٢) اما البرنامج التلفزيوني فهو: (رسالة من مرسل، عبر قناة مجموعة مشاهد مصورة يصاحبها صوت)، إلى المستقبل (المشاهد)، تريد أن تحقق أهدافاً محددة، عبر معلومات عقلية و وجدانية).

خصائص البرامج الحوارية تتميز البرامج الحوارية بجملة من الخصائص والتي بدورها تخلق من البرنامج الحوارية شكلاً برامجياً ناجحاً وفريداً، أبرزها: (خضور، الحديث التلفزيوني، ٢٠٠٢، صفحة ٤٧)

١- كفاءة مقدم البرنامج الحوارية التلفزيوني و تميزه من الناحية العلمية، و الشكل الخارجي، و الصوت الجهوري، و أسلوب التقديم فضلاً عن تميز الشخصية المستضافة لمناقشة موضوع البرنامج، يُعدان من أهم عوامل نجاح البرنامج الحوارية.

٢- قدرة البرنامج الحوارية على احتواء الموضوعات ذات الأهمية المرتفعة واعطاء التوضيح المناسب والجذري والشامل وبكفاءة عالية عن طريق طرح الاسئلة المباشرة و الحصول على الإجابات الدقيقة، و عرض هذه العملية أمام انظار المشاهدين و مسامعهم لها الدور الكبير في تميز هذه البرامج.

٣- يتميز البرنامج الحوارية بإستعداد الجمهور بشكل أكبر للمتابعة بإنتباه اكثر، نتيجة لتنوع المعلومات و الحجج و الآراء وتوافر عناصر الجاذبية الناتجة عن تضارب الآراء حول موضوع النقاش.

٤- امكانية استخدام اللغة غير اللفظية و المتمثلة بالإيماءات، و الأصوات، و الحركات، و تعابير الوجه، لإيصال وجهة نظر و رأي المتحدث تجاه القضية المطروحة للنقاش. (خضور، الحديث التلفزيوني، ٢٠٠٢، صفحة ٤٨)

اهمية البرامج الحوارية

يعد الحوار من أفضل الطرق المتبعة قديماً و حديثاً للوصول إلى مرحلة الإقناع بفكر أو نظرية معينة تخص القضية الحوارية المطروحة وتغيير الاتجاه الفكري للإنسان الذي قد يدفع إلى تعديل السلوك نحو الأحسن، لأن الحوار أشبه بعملية إعادة تأهيل للفكر الإنساني ليكون مستعداً لقبول النقد، واحترام آراء الآخرين، و تتجلى أهمية البرنامج الحواري في دعم النمو النفسي و التخفيف من مشاعر الكبت و تحرير النفس من الصراعات و المشاعر العدائية و المخاوف و القلق، فأهميته تكمن في أنه وسيلة بناءية علاجية و طريقة آمنة لإيجاد الحلول المناسبة للكثير من المشكلات و القضايا المجتمعية (شراة، ٢٠١٦، صفحة ٢٧)، فضلاً عن زيادة أهمية الحوار عند مواجهة كمٍ من المشكلات والقضايا والتي تواجه الإنسان وتتطلب تكاتف الجهود والتنسيق من أجل مواجهتها مثل تنقص المياه والتلوث البيئي والانفجار السكاني والكثير من الاختلافات الايدلوجية والعرقية والاقتصادية في دول العالم لولا سبيل إلى حلها إلا عن طريق الحوار (البودي، ٢٠٠٣)، كذلك يجب أن تتوفر عدة عناصر؛ ليكون الحوار في البرنامج الحواري ايجابياً وفعالاً وبنياً وهي: الإحترام بين الاطراف المتحاوره و إذا ما خرج النقاش عن سياقه الأخلاقي فهنا تظهر مسؤولية مدير الجلسة الحوارية في وضع الحد المفروض لإعادة الحوار لسياقه الصحيح أو إنهائه، و إدخال الدعابة ضمن الحدود المناسبة للذوق العام و المتعة اثناء الحوار حتى يكون مضمون البرنامج الحواري سلساً وخفيفاً على مسامع المتلقين و أنفسهم. (أهمية الحوار في المجتمع ، ٢٠١٧) إن إرتقاء البشرية بالسلم الحضاري و التقدم العلمي الملحوظ انتج مرحلة جديدة من الإدراك بأهمية احترام ثقافة الحوار، حيث يُعد الحوار وسيلة لوأد الأفكار المتطرفة المناهية للطبيعة البشرية و حل الكثير من النزاعات التي تدور حول قضايا مهمة في المجتمع الانساني، فتتجلى أهمية البرامج الحوارية في استخدام لغة المنطق بأسلوب حوارى للوصول بالطرف الآخر إلى مرحلة الإقناع بفكرة الموضوع المطروح عن طريق الأدلة و البراهين، ليس الوصول بالطرف المخالف فكرياً إلى الإقناع قسراً، عن طريق العنف والغضب لانه حتماً سيؤدي إلى التعصب الموقفي و تمسك كل طرف في الحوار بمنطقه الفكري و السلوكي، ومن ثم الوصول إلى محطة العزلة و التقوقع المجتمعي. (الشيخلي، هندسة الحوار، ٢٠١١، الصفحات ١٦-١٧) كذلك تتمتع البرامج الحوارية الصباحية بنسبة مشاهدة مرتفعة مع تنوع كبير في الجمهور المتعرض لهذا النوع من البرامج، لأنه يركز بالدرجة الأساس على ربات البيوت، من ثم كبار السن و المتقاعدین، فضلاً عن عدد من الطلاب الجامعيين، لاسيما خلال الإجازة، وهذا يرصد خلال الاتصالات الهاتفية التي ترد على الهواء ويعرف عن طريقها متوسط أعمار المشاهدين. (سلمان، ٢٠٢٠، صفحة ٢٢)

