



برنامه درسی رسانه ای در تعلیم و تربیت

فاطمه رستم زاده

۱- کارشناس ارشد علوم تربیتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه

farostamzadeh.2217@gmail.com

چکیده

سواد رسانه ای^۱ و آموزش آن پدیده ای است که در دهه های اخیر مورد توجه جدی سازمانهای بین المللی و ارتباطی، محافل علمی و آکادمیک و همچنین برنامه های آموزشی بسیاری از کشورهای قرار گرفته است. باید توجه داشت که سواد رسانه ای به صورت خودبه خودی در افراد به وجود نمی آید و با سیستم آموزشی منسجم امکانپذیر است. همچنین، بهترین زمان برای پایه گذاری مهارتهای تفکری و آموزش سواد رسانه ای، دوران پیش از دانشگاه و خصوصاً دبستان است؛ چراکه هنوز ذهن افراد کاملاً بر اساس قراردادهای اجتماعی بسته نشده و نیز اینکه کودکان مخاطبان خاص رسانه ای هستند. متخصصان تعلیم و تربیت، در خصوص ماهیت تعلیم و تربیت نوین، موارد و فرضیهایی را برمی شمارند که عبارتند از: تعلیم و تربیت اساساً باید با تفکر سطح بالا سروکار داشته باشد. هدف اصلی از آموزش سواد رسانه ای کسب مهارت در مدیریت اطلاعات، شناخت تاثیرات ممکن در استفاده از رسانه ها، و افزایش پتانسیل جهت انجام گفتمان دموکراتیک در جامعه جهانی است. چراکه شهروندان برخوردار از سواد رسانه ای، در برابر هجوم اطلاعات رسانه ای، آسیب پذیری کمتری دارند زیرا پیام هایی را که به منظور تاثیر گذاری بر آنها طراحی و ارسال شده در سطوح مختلف مورد شناسایی قرار می دهند و قادر خواهند بود خودمختاری بیشتری در مواجهه با پیام های رسانه ای داشته باشند.

