

## دور التربية الإعلامية في تكريس الاتجاه نحو الهوية المعرفية في المجتمع الجزائري

### The Role of Media Education in Dedicating the Trend Towards Knowledge Identity in Algerian Society

|                                       |                  |  |
|---------------------------------------|------------------|--|
| جامعة محمد لمين دباغين سطيف2- الجزائر | الإعلام والاتصال | د. كريمة فلاحي<br>Dr. Karima Fellahi<br><a href="mailto:karimafellahi@yahoo.fr">karimafellahi@yahoo.fr</a> |
| جامعة محمد لمين دباغين سطيف2- الجزائر | الإعلام والاتصال | د. السعيد رشيد<br>Dr.Said Rechidi<br><a href="mailto:saidrechidi@yahoo.fr">saidrechidi@yahoo.fr</a>        |
| DOI:                                  |                  |  |

الإرسال: 2020/04/10 القبول: 2020/05/29 النشر: 2020/07/15

#### ملخص

تهدف هذه الورقة العلمية إلى إبراز دور التربية الإعلامية في تكريس الاتجاه نحو الهوية المعرفية في المجتمع الجزائري انطلاقاً أولاً من إبراز محددات الهوية المعرفية، وثانياً التطرق إلى التحولات في مدلول التربية الإعلامية من "مشروع دفاع" يهدف إلى الحماية فقط، من خلال التعرف بمهارات التعامل مع كل وسائل الإعلام الاتصالي، إلى التعرف بمصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي يرد، ويشمل التحليل النقدي للمواد الإعلامية، وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها. إلى "مشروع تمكين" يهدف إلى تمكين أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكّنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين. إلى فهم الجمهور لألية عمل الإعلام، والكيفية التي يؤثر بها على حياتنا. وخلصت إلى أن التربية الإعلامية تتوقف على طبيعة العلاقة بينها وبين النظامين السياسي والاجتماعي السائدين في المجتمع. وأنها تتحرك وفقاً لإيديولوجية هذا المجتمع، ومن ثم فهي متغيرة ومتجددة باعتبار أن إيديولوجية المجتمع هي مفهوم متغير، بمعنى أنها تتحدد وفقاً للتيارات الفكرية والثقافية والاتجاهات السياسية والثقافية السائدة في المجتمع.

**الكلمات المفتاحية:** الدور: التربية: الإعلام: الهوية: المجتمع.

## Abstract

This scientific paper aims to highlight the role of media education in devoting the trend towards cognitive identity in Algerian society, first by highlighting the determinants of cognitive identity, and secondly, to address the transformations in the meaning of media education from a "defense project" that aims to protect only, by introducing skills to deal with all communication media, to introduce the sources of media content, its political, social, commercial and cultural goals and the context in which it appears, and includes critical analysis of media materials, the production of these materials and the interpretation of media messages and the values they contain. To "Empowerment Project" aims to enable community members to gain an understanding of the communication media that is used in their community, and the way in which these methods operate, and then enable them to acquire skills in using the media to understand with others. To the public's understanding of how the media works, and how it affects our lives.

She concluded that media education depends on the nature of the relationship between it and the prevailing political and social systems in society. And it moves according to the ideology of this society, and therefore it is changing and renewed considering that the ideology of society is a changing concept, in the sense that it is determined according to the intellectual and cultural currents and political and cultural trends prevailing in society.

**Keywords:** role; education; media; identity; society.

## مقدمة

عالم الإعلام اليوم، هو عالم بلا دولة، وبلا أمة، وبلا وطن، لأن الحكومات فقدت السيطرة على فضائها الجوي، وأصبح الفضاء اللامحدود هو المكان الذي تتحرك فيه العولمة الإعلامية، وإذا نظرنا إلى الإعلام في ضوء العولمة، نجد أنه لا يشكل نظاما دوليا متوازنا لأن كل مدخلاته ومراكز تشغيله وآليات التحكم فيه تأتي من شمال الكرة الأرضية.

فلم يعد هناك من شك في ما لوسائل الإعلام والاتصال، من بالغ الأثر في تشكيل الآراء، والاتجاهات وتوجيهها الوجهة المبتغاة من لدن القائمين على الوسائل تلك، وفي التأثير في الأذواق والمعايير، وتنمية الإدراك، فالوسائل هذه تقوم، اليوم، بما كانت تهض به مؤسسات التنشئة الاجتماعية والثقافية من أسرومدارس وروابط أهلية (مدنية ودينية) في ما مضى. وأصبحت وسائل الإعلام تمارس دورا جوهريا في إثارة اهتمام الجمهور بالقضايا والمشكلات المطروحة، حيث تعد وسائل الإعلام مصدرا رئيسيا يلجأ إليه الجمهور في استيفاء معلوماته عن كافة القضايا السياسية،

والثقافية، والاجتماعية بسبب فاعليته الاجتماعية وانتشاره الواسع فهو -الإعلام- بقدرته على الحراك ومخاطبة القسم الأكبر من التكوين المجتمعي، يمتلك الإمكانية على التأثير الذي لا يأخذ صورة مباشرة وإنما يقوم بتشكيل الوعي الاجتماعي بصورة غير مباشرة وبوتيرة متسارعة غير ملحوظة دون مقدمات.

ومما زاد الطين بلة هو أن الإعلام وتكنولوجياته هو وسيلة مؤثرة وسلاح ماض لإعادة صنع الرأي العام والتأثير فيه بوسائل حديثة وعلمية وفاعلة، تمر من تحت جسورها الكثير من الأفكار والآراء التي تفعل فعلها في الأخر على صعيد سياسي أو اجتماعي أو ثقافي أو نفسي أو قانوني، وفي نمط الحياة والسلوك والاختيار.

ولذلك حرصت شعوب العالم منذ بداية البشرية حتى هذا اليوم إلى المحافظة على تميزها وتفردتها اجتماعيا، وقوميا، وثقافيا، لذلك اهتمت بأن يكون لها هوية تساعد في الإعلاء من شأن الأفراد في المجتمعات، وساهم وجود الهوية في زيادة الوعي بالذات الثقافية والاجتماعية، مما ساهم في تميز الشعوب عن بعضهم بعضا، فالهوية جزء لا يتجزأ من نشأة الأفراد منذ ولادتهم حتى رحيلهم عن الحياة. ساهم وجود فكرة الهوية في التعبير عن مجموعة من السمات الخاصة بشخصيات الأفراد؛ لأن الهوية تضيف للفرد الخصوصية والذاتية، كما إنها تعتبر الصورة التي تعكس ثقافته، ولغته، وعقيدته، وحضارته، وتاريخه، وأيضا تساهم في بناء جسور من التواصل بين كافة الأفراد سواء داخل مجتمعاتهم، أو مع المجتمعات المختلفة عنهم اختلافا جزئيا معتمدا على اختلاف اللغة، أو الثقافة، أو الفكر، أو اختلافا كليا في كافة المجالات دون استثناء.