والوعي لغةً في معاجم اللغة العربية إلى (شعور، و يقظة، و تمييز أو إدراك عن طريق الحواس أو عبر الملكة العقلية) (عمر، ٢٠٠٨، صفحة ٢٤٦٩)، و الوعي لغة (وعى يعي: وَعياً. (و ع ي) ، الشيء: جمعه و حواه (وعي الكتاب أشهر القصص، الحديث: حفظه وفهمه ، الأمر: أدركه) (مسعود، ١٩٩٢، صفحة ٨٦٧)، أما **الوعي اصطلاحاً** فهو (الإدراك، أو هو: صحوه الفكر أو العقل، و الوعي في اصطلاح علم الاجتماع: هو إدراك الفرد لنفسه و للبيئة المحيطة به، وقيل: إدراك المرء لذاته ولما يحيط به إدراكاً مباشراً، ومن ثم يعد الوعي أساس كل معرفة) (عمر ع.، صفحة ٣٨)، و الوعي هو الفهم وسلامة الإدراك، و وعي افراد المجتمع بالمعارف بشكل عام و التي ترتبط بحياتهم و واقعهم و يكون الوعي على اشكال هو: الوعي الثقافي و المعرفي و الديني و الاقتصادي و السياسي و القانوني و الاخلاقي و الوعي الصحي، وهو حالة ذهنية يدرك الانسان العالم من حوله، لاسيما ادراك الفرد لنفسه و عالمه الخارجي و انتماءه الاجتماعي، إذ يرتبط الوعي بالسلوك لأنه يؤدي لاتخاذ مواقف و قرارات فردية و جماعية عملية، كما تؤدي اللغة دوراً مهماً في الوعي (القوس، ٢٠١٨، صفحة ٧)، في حين يرى آخرون أن الوعي عبارة عن مجموعة من المفاهيم و الافكار و الثقافات التي يكتسبها الافراد و تتشكل لديهم بواسطة عوامل مختلفة، مما يؤدي الى تفاعلهم مع قضايا المجتمع المختلفة عن طريق التقييم و ابداء الآراء و إعطاء الحلول و المشاركات، لذا فإن كل مجتمع لديه وعي يختلف عن وعي مجتمع آخر بإختلاف المفاهيم المهيمنة على أفرادها و طبيعة فهمهم لتلك المفاهيم. (السيد، ٢٠١٥، الصفحات ١٠٣-١٤٢) وتعرف المعرفة لغةً بأنها ((إدراك الشيء على ما هو عليه) ومن معانيها العلم و المجازة و الصبر و الدلالة على شيء و الطيب، ومن مشتقاتها ما ينظر إلى الخير و الاحسان و التعارف و الاعتراف، و العرف ما استقر في النفوس من جهة شهادات العقل فتلقاه الطباع السليمة بالقبول، وهي اسم فعل من عَرَف يَعْرِف فهو عكس الجهل، إذ تطلق كلمة المعرفة على كل ما وصل إلى إدراك الانسان من مشاعر أو حقائق أو أفكار تسهم في التعرف على بيئة من حوله و التعامل معها). (السرد، ٢٠١٤، صفحة ١٠٣) وللمعرفة اصطلاحات عديدة، فقد عرفت بأنها: الإدراك و الوعي وفهم الحقائق عن طريق اكتساب المعلومات بإجراء تجربة و تفسير نتائج التجربة أو تفسير خبر، أو عن طريق التأمل في طبيعة الأشياء، أو عن طريق الإطلاع على