کلمات کلیدی: برنامه درسی، سواد رسانه ای، تعلیم و تربیت

¹ media literacy



۱- مقدمه

سواد رسانه ای^۲ و آموزش آن پدیده ای است که در دهه های اخیر مورد توجه جدی سازمانهای بین المللی و ارتباطی، محافل علمی و آکادمیک و همچنین برنامه های آموزشی بسیاری از کشورهای قرار گرفته است. این مهم چند سالی است به محافل آکادمیک و علمی حوزه ارتباطات ایران نیز وارد شده و در راستای آن شاهد برگزاری نشست های ویژه در خصوص ضرورت داشتن این سواد، مقالات و همچنین کتابهایی با کیفیت های متفاوت در نگارش یا ترجمه و خصوصاً پایان نامه هایی با بررسی میزان سواد رسانه ای اقشار مختلف، اعم از دانشجویان، کارمندان و... هستیم. و اما در خصوص آموزش عملی سواد رسانه ای، روکردهای متنوع این آموزش و به تبع آن، بررسی و سنجش تأثیرات آن بر افراد و خصوصاً کودکان به عنوان جامعه هدف این آموزش، کار جدی مشاهده نمی شود و اکثریت قریب به اتفاق دوره های سواد رسانه ای برگزار شده، با روشهای غیر کارگاہی، صرفاً اطلاعاتی در خصوص رسانه ها به مخاطب می دهند. آنها با روکردهای منسوخ آموزش رسانه ای چون روکرد حمایتگرا و پندگونه، سعی در آگاه سازی مخاطب دارند و البته برخلاف کشورهای پیشگام که برای سنین پیش از دانشگاه این آموزش تبیین شده است، مخاطبان این دوره ها در ایران، بزرگسالان هستند. (دلاور و همکاران، ۱۳۹۴، ص ۱۲). باید توجه داشت که سواد رسانه ای به صورت خودبه خودی در افراد به وجود نمی آید و با سیستم آموزشی منسجم امکانپذیر است. همچنین، بهترین زمان برای پایه گذاری مهارتهای تفکری و آموزش سواد رسانه ای، دوران پیش از دانشگاه و خصوصاً دبستان است؛ چراکه هنوز ذهن افراد کاملاً بر اساس قراردادهای اجتماعی بسته نشده و نیز اینکه کودکان مخاطبان خاص رسانه ای هستند. شایان ذکر است که فراگیر نمودن و اجرای خوب برنامه درسی، مانند تهیه غذای فوری نیست؛ بلکه حاصل آرام جوش زدن ترکیباتی است که با دقت در هم آمیخته شده اند. این امر مستلزم داشتن برنامه ریزی منسجم و درازمدت و ارزیابی و سنجش منظم آن است. متخصصان تعلیم و تربیت، در خصوص ماهیت تعلیم و تربیت نوین، موارد و فرضیهایی را برمی شمارند که عبارتند از: تعلیم و تربیت اساساً باید با تفکر سطح بالا سروکار داشته باشد. کلاسهای درسی باید به حلقه کندوکاو تبدیل شوند. هر درسی باید با روشی مبتنی بر کندوکاو تدریس شود. فرضیههای پنهان و نهفته هر رشته باید برای کودکان آشکار شود و در این زمینه آنان به کندوکاو و تحقیق تشویق شوند. کودکان باید به محض اینکه به زبان مورد نیاز دست یافتند به کندوکاو درباره ابعاد گوناگون تجربه های روزانه خود بپردازند. معلمان باید تسهیل کننده ای تلقی شوند که کودکان را به کندوکاو و تحقیق در خصوص وضعیتهای پیچیده وادارند، نه اینکه مخزن دانش باشند. التزام به خطا پذیرانگاری و خوداصلاحی از سوی معلمان و دانش آموزان

² media literacy



جزء عناصر مهم فراگیری نحوه تفکر خوب و تفکر برای خود است. تعلیم و تربیت اساسا کمک به کودکان برای قضاوت‌های خوب است. (شارپ^۳، ۱۳۸۹، ص ۸۴). آموزش و پرورش می تواند کودکان را متحول کند، البته برای چنین امری باید خود متحول شده و به جای معلومات، تفکر را سرلوحه قرار دهد. عادات تفکر آزاداندیش و توانمند، کیس های هوشمند و پر از ترفند نیست که تصادفاً به دست بیاید؛ بلکه چیزی است که بیش از همه با تمرین و بحث منظم آموخته می شود. (فیشر^۴، ۱۳۸۸، ص ۴۸). و اما در همه کشورهای پیشرفته در امر آموزش و پرورش، هنگامی برنامه یا واحد درسی می تواند با موفقیت در اجرا روبرو باشد که ابتدا، به صورت آزمایش های گوناگونی اجرا شده و گزارشهایی از این اجراهای گوناگون در دست باشد تا از بررسی مجموعه این گزار شها، مدل نهایی کم نقصی در سطح کلان ارائه شود.