ومن هذا المنطلق فقد ازداد جدل وصراع الهويات، في زمن العولمة، وخصوصا بعد انتهاء الحرب الباردة وهيمنة لاعب أساسي في العلاقات الدولية، وبعدها موجة الإرهاب، ثم الأزمات المالية الدولية الخانقة وتداعياتها خاصة في المنطقة العربية والخليج بالخصوص – أزمة قطر مع دول الخليج -، تفكك أوصال الاتحاد الأوروبي، ومطالبة العديد من أقاليمه بالاستقلال – أزمة كاتالونيا-،... وغيرها.

ولهذا يشغل موضوع التربية الإعلامية والهوية حيزا غير قليل في الثقافة والفكر وفي دراسات علوم الإعلام والاتصال وعلم الاجتماع، وخصوصا في ظل الجدل الذي ارتفعت وتيرته منذ ما يزيد على ربع قرن تقريبا، سواء على المستوى الوطني أو الدولي، في إطار مجتمعات متعددة التكوينات والهويات أو في إطار احتدامات لمصالح دولية وإقليمية.

وكشفت الدراسات العلمية عن أهمية التربية الإعلامية في المجتمعات العربية الإسلامية بعدما هيمنت وسائل الإعلام على الساحة الدولية، وأصبحت تشكل خطورة كبيرة على الجمهور المتلقي، وبعد أن أصبح المتلقي ضحية لكل ما يقدم له دون أن يميز بين ما يضره وما ينفعه في عصر ثورة العلم والمعرفة التي نعيشها بفضل التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال لا سيما الإعلام الفضائي لما يتمتع به من سعة في الانتشار وقوة في التأثير تزايد لدى الجماهير يوما بعد يوم. (الحمداني، 2015، ص.112) حيث تؤدي التربية الإعلامية إلى تكريس الوعي الإعلامي، ومن ثم التضييق على التضليل وتزييف الوعي، كما تسهم في وصول الأفراد إلى المهارات والخبرات التي يحتاجونها لفهم الكيفية التي يشكل الإعلام إدراكهم لها.

وهو الأمر الذي يطلب اليوم، في الجزائر على نحو شديد، وأكثر من أي وقت مضى، وخصوصا بارتفاع رصيد الهويات الفرعية على حساب الهوية الوطنية العامة، بمختلف مكوناتها المعرفية والعاطفية والسلوكية.

#### وسائل الإعلام واستخداماتها في المجتمع

بادئ ذي بدا يمكن تعريف الإعلام بأنه هو التعبير الموضوعي عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، لذا فعليه أن يكون صادقا ومجرد من الميول والأهواء غير متحيز، قائم على أساس التجربة الصادقة متماشيا مع الجمهور الذي يتوجه إليه. (الصيرفي، 2009، ص.10) وهو يهدف تزويد الناس بالأخبار والمعلومات والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات. (الفار، 2014، ص.28)

ومن المعلوم أن الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة أصبحت الموجه الأكبر، والسلطة المؤثرة في القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات في مختلف الجوانب، اقتصاديا

وثقافيا واجتماعيا، ويجب التسليم بحقيقة الاعتراف بأن وسائل الإعلام هي بحد ذاتها شكل من أشكال التعليم، وبخاصة في المجتمعات المعاصرة والتي تتفاعل في حياتها اليومية مع ثقافة الإعلام المتجدد.

ولهذا نحن نميل إلى التفكير في تكنولوجيات وسائل الإعلام الجديدة التي تتطور الآن بسرعة كبيرة من حيث وظائفها الأساسية، والتي تنطوي على الترفيه أو التواصل. إن تأثير التكنولوجيات الجديدة في هذه الحقول لا يصدق. ولكن هذه التقنيات الجديدة لها أيضا آثار اجتماعية واقتصادية وثقافية وسياسية. (أسا بيرغر، 2012، ص.123) حيث تقوم وسائل الإعلام بدور مهم وجوهري في المجتمع، ويحصل الفرد على المعلومات والآراء والمواقف من وسائل الإعلام وتساعد في تكوين مفاهيم واضحة للظواهر والأحداث، وتقوم وسائل الإعلام بتقديم المعلومات والمواقف الرسمية وغير الرسمية عن كافة القضايا المعاشة من خلال توجيه المعلومات وفقا لسياستها الإعلامية والأيديولوجية التي تحكمها. (المشهداني، 2011، ص.97)

ومن ثم فنحن نستخدم وسائل الإعلام لأغراض عديدة، وإن كانت تختلف من شخص إلى آخر، فنحن نستخدمها للحصول على المعلومات، كما نستخدمها لفهم العالم من حولنا، ولتوجيه السلوك اليومي (السلوك الشرائي مثلا)، والى فهم الذات، كما نستخدم في تسهيل التفاعل الاجتماعي، إذ تزودنا بالأشياء التي نتحدث عنها ونمارسها، وتزودنا بأرضية مشتركة للحوار والمناقشات، كما هي عند البعض بديل للتفاعل الاجتماعي، فهي تمثل لهم صداقة بديلة أو تفاعل بديل، بالإضافة إلى ذلك فهي تساعد البعض منا على التحرر العاطفي أو التسلية والترفيه، باعتبار أن البعض يستخدم وسائل الإعلام لإطلاق العنان للانفعالات والمشاعر والعواطف والأحاسيس، لتحقيق المتعة والاسترخاء والتنفيس، والتخلص من الملل والعزلة، والبحث عن التغيير، وتناسي الهموم والمشكلات. (الشميمري، 2010، ص ص.39-40)

ومن هذا المنطلق نستطيع تسمية عصرنا الراهن بعصر المؤثرات الإعلامية، ذلك لأن الإعلام وبفضل التقنية الرقمية والانترنت، أصبح سمة من سمات العصر الحالي، والمتحكم الأقوى في العقول والعواطف، فالتطور الهائل في التقنيات الخاصة المتعلقة بالإعلام، وإفراز ما يسمى الإعلام المتعدد أدى إلى توفير عدد كبير من المصادر الإعلامية