تجارب الآخرين وقراءة إستنتاجاتهم، كما عرف قاموس أوكسفورد الانكليزي المعرفة بأنها: (الخبرات و المهارات المكتسبة من قبل شخص عن طريق التجربة أو التعليم، و مجموع ما هو معروف في مجال معين، و الحقائق و المعلومات و الوعي و الخبرة التي اكتسبتها من الواقع أو من القراءة أو المناقشة) (ويكيبيديا، ٢٠٢٠)، و عرف قاموس ويبستر المعرفة بأنها: (الفهم الواضح و المؤكد للأشياء، الفهم، التعلم، كل ما يدركه أو يستوعبه العقل، خبرة عملية، مهارة، اعتياد أو تعود، اختصاص و إدراك معلومات منظمة تطبق على حل مشكلة ما) (المكاوي، ٢٠٠٧، صفحة ٣٠)، و (المعرفة هي التصور و العلم هو التصديق، العرفان اعظم رتبة من العلم، فلا يسمى احد بالعارف إلا إذا ترقى في مدارج العلم بحسب الطاقة البشرية) (شقيير، ١٩٩٦، صفحة ٣٥)، وكذلك تعرف بأنها: (نوع من بقايا البصيرة المتراكمة عند استخدام المعلومات والخبرة في التفكير، وما نحفظ به نتيجة هذا التفكير في مشكلة ما، وما نتذكره عن طريق التفكير) (الكبيسي، ٢٠٠٥، صفحة ١١)، ويمكن إعطاء إيضاح لمفهوم الوعي المعرفي: الوعي و المعرفة مصطلحان مرنان يرتبطان بطبيعة الانسان المعرفية و تطورها و نشاطاته الإبداعية والعلمية، فالوعي يتطور بممارسة الإنسان لحياته وطريقة تفاعله مع من حوله من الأفراد ومدى معرفته و تعامله مع طبيعة الأشياء التي تحيطه، وما يميز وعي الفرد هو قدرته على اتخاذ أي قرار، وما يميز معرفته هو سلوكه الخاص العام، حيث إن أغلب أفكار الناس المطبقة على أرض الواقع الاجتماعي هي نتاج الوعي المعرفي المتراكم لديهم، فإن هناك صراعاً قائماً بين الوجود المعرفي و الوعي المعرفي إذ إن الوجود مادي و الوعي فكري (نجار، ٢٠١٧)، و (يُعد الوعي المعرفي أحد المفاهيم الحديثة في علم النفس، إذ يمثل بعداً جديداً أكثر غموضاً من العمليات المعرفية الأخرى والذي يعد سابقاً للعمليات الأخرى من الناحية العلمية و تشير كلمة meta والتي تعبر عن الوعي التأملي (reflective awareness) بالعمليات المعرفية فيما يحدد الوعي بالعمليات المعرفية وهو المعرفة الاستنباطية بالأنظمة المعرفية التي تهدف إلى المساعدة في اتخاذ القرار حول أفضل توزيع يقوم به الفرد لقدراته المعرفية عند مواجهة مشكلة جديدة و معقدة). (حسن، ٢٠٢٠، صفحة ٢٣٨) والوعي المعرفي هو مجموعة من القيم و الاتجاهات و المبادئ المعرفية التي تتيح للفرد أن يشارك مشاركة فعالة في ثقافة مجتمعه و مشكلاته و تقديم الحلول المنطقية عن طريق تحليل هذه المشكلات و الحكم عليها و تحديد موقفه منها. (العبيدي، ٢٠١٥، صفحة ٦٣) وهو معرفة الفرد و وعيه بعملياته المعرفية و قدراته على تنظيم و تقييم و مراقبة تفكيره، وإن هذه المراقبة تتيح للفرد فرصة السيطرة بفاعلية أكثر على عمليات المعرفة، هو معرفة الفرد و وعيه بعمليات و استراتيجيات التفكير، و قدرته على تقييم، و تنظيم عمليات التفكير الخاصة به ذاتياً. (شذى عبد الباقي محمد و مصطفى محمد عيسى، ٢٠١١، صفحة ١٤٣)