۲- بیان مساله

از ضرورت های عصر جهانی شدن، نیاز به آموزش و پرورش در قرن بیست و یکم و تعلیم و تربیتی است که فراگیران را برای رویارویی با چالش های زندگی در حال تغییر و غیر قابل پیش بینی آماده سازد، یکی از مهمترین چالش های عصر جهانی شدن در سطح کلان، نفوذ پذیری مرزها و انتشار بی حد و مرز پیام های رسانه ای در جوامع است و در سطح خرد نیز دیگر دیوارهای منازل چارچوب انحصاری و شخصی شهروندان محسوب نمی شوند بلکه فضایی برای نفوذ امواج رسانه ای هستند. در شرایط فوق، چگونه می توان زمینه های شناختی و انگیزشی لازم را در شهروندان ایجاد کرد تا به صورت خود انگیزخته نسبت به محتوا و عملکرد رسانه ها واکنش نشان دهند و در مواجهه خود با رسانه ها و محتوای آنان راه تحلیل و تعمق، معنا بخشند. (مایرز^۵، ۱۳۸۶، ص ۷). رشته آموزش سواد رسانه ای در چهل سال اخیر در دنیا پدید آمده و اهمیت آموزش و مفهوم گسترده "سواد"، در این سال ها گسترش یافته است و کانادا به عنوان اولین کشوری است که آموزش سواد رسانه ای به صورت رسمی از سوی نظام آموزش و پرورش آن کشور پذیرفته شده است. در حال حاضر سواد رسانه ای به عنوان یک ماده درسی در نظام آموزشی بسیاری از کشورها از جمله: بریتانیا، استرالیا، آفریقای جنوبی، کانادا، آمریکا و ژاپن تدریس می شود و هم زمان در کشورهای نیوزیلند، ایتالیا، یونان، اتریش، سوئد، دانمارک و سوئیس در حال توسعه است. (کرس^۶، ۲۰۰۳، ص ۷۹). تجربه ثابت کرده است که مقابله فیزیکی با امواج و کدهای ۰ و ۱، نه تنها توفیق چندانی حاصل نکرده است بلکه گاه به شکست های جبران ناپذیری انجامیده است. حتی وضع قوانین صرفا محدود کننده به دلیل دشواری در ضمانت اجرا موفقیت چندانی در پیش رو نداشته و ندارد. اندیشمندان حوزه ارتباطات و رسانه ها، از حدود چند دهه پیش همواره دغدغه آسیب رسانی رسانه ها و آسیب پذیری شهروندان در جامعه جهانی را داشته اند و برای

³ Sharp

⁴ Fisher

⁵ Myers

⁶ Cursor



کاهش اثرات مخرب آنها ایده ها و پیشنهاداتی را ارائه کرده اند که یکی از این پیشنهادات، تقویت "سواد رسانه ای" شهروندان در جامعه است. (فرهنگی، ۱۳۸۷، ص ۳۲). از سویی دیگر یکی از ابزارهای مقابله با "قدرت نرم" و "جنگ رسانه ای" آموزش سواد رسانه ای و اولویت دادن به سواد رسانه ای به عنوان مهارتی حیاتی برای شهروندان در قرن ۲۱ است. سواد رسانه ای می تواند پادزهری باشد در مقابل هژمونی رسانه ای، و شهروندان را در مواجهه با محتوای پیام های رسانه ای واکنش نشان دهد. همچنین آموزش سواد رسانه ای به عنوان مهارتی جهت مقابله با جنگ رسانه ای است که منجر به افزایش ظرفیت تحلیل شهروندان در مواجهه با رسانه ها می گردد و باعث می شود تا آنان به جای آنکه تسلیم محتوای پیام های رسانه ای شوند و منفعلانه هر آنچه دریافت می کنند بپذیرند، تلاش نمایند تا به عنوان یک مخاطب فعال معنای نهفته در پیام ها را درک و به رمزگشایی و ارزیابی پیام ها بپردازند و برخوردی فعالانه با پیام های رسانه ای داشته باشند. اگر شهروندان یک جامعه از سواد رسانه ای کافی برخوردار نباشند، قطعاً نخواهند توانست در فضای سنگین رسانه ای جهان امروز، مسائل و وقایع را به درستی تعبیر و تفسیر نمایند.