كالصحف، والمجلات والكتب، والبحوث، والمراجع، وصولا إلى القنوات الفضائية. والاهم من ذلك توافر البنى التحتية من خلال وسائل الاتصال الحديثة متمثلة بالفايبرات الضوئية، والكابلات، والانترنت، وغيرها التي تتيح تداول هذه المعلومات بيسر وكلفة زهيدة ساعدت على انتشار المعلومات وتداولها على مستوى كوني. (هزوان، 2012، ص.13)

### الإعلام وتشكيل الوعي الاجتماعي

يتجه البعض إلى القول بأن الدور الذي يقوم به الإعلام، يتوقف على طبيعة العلاقة بينه وبين النظامين السياسي والاجتماعي السائدين في أي بلد. (عبد المعطي، 1979، ص.9-11) وإلى جانب ذلك تتحرك العملية الإعلامية من خلال إيديولوجية المجتمع، ولهذا يجب أن نضع دائما نصب أعيننا أن وسائل الإعلام تنقل النصوص، ويجب ألا نهمل جوانب من هذه النصوص بسبب انبهارنا بالأمور الاجتماعية أو السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية المتصلة بوسائل الإعلام. ويجب أن نتذكر أيضا أن وسائل الإعلام تؤثر في النصوص التي تنقلها. (أسا بيرغر، 2012، ص.10)

ويجب علينا أن نأخذ في الاعتبار أن وسائل الإعلام (كلمة وسائل Media هي صيغة الجمع لمصطلح وسيلة Medium)، هي جزء من المجتمع. وسائل الإعلام هي واحدة من العديد من المؤسسات المختلفة التي توجد ضمن مؤسسات المجتمع. تعمل وسائل الإعلام على الترفيه عنا، وتسهم في التنشئة الاجتماعية، وتعلمنا، وثقافتنا، وهي تبيعنا الأشياء (وتبيعنا كجمهور للمعلنين)، وتغرس في نفوسنا بعض المبادئ إلى جانب الكثير من الأشياء الأخرى. تساعد وسائل الإعلام في تشكيل هويتنا ومواقفنا تجاه الأقليات العرقية والإثنية، ومواقفنا بشأن التوجه الجنسي. وأود أن أشير إلى أن هناك عددا من وجهات النظر المختلفة والمتضاربة حول كيفية توصيف وسائل الإعلام وفهم الدور الذي تؤديه في المجتمع وفي حياتنا. يرى بعض العلماء أن الدور الأساسي لوسائل الإعلام هو نقل النصوص، بينما يركز آخرون على طريقة وسائل الإعلام في الوصول إلى الناس وغرس المواد في أدمغتهم واستخدامها للحصول على استجابات معينة. (أسا بيرغر، 2012، ص.23)

وعلى هذا لا يكفي رفع شعار الحفاظ على الهوية لئتم التمسك بها، فالمسألة لها علاقة باختلاف درجة الوعي والمعرفة وفهم التواصل والتفاعل مع الآخر، وبالقدر الذي تستشعر الهويات الوطنية خصوصيتها، لكنه لا ينبغي أن لا يقودها ذلك إلى الانغلاق والعزلة، مثلما لا ينبغي أن يقود الشعور بضرورة التواصلية والتفاعلية في إطار الكونية والشمولية، إلى تضييع الهوية الوطنية والخصوصية الثقافية. ومثلما ينطبق الأمر على الجماعة، فهو ينطبق على الفرد أيضا. (شعبان، 2017، ص.133)

فالعولمة ستلاحق إذا الهويات المختلفة، لفرض ثقافتها الشمولية وإملاء إرادتها لتطويع الهويات الأخرى وطمس خصوصيتها، ابتداء من محاصرتها ووصولاً إلى إلغائها. (شعبان، 2017، ص.134) فللإعلام اليوم سطوت ونفوذ في عصر ثورة الاتصال، والحق أن مكانة الإعلام تحمل في طياتها فرصا لأن يكون التأثير إيجابيا لصالح الإنسان ورفقيه، إذا أحسن توظيف الوسائل الإعلامية، كما تحمل في طياتها مخاطبة أن يكون التأثير سلبيا إذا وظفت قوى الهيمنة الإعلام لاستقلاب الهوية وتقييم القيم الهابطة.

ولهذا يلعب الإعلام دورا كبيرا في تشكيل الاتجاه باعتبار أن الاتجاه هو حالة استعداد عقلي كونته التجارب أو الظروف التي مرت بالفرد في الماضي، ويؤثر هذا الاستعداد تأثيرا توجيها على استيعاب الفرد لجميع المواقف والأشياء، ويرتبط بتأهب الفرد واستعداده لأن يتأثر بمثير ما في موقف من المواقف فيتصرف تصرفا معيناً. (الفار، 2014، ص.06) وهو استعداد كامن للاستجابة بطريقة معينة نحو قضية جدلية. وهو يعبر عن تكوين فرضي أو متغير متوسط غير ملاحظ بين المثير والاستجابة. وهو بذلك عبارة عن الأنظمة الإيجابية أو السلبية الثابتة المتضمنة تقويم الفرد لموضوع معين والمرتبطة بمشاعره وانفعالاته التي تدفعه نحوه أو تبعده عنه. ومن ثم فهو يشكل الموقف النفسي للفرد حيال إحدى القيم والمعايير. وهو حصيلة تفاعل بين عوامل عديدة فطرية ونفسية واجتماعية واقتصادية وإيديولوجية وسياسية، ولذلك عرف بأنه "الميل الذي يحو بالسلوك قريبا من بعض عوامل البيئة أو بعيدا عنها، ويضفي عليها معايير موجبة أو سالبة تبعا لانجذابه لها أو نفوره منها، أي أنه بذلك يؤكد البيئة الخارجية." (حسن، 1977، ص.382)

ويؤكد الباحثون على الأثر البالغ للاتجاهات الأولية على شخصية الفرد، التي بفضلها تتبلور اتجاهات بذاتها في كيان الفرد، وتتكون الاتجاهات الأولية في كنف الأسرة بتأثير من الوالدين والإخوة والأقارب. بحيث ينطوي الاتجاه على أهمية بالغة بالنسبة للفرد والمجتمع، فبالنسبة للأفراد فهو ينظم عمليات الانفعال والإدراك لديه حول العالم الذي يحيط به، وما يتضمنه من موضوعات اجتماعية وثقافية وسياسية، وبالتالي فالاتجاه يمد الفرد بمنظومة خاصة تساعد على اتخاذ القرارات التي تتناغم والاتجاه الذي يتبناه في المواقف المختلفة التي يجد فيها. وبالنسبة للمجتمع فالمجتمع مطالب عبر ما يمتلك من مقومات ثقافية واجتماعية لتحديد كافة القيم والمعايير التي تحفظ للمجتمع هويته، وتحدد اتجاهاته العامة من مختلف الموضوعات والقضايا الحاسمة. ويكون ذلك من خلال العمل على ثلاث مستويات للاتجاه وهي: المكون المعرفي، والمكون الوجداني، وأخيرا المكون السلوكي كما سنرى لاحقا.