خصائص الوعي المعرفي لدى المرأة إن الوعي المعرفي للإنسان ليس وعياً غريزياً أو فطرياً، بل يُعد الوعي المعرفي بأشكاله كافة عبارة عن إكتساب يتكون عن طريق المشاهدة و التعلم، أي إمكانية توليد الوعي المعرفي عن طريق العادات والميول المكتسبة تجاه فعل معين ومن البيئة المعرفية المحيطة بالمرأة، وما يميز الوعي المعرفي، إمكانية نقله من جيل إلى آخر، فالإنسان يستطيع أن يكون وعياً معرفياً تجاه موضوع معين، ومن ثم يقوم بنقل ما تعلمه إلى الجيل الانساني الذي يليه عن طريق أرشفة معلوماته على شكل كتاب أو حوار في برنامج تلفزيوني أو حلقة على منصة اليوتيوب أو وثيقة الكترونية على شبكة الويب وغيره من مصادر حفظ المعلومات و نقلها للأجيال القادمة. (عبد الرحمن محمدي و زبيدة مختار، ٢٠١٩، صفحة ٣٨) فضلاً عن التنوع حيث يختلف الوعي المعرفي من فرد إلى آخر باختلاف إمكانية بحثه و تطويره لذاته المعلوماتية، فالوعي المعرفي للاطفال يختلف عن الوعي المعرفي لدى الشباب و كبار السن و الوعي المعرفي للمرأة يختلف عن ما هو لدى الرجل، النسبية حيث يتميز بالتغير النسبي و عدم الثبات المطلق، فوعي الانسان بصورة عامة غير ثابت، فكما يولد و يتطور، فالوعي المعرفي أيضاً معرض للضعف ثم النسيان نتيجة لعدم استخدام المعلومات المعرفية لفته من الزمن، كذلك قابلية الوعي المعرفي على التطور و التجديد بحسب تطور الوسائل و مصادر المعلومات و الآلية التي يتم فيها ارسال الرسائل المعرفية للجمهور بصورة عامة و المرأة بصورة خاصة. (القوس س.، ٢٠١٨، الصفحات ٨-٩)

أهمية الوعي المعرفي لدى المرأة تتجلى أهمية الوعي المعرفي للمجتمع بقدرة افراده على الفهم المتكامل و الصحيح للأمور أو الفهم التجريبي لها عن طريق تحليل الجوانب المختلفة للقضية أو الموضوع، إذ يكسب الوعي المعرفي أفراد المجتمع الشخصية القوية، و نمط التفكير المتنوع، بخلاف عديم الوعي المعرفي أو ضعيفه فإن صاحبه لا شخصية له، كذلك قدرة الفرد ذوي الوعي المعرفي الجيد على التعارف و الحوار و تبادل الأفكار و الآراء مما يساعد على حل كثير من المشكلات الحياتية. (عمر ع.، صفحة ٥٩) فضلاً عن دور الوعي المعرفي في التحكم بنوعية أفكار الأفراد و تصرفاتهم و علاقتهم الاجتماعية، ومهاراتهم و تطلعاتهم، لذا يجب أن يُحكم المجتمع بواسطة وعيه و معرفته لا

القوة أو السلطة المفروضة عليه، وفي عصرنا الحاضر أخذت منابع القوة المتحكمة تحول مجاريها نحو مجرى الوعي المعرفي والعلم، بمعنى أن القوة العاشمة لم يعد بإمكانها أن تحقق ذات النتائج الواضحة والمقبولة التي يحققها الوعي المعرفي، وأصبح الوعي المصدر الرئيس للمال والثروات العظيمة عن طريق التقدم بالوعي المعرفي، وتطبيقاته المذهلة. (بكار، ٢٠٠٠، الصفحات ٥٥-٥٦) كذلك للوعي المعرفي أهمية كبيرة في تعزيز الدعم الاجتماعي، ومن ثمَّ الارتقاء بالفكر والروح المعنوية للفرد المتلقي بصورة عامة ولأسيما المرأة في المجتمع، كما يعد زيادة تنمية الوعي المعرفي من الاستراتيجيات الوقائية ومن أهم الطرق للتدخل في الأزمات، وتتيح للمرأة القدرة على التفكير ومن ثم تحديد القرارات المناسبة و الأكثر ايجابية لكل قضية والمشكلات التي تواجهها (حسين، ٢٠١٧، صفحة ٢٢)، وللوعي المعرفي دور بارز في نمو المجتمعات و تطورها الذي ينبع في الأساس من تطور الفرد، إذ يُسهم في نجاح الفرد و تطوره، و مساعدة الافراد في تحقيق ذواتهم، و اكتشاف ما يدور حوله و تسخير ما ينفعه لخدمته، لاسيما دور الوعي المعرفي في اكساب افراد المجتمع المهارات الجديدة، سواء في مجال الصحة، أو السياسة أو العلوم الدنيوية و الدينية. (عرفات، ٢٠٢٠)