#### طبيعة الهوية المعرفية، مستوياتها، مكوناتها

الهوية (بضم الهاء) ليست الهوية (بفتح الهاء) التي راج استعمالها الخاطئ للدلالة على الشخص، والتي يفيد معناها الحقيقي البئر البعيدة القعر. الهوية (بضم الهاء) من هو. فهوية الإنسان الفرد تفيد: ما هو؟ ومن هو؟ ومعناها القاموسي هو حقيقة الشيء أو الشخص التي تميزه عن غيره. (تايلر، 2014، ص.20)

والهوية فلسفيا هي حقيقة الشيء. (الجابري، 1986، ص.821) ومن هذا المنطلق فالهوية هي وعي الإنسان وإحساسه بذاته وانتمائه إلى جماعة بشرية...وهي بحسب حلیم بركات معرفتنا...بما، وأين، ونحن، ومن أين أتينا، وإلى أين نمضي، وبما نريد لأنفسنا وللآخرين، وبموقفنا في خريطة العلاقات والتناقضات والصراعات القائمة. وهي ليست معطى جاهزا ونهائيا، وإنما هي عمل يجب إكماله دائما. والتغير هو الذي يطبع الهوية وليس الثبات، والتفاعل بحكم علاقة الإنسان بالآخر، وليس الانعزال. فالهوية في بعدها الثقافي يعتبر معطى مرتبطا بالماضي والمستقبل، فإن الجانب السياسي له علاقة بالحاضر، الراهن، القائم، أما جوانب الهوية الخصوصية الثلاث فلها علاقة بالأرض والتاريخ والجغرافيا (الزمان والمكان) مثل علاقتها بالثقافة المشتركة السائدة في الأمة، وأخيرا علاقتها بالكيان القانوني لوحدة الوطن والأمة (اتحادهما في دولة مثلا). (كاندو، 2009، ص.26)



ولذلك يذهب عبد الحسين شعبان أن إشكاليات الهوية وتفرعاتها هي أعقد من ذلك بكثير، والأمر له علاقة بالأسباب السياسية والأيدولوجية والإثنية والدينية والمذهبية والاجتماعية والنفسية والثقافية وغيرها، التي تكاد تغطي أحيانا، مسببة نوعا من الالتباس. (شعبان، 2017، ص.23) وهو ما ينطبق أكثر على الهوية الوطنية التي في الكثير من الأحيان تبدو ضبابية أو ملتبسة أو يتقدم فيها ما هو طارئ وظرفي مصلي على ما هو ثابت وطويل الأمد ومبدئي. (شعبان، 2017، ص.27) ولكن هل يمكننا الحديث عن هوية ثابتة أو متكاملة أو دون تغيير، باعتبارها معطى ساكنا وسرمديا، حتى وإن كانت بعض عناصر الهوية قابلة للثبات مثل الدين واللغة؟ أم أن الهوية بوجه عام تخضع لنوع من التغيير في الفهم أولا وفي التفسير ثانيا، وحتى لو بقيت الأصول قائمة، فإن بعض عناصر الهوية مثل العادات والفنون تتطور وتكون أكثر عرضة للتغيير حذفاً أو إضافة، ولا سيما علاقتها مع الثقافات والهويات الأخرى تأصيلاً أو استعارة، وهذه لا تأتي دفعة واحدة بالطبع، بل تتم عملية التحول بصورة تدريجية تراكمية طويلة الأمد. وينطبق الأمر على تفاعل الهويات وتداخلها، خصوصا من خلال عناصر التأثير القوية سياسيا وثقافيا واقتصاديا. (شعبان، 2017، ص.14)

ولهذا رب سائل يسأل، كيف تتشكل الهوية؟ هل هي ثابتة وكاملة وبالتالي مغلقة غير قابلة للتطور أم أنها متغيرة ومتحولة ومفتوحة وقابلة للإضافة والحذف؟ واستكمالا لهذا السؤال يلوح دور الإرادة للفعل أو المعطى التاريخي الذي يقبل التطور والتراكم والتفاعل مع غيره، حيث تتمثل الهوية بعناصر معرفية ونسق معتقدات وقيم ومعايير. (أبو محمد، 2007، ص.05)

ولذلك فالهوية تحمل مضامين متعددة يمكن التعبير عنها أو تجسيدها من خلال:

المكون المعرفي: ويقصد بالمكون المعرفي هنا: مجموعة المعارف والخبرات التي يكتسبها الإنسان من مصادر متعددة، منها: المشاهدة والتجربة والأخبار المتواترة والتي تصب في نهاية الأمر في العقل ليكون تصوره وحكمه على شيء ما. (محمد نور، ونى مصطفى، 2010، ص.38) ولذلك يشير هذا المكون إلى الجوانب المعرفية التي تنطوي عليها المعتقدات Beliefs التي يعتنقها الفرد في موضوع معين. ويتوافر هذا الجانب عادة

عبر المعلومات والحقائق الواقعية المعروفة لدى الفرد عن موضوع الاتجاه، وأحيانا عبر خبراته السابقة للموضوع. ومهارات المكون المعرفي تتطلب الفهم والتفكير والمحاكمة والتقويم، قبل أن يصل الفرد إلى الاستجابة التي تظهر شعوره وشخصيته إزاء شيء معين، مع وعي تام للدوافع التي تحفزه على تلك الاستجابة. (موكيل، 2014، ص ص (26-46) ص.38)

- المكون الاجتماعي: من حيث المكانة والطبقة والوظيفة، أو عناصر الكون البيولوجي المكون من العرف أو اللون أو الجنس ومن هنا يمكن التعبير عن الهوية عن طريق الانتماء والإثنية والقبلية أو العائلة أو المولد.
- المكون الثقافي: من حيث الدين أو اللغة والعادات والتقاليد والعرف والقيم الاجتماعية المشتركة أو الملبس، وكذا الأساطير والخرافات والمعتقدات الحسية والمعنوية والرموز ووحدة المصالح والمصير والتاريخ المشترك، وهذا ما يجعل الإنسان كائن ثقافي، وكل حضارة تقدم نمطا معيناً لشخصيته وهوية نوعية وذات خصوصية معينة.
- المكون السياسي: من حيث الدولة الوطنية أو القومية ونظام الحكم وشكل الدولة ونظام الإدارة والسيطرة على جهاز إدارة الدولة، أو المواطنة والجنسية أو البناء الدستوري والقانوني فيها أو الإيديولوجية الموجهة للبناء السياسي الرئيسي والنوعي (الحكومات والتنظيمات السياسية: كالأحزاب والمجتمع المدني...). (شعبان، 2017، ص.17)

ولذلك فإن هناك ثلاث مستويات لتشكيل الهوية:

\* المستوى الأول، الفردي، فلكل فرد هويته وخصوصيته.

\* المستوى الثاني، الجماعي أو المجتمعي، وهي تمثل المشترك للجماعة الإنسانية.

\* المستوى الثالث، هو المستوى الوطني والقومي.

في كل الأحوال فإن هذه المستويات الثلاث تتحدد بنوع المواجهة، اتفقا أو اختلافا مع الآخر، ولا سيما الذي تواجهه قريبا أو بعدا. (ضيف، 2017، ص ص.444-445)

### التربية الإعلامية وتشكيل الهوية المعرفية

عرف مؤتمر التربية من أجل عصر الإعلام والتقنية الرقمية الذي انعقد سنة 1999 التربية الإعلامية بأنها: التربية التي تختص في التعامل مع كل وسائل الإعلام الاتصالي، وتشمل الكلمات والرسوم المطبوعة، والصوت والصورة المتحركة، والتي يتم تقديمها عن طريق أي نوع من أنواع التقنيات. (البدراني، 2016، ص ص (134-149)، ص.135) وعرفها مؤتمر التربية الإعلامية للشباب 2002 على أنها التعرف على مصادر المحتوى الإعلامي وأهدافه السياسية والاجتماعية والتجارية والثقافية والسياق الذي يرد، ويشمل التحليل النقدي للمواد الإعلامية، وإنتاج هذه المواد وتفسير الرسائل الإعلامية والقيم التي تحتويها. (الشميمري، 2010، ص.20) كما تعرف التربية الإعلامية على أنها هي التربية التي تمكن أفراد المجتمع من الوصول إلى فهم لوسائل الإعلام الاتصالية التي تستخدم في مجتمعهم، والطريقة التي تعمل بها هذه الوسائل، ومن ثم تمكّنهم من اكتساب المهارات في استخدام وسائل الإعلام للتفاهم مع الآخرين. (الحمداني، 2015، ص.89) وبالإضافة إلى ذلك تعرف التربية الإعلامية بأنها فهم الجمهور لألية عمل الإعلام، والكيفية التي يؤثر بها على حياتنا، وطريقة استخدام الإعلام بصورة حكيمة وإيجابية. (ضيف، 2017، ص.452)

وبالإضافة إلى ذلك فإن التربية الإعلامية تشتمل مجموعة من المجالات تتحدد في الآتي:

- 1 . القدرات والعمليات العقلية من خلال المعرفة والفهم والتذكر، والتحليل والتقييم والتركيب، لمساعدة المتعلم على فهم البيئة الإعلامية، وتحليل المضامين والحكم عليها.
  - 2 . المجال الوجداني والمشاعر والاتجاهات والذوق والقيم، وذلك بإثارة فضول المتعلم وجذب انتباهه لهذا الموضوع المهم في حياته، ومساعدته في تكوين الاتجاه الايجابي للتعامل بفاعلية مع الإعلام.
- أما المجال الثالث فيتمثل في المجال السلوكي من خلال الممارسة والإتقان والإبداع، وذلك لمساعدة المتعلم على المشاركة العملية في الإعلام عن طريق الحوار والتعبير عن الذات، وإنتاج المضامين الإعلامية وبثها. (ضيف، 2017، ص.460)

وتستند برامج التربية الإعلامية التي تقوم بإرشاد مستخدمي وسائل الإعلام (شبكات التواصل الاجتماعي) إلى كيفية التعامل معها على بعدين أساسيين: الأول، معرفي يرتبط باكتساب الفرد خلفية معرفية حول هذه الوسائل الإعلامية، أما الثاني فهو بعد تطبيقي، يتحقق من خلال قيام المختصين في إعداد برامج التربية الإعلامية بتدريب الأفراد على كيفية استخدام وسائل الإعلام والتعامل مع محتوياتها من خلال النشر والتعليق والمشاركة، وذلك عن طريق ورشات تدريبية عملية، يتمكن من خلال المستخدم من التمييز بين الايجابي والسلبي هذا من جهة، ومن جهة أخرى نقد ما يتعرض له من مواضيع في شتى المجالات. (هزوان، 2012، ص.20)

ويرى البعض أن الإعلام الجديد هو الإعلام الذي أصبح يصوغ عقول الجمهور، والناشئة منهم على وجه الخصوص، فالشباب، من الجنسين، يتعاملون اليوم مع وسائل اتصالية رقمية اليكترونية لا تخضع للإشراف أو الرقابة، وهذا ما يجعل الإعلام قوة مؤثرة على الجميع دون استثناء بحكم أن مستخدمي الانترنت من جميع فئات المجتمع وشرائحه. ويضع المفكر الفرنسي سيرج لاتوش الإعلام الجديد كجزء من شبكة العولمة التكنو-اقتصادية وثقافية التي تجتاح العالم اليوم، ليبين قدرة العولمة الهائلة على زعزعة نظام القيم، وتوليد أزمات أخلاقية في بنية المجتمع الدولي برمته. (هزوان، 2012، ص.21)