التلفزيون وتعزيز الوعي المعرفي للتلفزيون دور بالغ الأهمية في نشر المعلومات المعرفية العامة و السليمة والتي تُعد من أهم العناصر التي يجب اخذها بالاعتبار عند تقديم برامج التلفزيون و لاسيما البرامج الحوارية الصباحية لكثرة تعرض النساء لها و لاسيما ربوات البيوت وحتى الشباب، كذلك للتلفزيون أهمية في نشر السلوكيات المختلفة و تعديلها سواء على نطاق المعرفة الصحية، أو المجتمعية، أو حتى السلوكية، حيث يحتاج التلفزيون إلى برامج متخصصة ذات خطاب محدد لاختيار أساليب فعالة لإيصال المعرفة المعلوماتية إلى المرأة في مختلف المجتمعات، فضلاً عن أهمية العنصر البشري في عملية تكوين الوعي المعرفي للمرأة عبر التلفزيون، حيث إن هذا العنصر له دور فعال لتحقيق الأهداف المنشودة من قبل البرنامج الحوارية التلفزيوني الصباحي. (العلمي، ٢٠١٩، صفحة ٧٢) وينصب تأثير التلفزيون بالدرجة الاساس في الوعي المعرفي و الثقافي للمرأة بالمكونات كافة من القيم، و الاتجاهات، و الأفكار، و اسلوب التفكير و اتخاذ القرار و حتى السلوك الانساني، و بطبيعة الحال فإن تأثير التلفزيون بصورة عامة لا يحدث بطريقة فورية بل إن التلفزيون يترك آثاره على المدى البعيد، و بإعتبار إن الوعي المعرفي هو مجموعة قيم و مبادئ معرفية و طريقة تفكير فإن عملية التأثير في كل هذه المكونات و تغييرها أو إعادة بنائها أو حتى مجرد تعزيزها و تطويرها لا يكون مباشراً، بل يحتاج إلى مدة زمنية طويلة و عن طريق بيان عدم صلاحية أو ضعف المكونات للمدة الزمنية الحالية و تأكيد قيم أخرى حديثة وبيان ايجابياتها، فالتلفزيون كوسيلة إعلامية ذات فاعلية أكثر من غيرها يمكن أن يصبح عنصراً تكوينياً و يخلق اتجاهات جديدة، و دوره في تعزيز الوعي المعرفي و تطويره يكون اكثر فاعلية من دوره في تغيير الوعي بأكمله عن طريق المضامين الحوارية التي يقدمها في برامج، لذلك فإن دور التلفزيون و برامجه الحوارية في زيادة الوعي المعرفي للمرأة يكون وفق خطة مدروسة و محددة الأهداف و تنفذ خلال مراحل. (الأمير، ٢٠١٣، الصفحات ٩٥-٩٧) ويعمل التلفزيون على بناء الوعي المعرفي للمرأة و تعزيزه عن طريق عدة أساليب منها تغيير بعض المواقف و الاتجاهات، فإن موقف الانسان هو الذي على أساسه يبني حكمه على الاشخاص و المسائل التي يتعرض لها، فعن طريق المضامين و الحوارات المتتالية في البرنامج الصباحي قد تتغير المواقف سلبيًا أو ايجابيًا، رفضًا أو قبولًا، بناءً على المعلومات التي تتوافر للانسان، كذلك يؤثر التلفزيون في التكوين المعرفي لدى المرأة عن طريق عملية التعرض الطويلة لمضامين البرامج الحوارية الصباحية كمصدر للترفيه و المعرفة، ايضًا للتلفزيون دور في عملية التنشئة الاجتماعية، حيث إن كل ما نسمعه أو نراه أو نقرأه لا يخلو من هدف، أي مشحون بالقيم و الأفكار، فعند عرض برنامج حوارية صباحي يتناول موضوع تعدد الزوجات بطريقة سواء ايجابية أو سلبية، فسوف تتكون مجموعة مواقف أو اتجاهات و ردود افعالها كامنه تتسلل إلى داخل عقل المرأة بطريقة لاشعورية تجاه موضوع تعدد الزوجات، وعن طريق الاستثارة العاطفية يمكن للتلفزيون بناء وعي معرفي لدى المرأة تجاه قض معينة مطروحة للنقاش ضمن البرنامج الحوارية، أو تجاه موقف ضيف من ضيوف البرنامج الحوارية و يحمل فكرة معينة. (تأثير التلفاز على المجتمع، ٢٠٠٧)

دور التلفزيون في دعم ثقافة المرأة العراقية إن التلفزيون وبرامجه الحوارية يُعدان وسيلتين تدعم ثقافة المرأة و وعيها، وتعملان على نشرها و تعميمها، فهو أداة تعمل على تزويد المرأة بالمعلومات و الحقائق الخاصة بمختلف القضايا الاجتماعية، منها: الدينية و الثقافية و السياسية و الاقتصادية معتمدة في ذلك على الرموز و الألفاظ الحوارية و الأصوات و الصور كقنوات لتمير محتوى معين يتماشى و ثقافة المجتمع الذي تعيش داخله المرأة، فهو إذن وسيلة ناقلة و معززة للوعي المعرفي و الثقافي بين الأجيال و بطريقة ترفيهية تثقيفية (فرحات، ٢٠١٦)، وهناك ثلاثة آثار متكونة لدى المرأة كنتيجة للتعرض للبرامج الحوارية في القنوات الفضائية:-