وهناك إشكالية خطيرة تتجلى في الاحتكار الذي انتقل أيضا إلى الشبكات العالمية، فمحركات البحث مثل غوغل Google وياهو Yahoo على سبيل المثال باتت تتحكم فيما ينشر من معلومات، وأخبار، وصور، وأصبحت مصدرا للمعلومات للكثير من الصحفيين دون التحقق من صدقها ومدى دقتها... لقد بات الإعلام الجديد يقدم تخمة معرفية هي اقرب إلى الترفيه والاستغلال التجاري منها إلى المعلومات، التي تفتقد أحيانا إلى نقد المعلومات وتحليلها من قبل الفرد الذي أصبح متلقيا سلبيا تحكمه آلة موجهة لتشكيل معارفه وقيمه وسلوكه. كما أصبح لمواقع (كالفيسبوك، واليوتوب) وغيرها من مواقع التواصل الاجتماعي والمنتديات قدرا من النفوذ كقوة ضغط، لها سطوتها وقدرتها على تشكيل ثقافة الشباب ومعارفهم حول العالم. (الشميمري، 2010، ص.19)

وفي هذا الاطار فقد ظهر مفهوم التربية الإعلامية في العالم في أواخر الستينات واستخدم كوسيلة تعليمية، لتحقيق منافع تربوية ملموسة، وتطور استخدامه في السبعينات كمشروع دفاع لحماية الأطفال والشباب من المخاطر التي استحدثتها وسائل الإعلام، وفي السنوات الأخيرة تطور استخدام المفهوم إذ لم يعد مشروع دفاع فحسب بل مشروع تمكين أيضا، يهدف إلى إعداد الشباب لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والتعامل معها، والمشاركة فيها بصورة فعالة ومؤثرة.(حسين الحمداني، 2015، ص.106)

ومع التطور التقني الهائل الذي طرا على وسائل الإعلام في العقود الثلاثة الأخيرة، تطور معه مفهوم التربية الذي أصبح أوسع مدى، وأكثر دلالة فيما يتصل بالسلوك وتقويمه، والنظرة إلى التربية على أنها عملية شاملة ومستدامة، وتحررها من النمط المؤسسي الرسمي، في الوقت الذي تسربت فيه بعض القيم السلبية، والعادات الدخيلة على ثقافة المجتمعات، وتحديدًا في البلاد النامية تحت غطاء حرية الإعلام.(الحمداني، 2015، ص.91)

وتتنوع القضايا التي تعنى بها التربية الإعلامية ومنها، تثقيف الجمهور بوسائل الإعلام وأنواعها وأهدافها، وتعريفه بسبل فهم الأمور وتقديرها، وسبل التعايش مع الآخرين، واستيعاب مقتضيات العصر الحديث، واليات التفاعل الايجابي مع العولمة، وتمكين الشباب من المهارات التي تعينهم على المواجهة بدلا من الخوف والاستسلام أو الانعزال والرفض والتبرير..الخ، كما تعنى التربية الإعلامية بمساعدة الجمهور على فهم حقوقه وواجباته، ومواجهة الشائعات والتضليل، ومعالجة المشكلات النفسية والثقافية والاجتماعية التي يعاني منها المجتمع كمشكلة الأمية الحضارية، والأمية التكنولوجية، علاوة على التوترات التي تنشأ بفعل الاتصال مع الآخرين، وعدم الألفة، والتحيزية والاستغراق في المحلية وغيرها.(الحمداني، 2015، ص.104)

ذلك أن جميع الرسائل الإعلامية مبنية بوساطة فرد أو هيئة، والمتلقي لا يشاهد أو يسمع ما تم رفضه من صور أو كلمات أثناء بناء الرسالة الإعلامية، وإنما يسمع أو يشاهد ما تم قبوله. وهي تحتوي على مضامين تجارية، وثقافية واجتماعية وسياسية، وتحمل قيما ورسائل أيديولوجية ووجهات نظر.(الحمداني، 2015، ص.111)

ومن ثم فإن الغرض الأساسي للتربية الإعلامية ليس فقط تكوين الوعي النقدي ولكن تكوين الحكم الذاتي المستقل بشأن الرسائل المختلفة في وسائل الإعلام بمعنى تعلم عملية تكوين الأحكام الذاتية التي تمكنه من مواجهة وسائل الإعلام طيلة حياته، كما أن التفكير النقدي في بعض المهارات يجعل الأفراد يناقشون القضايا العامة بوسائل الإعلام حتى يقوموا بردود أفعال حاسمة تجاه هذه الرسائل. (عبد الحميد، 2012، ص.118)

وإلى جانب ذلك فإن من بين أهم المعاني التي ركزت عليها التربية الإعلامية هي: الجهود التخطيطية للمؤسسات التربوية والتعليمية الرسمية وغير الرسمية، والتي تهدف إلى تمكين الأفراد من وسائل الإعلام ومنتجاتها، وممارسة حقوقهم الاتصالية عليها من خلال تنمية المعارف والمهارات الخاصة باختيار الوسائل، والتحليل الناقد للوسائل، والمشاركة الإبداعية في إنتاج الرموز والمعاني، لبناء المواطن الصالح الذي يسهم في نمو المجتمع واستقراره، وثبات النظم الاجتماعية، ودعم المعايير الثقافية والمشاركة الديمقراطية. (الشميري، 2010، ص.04)

وعلى ذلك فالتربية الإعلامية هي اتجاه عالمي جديد، يختص بتعليم أفراد الجمهور مهارة التعامل مع الإعلام، وذلك لأن الإعلام ووسائل الاتصال الحديثة أصبحت هي الموجه الأكبر، والسلطة المؤثرة، على القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات، في مختلف الجوانب، اقتصاديا وثقافيا واجتماعيا... والتربية الإعلامية ليست "مشروع دفاع" يهدف إلى الحماية فحسب، بل هي "مشروع تمكين" أيضا، يهدف إلى إعداد أفراد الجمهور لفهم الثقافة الإعلامية التي تحيط بهم، وحسن الانتقاء والاختيار منها، وتعلم كيفية التعامل معها، والمشاركة فيها، بصورة فعالة ومؤثرة. (لببض، 2009، ص.215)

وعن التربية الإعلامية وبناء الهوية المعرفية فإن الملاحظ بادئ ذي بدء أن بناء الهوية هي فكرة مستمدة من علم الاجتماع والأنثروبولوجيا الغربيين. فهوية الإنسان تتحدد وفق أطر التنشئة التقليدية، ويحددها العائلة واللغة والمهنة والدين. وهي مستويات من الهوية تبرز عندما تتعرض للاعتداء أو محاولة القضاء عليها. إن الهوية الجماعية، خاصة في البلدان المستعمرة، تؤكد وجودها في مواجهة الاعتداءات

والغزوات الاستعمارية. ويلاحظ ربط الهوية باللغة والدين، وهو أمر تكاد تتفق عليه مختلف الدراسات المتعلقة بالهوية الجماعية. (لبييض، 2009، ص.229)

ومن هذا المنطلق تعمل كل الدول بلا استثناء على بناء هوية خاصة بها، فلا دولة بدون هوية، ولا هوية بدون دولة. فالهوية هي نتاج للمركز السياسي الذي هو الدولة. وأن الدولة لها دور سياسي في تكوين الهوية، فهذه الأخيرة تندرج اليوم في نوع الهويات القومية التي ليس لها وجود إلا بعمل الدولة المركزية. (لبييض، 2009، ص.216)، وضمن فكرة بناء الهوية، عبر محاولة إعطائها مضامين تنسجم مع خلفيات أيديولوجية أو فكرية أو سياسية من قبل بعض النخب. وخاصة التي لها مواقع ضمن أطر الدولة، من التي تسمح لها مواقعها بتأطير القنوات الإعلامية وتوجيهها، في رسم سياسة هوياتية تنسجم مع خلفياتها الأيديولوجية والفكرية والسياسية. وكل هذا في ظل إستغلال مناخ الانفتاح الإعلامي على يد قوى سياسية، وجهوية ودينية قامت بإطلاق قنوات إعلامية لا هوية واضحة لها تسعى إلى تسويق فكر معين دون أهداف واضحة ومضامين جيدة ودون مراقبة.

ويرجع عدم قيام الوسائل الإعلامية بالدور المنوط بها في الحفاظ على الهوية المعرفية من وجهة نظرنا، إلى ظهور وسائل إعلامية تجارية تسعى لتحقيق الربح على حساب قيم وثقافة المجتمع، وضعف تشجيع الحكومات المتعاقبة في كثير من الأحيان لوسائل الإعلام التي تسعى إلى الحفاظ على الهوية المعرفية، في ظل ضعف الإمكانيات المادية لوسائل الإعلام هاته التي تسعى للدفاع عن الهوية المعرفية.

وأما عن وسائل التربية الإعلامية في بناء الهوية المعرفية فإن تعمل التربية الإعلامية تعمل على تعزيز الهوية المعرفية من خلال التركيز على المتعلم أولاً:

أ - تعزيز الدافعية للتعلم: تتمتع التربية الإعلامية بخصائص تعزز الدافعية للتعلم، وذلك بسبب خصوصية موضوعها ومجالها، فهي تبحث في شيء محسوس يتصل مباشرة بحياة المتعلم اليومية، فيكون أدعى لإثارة انتباهه وتحفيزه لاكتشاف هذا المجال ومعرفة أسرارها.

ب- واقعية هذا المجال والحاجة إليه: إن التعامل مع الإعلام يستغرق جزءا كبيرا من حياة الإنسان في العالم المعاصر، ويرافقه طوال حياته، وهذا يثير لدى المتعلم الشعور بأهمية امتلاكه لمهارة التعامل مع الإعلام من خلال التربية الإعلامية.

ج- وضوح نتائج التعلم: إن وضوح نتائج التعلم بشكل بارز على شخصية المتعلم في الحياة اليومية تزيد الدافعية وبذل الجهد، لأن الوعي الإعلامي يمكن بسهولة أن يلاحظ على شخصية الإنسان في الحياة اليومية، بخلاف قدرته على حل اعقد مسائل الرياضيات على سبيل المثال.

د- التأكيد على مهارات التفكير: إن التربية الإعلامية تساعد المتعلم على اكتساب مهارات التفكير، أو على الأقل إحساسه وشعوره بأهميتها، لأن الإعلام مجال خصب جدا لتفعيل مهارات التفكير، وهو يستدعي تعلم المهارات الآتية:

1. مهارة التفكير الناقد: وهي مهارة أساسية في التربية الإعلامية.
2. مهارة التفكير الإبداعي: وهي ترتبط بشكل وثيق بأحد مخرجات التربية الإعلامية، وهو إنتاج المضامين الإعلامية.
3. مهارة اتخاذ القرار: وهي ترتبط بأحد مخرجات التربية الإعلامية، وهو اتخاذ قرار التعرض الانتقائي وحسن الاختيار.

4. مهارة حل المشكلات: وهي ترتبط بصناعة الإعلام بشكل عام، لأنها تعاني من مشكلات عديدة على مستوى العالم، ومنهج التربية الإعلامية يوفر حالات واقعية لتكون ميدانا لاستخدام مهارة حل المشكلات، بالإضافة إلى مشكلات التعامل مع الإعلام داخل الأسرة.

هـ- تعزيز الثقة بالنفس والروح الايجابية: إن التربية الإعلامية تقدم للمتعلم صورة شاملة عن البيئة الإعلامية، وتكشف له الكثير من أسرار صناعة الإعلام طبقا لمبادئ التربية الإعلامية، وتساعد على تمكين المتعلم من استخدام أدوات ومهارات التعامل مع الإعلام، وهذا بدوره يؤدي إلى تعزيز ثقة المتعلم، وامتلاكه الروح الايجابية للقيام بسلوك ايجابي.

و- التعلم الذاتي والتعلم مدى الحياة: إن التربية الإعلامية تضع البذرة الأساسية، والخطوة الأولى التي تتيح للمتعلم مواصلة التعلم في هذا المجال بصفة ذاتية، ضمن منهجيات التعلم الذاتي، والتعلم مدى الحياة. (الشميمري، 2010، ص.27).



والى جانب ذلك يمكن أن تسهم تربية الإعلاميين في تكريس الهوية المعرفية من خلال:

أ - المحافظة على خلق وقيم المجتمع: حتى يتسنى لهم الإسهام في تربيته، وهذه التربية يمكن أن تقدم لهم في مؤسسات التأهيل الأكاديمي، وفي المؤسسات الإعلامية، حتى يمكن أن يكونوا مؤثرين. وهذا التأثير يتطلب من الإعلاميين، توظيف العملية الإعلامية لصالح العملية التربوية، بحيث تتفق مع مفهوم الهدف من الإعلام من جهة، ومع الهدف من التربية من جهة أخرى. فمعظم أدبيات الإعلام تشير إلى أن هذا التأثير يكون محصلة عمليات معرفية، ونفسية، واجتماعية عديدة، تختلف في تأثيرها من فرد إلى آخر، أو من جماعة إلى أخرى، مما يؤدي إلى حدوث التأثير بنسب متفاوتة، بين الأفراد الذين يتلقون التربية الإعلامية.