١. التأثير المعرفي: يقصد به هو الاثر الناتج عن تعرض المرأة للمضامين الحوارية الصباحية والتي بدورها تعمل على إزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات و المعرفة الكافية و الضرورية والتي تشعر المرأة بالحاجة إلى معرفتها. (العنزي، ٢٠١٤، صفحة ١٦)
- وأيضا التأثير في إدراك المرأة للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا المعروضة في البرنامج الحواري، وقد يصل بالتأثيرات المعرفية للتلفزيون إلى القيم و المعتقدات بعدهما من مكونات الوعي المعرفي. (إسماعيل د.، ٢٠٠٣، صفحة ٢٨٠)
٢. التأثير الوجداني: يستخدم التلفزيون مشاعر المرأة لإحداث الآثار العاطفية بالأشكال الآتية:
 - ١- الفتر العاطفي نتيجة التعرض بصورة مستمرة لقضايا معينة كمشاهد العنف في الشارع أو العنف الأسري، أو السلبية المبالغ فيها تجاه قدرة المرأة على ابداء الرأي داخل المجتمع، فقد يتكون شعور بالتبدل واللامبالاة.
 - ٢- الخوف و القلق عند تعرض المرأة لمضامين حوارية مثلاً قضايا العنف ضد المرأة، فتثار مشاعر الخوف و الرعب لديها من أن تكون ضحية في مثل هذا النوع من القضايا.
 - ٣- الدعم المعنوي إذ يقوم التلفزيون برفع الروح المعنوية عن طريق التعبير عن ثقافة المرأة و انتماءاتها العرقية و الدينية و السياسية و رفع الروح المعنوية و لاسيما في مجال الجمال عن طريق عرض المضامين الخاصة بالأزياء و الموضة و الاكسسوارات وما إلى ذلك. (محسن جلوب الكناني و أحمد مهدي الدجيلي، ٢٠١٧، صفحة ٧٦)
٣. التأثير السلوكي: ويشمل ذلك التأثير في مجالات مثل التنشئة الاجتماعية و الضبط الاجتماعي، مما يؤدي إلى تكوين أنماط سلوكية و ردود أفعال تجاه موضوعات معينة داخل المجتمع، ويعد هذا العامل من اهم حقول التأثير التي تتعرض لها المرأة عن طريق البرامج التلفزيونية الحوارية. (محسن، ٢٠١٢، صفحة ١٣) التأثير التراكمي للتلفزيون في بناء ثقافة الوعي المعرفي يُعد التلفزيون من الوسائل الإعلامية التي تمتاز بكونها وسيلة ذات تأثير كامن و تراكمي يستمر مدة في نفس المشاهد نتيجة لتكرار البرامج وهو ما اصبح ميسوراً بصورة محققة، فالمحطات التلفزيونية تقدم الفكرة نفسها ولكن بتنوع بسيط، فيتكون ما يعرف بالتأثير التراكمي للتلفزيون، إذ يكون على شكل سلسلة من الترسبات الناجمة عن البرامج المتتالية، مما يجعل التأثير عميقاً و قوياً. (كجك، ١٩٩٧، صفحة ٤٢) إن الدور الذي يقوم به التلفزيون في حياتنا كبير لأنه مقرون بالصوت والصورة، علما إن المعرفة المكتسبة لدى الأفراد تأتي بنسبة (٩٨٪) عن طريق السمع والبصر، هذا الدور اتاح للتلفزيون فرصاً واسعة لأحداث التأثيرات المعرفية على فكر المتلقي. (الأمير، ٢٠١٣، صفحة ٢٠) و للتلفزيون مكانة مميزة في الحياة المعاصرة لكونه وسيلة إعلامية لها مميزات و خصائص كثيرة منها الانتشار الواسع، إضافة لما يقوم به من تقديم المتعة و الترفيه للمتلقي، وامكانية تأثيره في الجميع كون طبيعة المشاهدين تتمثل فئات المجتمع كافة من فقير و غني، و متعلم و أمي، و كبير و صغير، و أصبح وسيلة مهمة للتوجيه و تزويد الافراد بالخبرات و المهارات و القيم الإنسانية و نقل الثقافة إلى المجتمع ككل، وهو وسيلة لبناء وعي معرفي متكامل، و إن كل ما يبثه له تأثير معرفي معين سواء كان هذا التأثير ايجابياً ام سلبياً، فلم يعد التلفزيون وسيلة للترفيه وقضاء الوقت فقط، فاليوم التلفزيون وسيلة لا غنى عنها تستخدم لإيصال ما نريد إيصاله للجماهير ذات المعرفة المحدودة أو شبه المنعدمة، فالتلفزيون من اكثر الادوات المعرفية فاعلية (مسلماني، ٢٠١٦، الصفحات ٥-٦)، فهو يعطي صورة كاملة للأحداث أي أنه يُعطي فرصة إنتقال الحدث إلى المشاهد وليس العكس (الضيع، ٢٠١١، صفحة ١٠)، وبعد الثورة الهائلة التي حققتها وسائل الاعلام والاتصالات، أصبح للتلفزيون تأثير قوي على المجتمع ككل، فقد تمثلت أهمية التلفزيون بقدرته على التحكم بمستوى الادراك المعرفي للشعوب وتحسين أداء الأفراد و اكسابهم الثقافة و المعرفة المرغوبة، فضلاً عن قدرة التلفزيون على العمل مع باقي المؤسسات المجتمعية في عملية بناء الوعي المعرفي للأفراد، كما أن المضمون المعلوماتي للتلفزيون يعنى بتنشئة العقول تنشئة منسقة مع اهداف المجتمع و مثله و قيمه، حيث تنتقل المعارف و القيم و المعايير و التقاليد من جيل إلى آخر و التعريف بها يجسد الهدف التعليمي و التثقيفي للتلفزيون، وايضاً تتجلى أهمية التلفزيون كونه يمتلك قدرة فريدة على توصيل الأفكار و الرسائل المعرفية عن طريق الاستخدام التقني المتطور للصورة و الصوت، وقد تجلت هذه القدرة التأثيرية في إسهامه مع التنظيمات الاجتماعية الاساسية كالاسرة و المدرسة في بناء الوعي المعرفي للمجتمع و التقدم به نحو الافضل، فضلاً عن إسهام التلفزيون بمضمونه كاملاً في توجيه مظاهر السلوك الانساني، فهو يُعد من أهم القنوات الفكرية و الثقافية لما له من تأثير مباشر و واضح و مهم في بلورة الفكر المجتمعي و توحيد اتجاه أفراد المجتمع. (الأمير، ٢٠١٣، الصفحات ٧٨-٧٦)

- ابراهيم الخلوف المكاوي. (٢٠٠٧). ادارة المعرفة. عمان: دار الوراق للنشر.
- أحمد مختار عمر. (٢٠٠٨). معجم اللغة العربية المعاصرة. القاهرة: عالم الكتب.
- أحمد يحيى حسن. (١١، ٢٠٢٠). مستوى الوعي المعرفي بمخاطر المخدرات الرقمية لدى طلبة الدراسات العليا (بحث منشور). بغداد: كلية الاداب / جامعة تكريت.
- أديب خضور. (٢٠٠٢). الحديث التلفزيوني. دمشق: المكتبة الإعلامية.
- أمين شراد سلمان. (٢٠٢٠). دور البرامج الصباحية التلفزيونية في إشاعة الثقافة الصحية لدى الجمهور (بحث دبلوم عالي). بغداد:
- أهمية الحوار في المجتمع . (١٠، ٢٠١٧). تم الاسترداد من الإعلامي : <http://www.themediamagazine.com/ArticleDetail.aspx?id=8239>
- ايات عرفات. (٦، ٢٠٢٠). ما هي المعرفة وما أهميتها في حياة الفرد و المجتمع. تم الاسترداد من مجلة معرفة: <https://www.ma3reefa.com>
- اية ياسر نجار. (٦، ٤، ٢٠١٧). مفهوم الوعي الثقافي. تم الاسترداد من موضوع: https://mawdoo3.com/%D9%85%D9%81%D9%87%D9%88%D9%85_%D8%A7%D9%84%D9%88%D8%A7%D9%84%D8%AB%D9%82%D8%A7%D9%81%D9%8A%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%A7%D9%84%D9%89-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9
- ٢٩-١-٢٠٢١
- تأثير التلفاز على المجتمع. (٨، ١١، ٢٠٠٧). تم الاسترداد من مداد: <http://midad.com/article/209393/%D8%AA%D8%A3%D8%AB%D9%8A%D8%B1-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%84%D9%81%D8%A7%D8%B2-%D8%B9%D9%84%D9%89-%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%AC%D8%AA%D9%85%D8%B9>
- جبران مسعود. (١٩٩٢). معجم الرائد. بيروت: دار العالم للملايين.
- جواد علي مسلماني. (٢٠١٦). البرامج التلفزيونية و الدور الثقافي للقنوات الفضائية. عمان: دار امجد للنشر و التوزيع.
- حارث صاحب محسن. (٢٠١٢). دور التلفزيون في سلوك الأطفال (بحث منشور الكترونياً). كوفة: المعهد التقني تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١-١-٣١.
- دحام علي حسين العبيدي. (٢٠١٥). دور البرامج الحوارية التلفزيونية في تشكيل الوعي السياسي لدى طلبة جامعة ديالى (بحث منشور). ديالى: مجلة الباحث الإعلامي.
- ربيع شعبان حسن حسين. (٢٠١٧). برنامج تدريبي قائم على المدخل المعرفي السلوكي في تنمية الوعي المعرفي لآباء التلاميذ ذوي اضطراب العناد المتحدي وأثره على خفض الاضطراب لأبنائهم (بحث منشور). مصر: مجلة كلية التربية جامعته الازهر.
- رفعت عارف الضبع. (٢٠١١). التلفزيون النوعي. القاهرة: دار الفجر للنشر و التوزيع.
- سعد سلمان المشهداني. (٢٠١٧). مناهج البحث الإعلامي. العراق: دار الكتاب الجامعي.
- سعود بن سهل القوس. (٢٠١٨). دور وسائل التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي الاجتماعي (بحث منشور). مصر: مجلة جامعة الفيوم للعلوم و التربية و النفسية.
- شذى عبد الباقي محمد و مصطفى محمد عيسى. (٢٠١١). اتجاهات حديثة في علم النفس المعرفي. عمان: دار المسيرة للنشر و التوزيع.
- شيرلي بياجي. (١٩٨٦). المقابلة الصحفية.. فن . القاهرة: الجمعية المصرية لنشر المعرفة و الثقافة العالمية.
- صلاح الدين الكبيسي. (٢٠٠٥). إدارة المعرفة. بغداد: جامعة بغداد.
- عبد الرحمن محمدي و زبيدة مختار. (٢٠١٩). دور الصحافة الإلكترونية في تنمية الوعي الثقافي لدى الطالب الجامعي (رسالة ماجستير منشورة). جزائر: جامعة أحمد دراية / كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية و العلوم الإسلامية.
- عبد القادر الشخلي. (٢٠١١). هندسة الحوار. الرياض: مركز الملك عبد العزيز للحوار الوطني.