ب - تعليمهم كيف يتأثرون بالسياق الاجتماعي والثقافي: فما دام الإعلام نظاما اجتماعيا، فإن الطرفين المشاركين في العملية التربوية الإعلامية، يتأثران بالنظم الاجتماعية والثقافية الأخرى، ويستطيعان بالتالي أن يعرفا كيف يتفاعلان مع النظم الاجتماعية الأخرى مثل: الأنظمة السياسية، والاجتماعية، والاقتصادية، والتعليمية والإعلامية، بما ينطوي عليه من تبادل الآراء بل تعصب لرأي واحد، والتخلي عن الأحكام المسبقة، والحوار مع الآخرين. (الحمداني، 2015، ص ص. 126-128)

#### خاتمة

من المعلوم أن شعوب العالم حرصت منذ بداية البشرية على المحافظة على تميزها وتفردتها، لذلك اهتمت بأن يكون لها هوية تساعد في الإغلاء من شأن أفرادها ومجتمعاتها، وهي الآن أكثر حرصا لأن وسائل الإعلام والاتصال الحديثة أصبحت الموجه الأكبر، والسلطة المؤثرة في القيم والمعتقدات والتوجهات والممارسات وفي مختلف الجوانب، وهو ما يكشف عن الحاجة أكثر من أي وقت مضى إلى أهمية التربية الإعلامية في المجتمعات العربية والإسلامية بعدما هيمنت وسائل الإعلام على الساحة الدولية، وأصبحت تشكل خطورة كبيرة على الجمهور المتلقي.

وعلى هذا لا يكفي رفع شعار الحفاظ على الهوية لئتم التمسك بها، فالمسألة لها علاقة باختلاف درجة الوعي والمعرفة وفهم التواصل والتفاعل مع الآخر، ومن هذا

المنطلق تعمل كل الدول بلا استثناء على بناء هوية خاصة بها، وتتحرك العملية الإعلامية من خلال إيديولوجية المجتمع واختياراته، وبالقدر الذي تستشعر الهويات الوطنية خصوصيتها، لكنه لا ينبغي أن لا يقودها ذلك إلى الانغلاق والعزلة، فالعولمة ستلاحق إذا الهويات المختلفة، لفرض ثقافتها الشمولية وإملاء إرادتها لتطويع الهويات الأخرى وطمس خصوصيتها، ابتداء من محاصرتها ووصولاً إلى إلغائها.

ومن ثم فإن الغرض الأساسي للتربية الإعلامية ليس فقط تكوين الوعي النقدي ولكن تكوين الحكم الذاتي المستقل بشأن الرسائل المختلفة في وسائل الإعلام، وهي لذلك تشتمل مجموعة من المجالات بداية من القدرات والعمليات العقلية، إلى المجال الوجداني والمشاعر والاتجاهات والذوق والقيم، إلى المجال السلوكي. مع الأخذ في الاعتبار، أن هوية الإنسان تتحدد وفق أطر التنشئة التقليدية، ويحددها العائلة واللغة والمهنة والدين.

#### المصادر والمراجع

- أبو محمد، إبراهيم (2007). المكون المعرفي ودوره في توجيه الحضارات. (ط1). استراليا: الناشر خاص ابراهيم ابو محمد.
- أسا بيرغر، آرثر (2012). وسائل الإعلام والمجتمع، وجهة نظر نقدية، (ترجمة: صالح خليل أبو إصبع)، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
- البدراني، فاضل محمد (2016). التربية الإعلامية والرقمية وتحقيق المجتمع المعرفي. المستقبل العربي، لبنان.
- تايلر، تشارلز (2014). منابع الذات: تكون الهوية الحديثة. ترجمة حيدر حاج إسماعيل، (ط1). بيروت: المنظمة العربية للترجمة.
- الجابري، محمد عابد (1986). الموسوعة الفلسفية العربية، م2، بيروت: معهد الإنماء العربي.
- حسن، عبد الباسط محمد (1977). أصول البحث الاجتماعي. القاهرة: مكتبة وهبة.
- الحمداني، بشرى حسين (2015). التربية الإعلامية ومحو الأمية الرقمية. (ط1). عمان: دار وائل للنشر.
- شعبان، عبد الحسين (2017). الهوية والمواطنة البدائل الملتبسة والحداثة المتعثرة، (ط1). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- الشميمري، فهد عبد الرحمان (2010). التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام. (ط1)، الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية.

- الصيرفي، محمد (2009). الإعلام، الإسكندرية: دار الفكر الجامعي.
- ضيف، ليندة (جوان 2017). التربية الإعلامية في ظل الإعلام الجديد، شبكات التواصل الاجتماعي نموذجاً. مجلة المعيار. جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، (42).
- عبد الحميد، محمد (2012). التربية الإعلامية والوعي بالأداء الإعلامي. (ط.1). القاهرة: عالم الكتب.
- عبد المعطي، عبد الباسط (1979). الإعلام وتزييف الوعي. القاهرة: دار الثقافة الجديدة.
- الفار، محمد جمال (2014). معجم المصطلحات الإعلامية، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- كاندو، جويل (2009). الذاكرة والهوية، ترجمة وجيه اسعد، (ط.1). دمشق: الهيئة العامة للكتاب.
- لبيض، سالم (2009). الهوية: الإسلام، العروبة، التوانسة. (ط.1). بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية.
- محمد نور، ستي سلوى ونى مصطفى، حنان (2010). الاتجاهات نحو القراءة باللغة العربية، دراسة في المدارس الثانوية بماليزيا، مجلة الدراسات اللغوية والأدبية، الجامعة الإسلامية العالمية بماليزيا.
- المشهداني، سعد سلمان (2011). الإعلان التلفزيوني وتأثيره في الجمهور، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- موكيل، عبد السلام (2014). المواطنة وسياق الدولة والهوية: مقارنة فكرية ومعرفية بين الفكر السياسي المعاصر والمنتظر الإسلامي. مجلة تاريخ العلوم، الجزائر 1.
- هزوان، الوز (2012). الإعلام، أدوار وإمبراطوريات. دمشق: الهيئة العامة للكتاب.