- عبد الكريم بكار. (٢٠٠٠). تجديد الوعي. دمشق: دار القلم.
- عبد الله حميد العنزي. (٢٠١٤). دور وسائل الاعلام المحلية الكويتية في تعزيز الثقافة السياسية لدى الشباب الكويتي (رسالة ماجستير منشورة). عمان: جامعة الشرق الاوسط.
- عبد الله محمد زلطة. (٢٠٠٥). الكتابة للراديو و التلفزيون. القاهرة: دار الفكر العربي.
- علاء نجاح نوري السرمد. (٢٠١٤). الاعتماد على الاذاعات الدولية الموجهة ودوره في بناء المعرفة السياسية لدى الاعلاميين العراقيين (أطروحة دكتوراه غير منشورة). بغداد: جامعة بغداد كلية الاعلام.
- عمر صالح بن عمر. مفهوم الوعي و التوعية واهميتها (ندوة منشورة). تم الاسترداد من <http://www.abgadi.net/pdfs/pmepjiwg.pdf> تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١-١-٢٩
- لبنى محمد فتوح السيد. (٢٠١٥). الروافد الرئيسية في تشكيل الوعي الاجتماعي. مصر: مجلة كلية التربية ، جامعة عين شمس.
- مجدي عبد الله شرارة. (٢٠١٦). الحوار الاجتماعي كأداة لتعزيز التنمية الاقتصادية و الإجتماعية. مصر: مؤسسة فريديش إيبرت.
- محسن جلوب الكنانى و أحمد مهدي الدجيلي. (٢٠١٧). التلفزيون و تعزيز الوعي الصحي. عمان: دار امجد للنشر و التوزيع.
- محمد شقير. (١٩٩٦). نظرية المعرفة عند صدر المتألهين الشيرازي (رسالة ماجستير منشورة). لبنان: دار الهادي للطباعة و النشر
- محمود حسن إسماعيل. (٢٠٠٣). مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير. مصر: الدار العالمية للنشر و التوزيع.
- مروان محمد كجك. (١٩٩٧). آثار الفيديو و التلفزيون على الفرد و المجتمع. الرياض: مكتبة الكوثر للنشر و التوزيع.
- منى إبراهيم اللبودي. (٢٠٠٣). الحوار فنياته و استراتيجياته و اساليب تعليمه. القاهرة: مكتبة وهبة.
- نادية فرحات. (٢٠١٦). التلفزيون و تأثيره على القيم الاجتماعية (مقال منشور). مجلة دراسات في التنمية و المجتمع / جامعة حسيبة بن بو علي تم الاطلاع عليه بتاريخ ٢٠٢١-١-٣١.
- نسيبة العلمي. (٢٠١٩). دور التلفزيون في نشر الوعي الصحي (رسالة ماجستير منشورة). الجزائر: جامعة العربي بن مهيدي.
- وعد ابراهيم الأمير. (٢٠١٣). دور التلفزيون في قيم الاسرة. عمان: دار غيداء للنشر و التوزيع.
- ويكيبيديا. (٢٠٢٠, ١٢ ٢٢). المعرفة. تم الاسترداد من ويكيبيديا الموسوعة الحرة: <https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B9%D8%B1%D9%81%D8%A9>