۳- چارچوب نظری

در این باره صاحب نظران معروف کانادایی نقطه نظراتی را مطرح کرده اند: پات کیپینگ^۷ معتقد است: "سواد رسانه ای از شما شهروند بهتری می سازد." وی در ادامه می افزاید؛ افراد دارای سواد رسانه ای به این مسئله توجه دارند که رسانه ها برای انتقال دیدگاه ها، اطلاعات و اخبار بسیار ظریف و پیچیده عمل می کنند. همچنین این افراد می دانند که از تکنیک ها و شیوه های خاصی برای خلق پیام و تحت تاثیر قرار دادن احساسات و عواطف استفاده می شود. افراد دارای سواد رسانه ای می توانند تکنیک های هدف گذاری شده را شناسایی کنند. افراد دارای سواد رسانه ای می توانند در این باره بحث و تبادل نظر کنند که چه کسی یا کسانی در رسانه ها ذینفع هستند و چه کسی یا کسانی کنار گذاشته و نادیده گرفته می شود و به چه دلیل این اتفاق می افتد. افراد دارای سواد رسانه ای منابع مختلف اطلاعات و سرگرمی ها را جستجو می کنند و از رسانه ها بر اساس نیازهای اطلاعاتی خود بهره مند می شوند. آنها می دانند در مواجهه با رسانه چگونه عمل کنند تا اینکه بخواهند اختیار عمل خود را به رسانه ها واگذار نمایند. از این نظر افراد دارای سواد رسانه ای، شهروندان بهتری هستند. مارین بارن^۸ معتقد است: "در حال حاضر که رسانه بخش عمده ای از زندگی را در برمی گیرد و نقش مهمتری نسبت به گذشته ایفا می کنند، شهروندان نیاز دارند تا پیرامون نحوه برقراری ارتباط صحیح با پیام ها، قدرت انتقاد، استدلال، خلاقیت، توجه و مشارکت فعال با پیام ها، تحت آموزش قرار گیرند. (نصیری، ۱۳۹۱، ص ۱۵۰).

⁷ Pat Kipping

⁸ Marin baren



۴- چستی سواد رسانه ای

سواد رسانه ای توانایی بررسی، تجزیه و تحلیل پیام هایی که اطلاع دهنده و سرگرم کننده هستند و هر روز به ما عرضه می شوند. سواد رسانه ای توانایی استفاده از مهارت های تفکر انتقادی و رابطه آن با تمام رسانه هاست از ویدیو کلیپ ها و محیط های شبکه ای گرفته تا مکان های تولیدی در فیلم ها و نمایش های معنوی در تابلوها. سواد رسانه ای طرح سوالات مناسب پیرامون آنچه وجود دارد و دیده می شود و توجه کردن به آنچه که دیده نمی شود، (سواد رسانه ای به استعداد پرسش درباره آنچه که پشت تولیدات رسانه ای قرار می گیرد، می پردازد) انگیزه ها، ارزش ها، مالکیت، سرمایه و آگاه بودن از آنکه چگونه این عوامل بر محتوای پیام ها تاثیر می گذارند.

- صرفاً "انتقاد کردن" از رسانه ها سواد رسانه ای نیست ولی سواد رسانه ای اغلب انتقاد کردن به رسانه ها را نیز شامل می شود.

- سواد رسانه ای صرفاً تولید و انتشار پیام نیست. اگرچه سواد رسانه ای باید فعالیت ها و پروژه های تولیدی رسانه ای را نیز شامل شود.

- توجه به یک پیام رسانه ای و تجزیه و تحلیل کردن آن فقط از یک زاویه دید، سواد رسانه ای نیست، زیرا پیام های رسانه ای باید از زوایا و موقعیت های مختلف مورد نقد و بررسی قرار گیرند. همچنین سواد رسانه ای به معنی "تماشا نکردن" نیست بلکه به معنی توجه کردن، با دقت نگاه کردن و انتقادی فکر کردن است. همچنین براساس تعریف یونسکو، سواد رسانه ای یکی از الزامات و اجزای محوری سوادآموزی در عصر حاضر به شمار می رود. درباره اینکه سواد رسانه ای چیست، اندیشمندان و صاحب نظران بسیاری داد سخن داده و تعاریف متعددی عرضه کرده اند. جیمز پاتر^۹ (۲۰۰۵) اعتقاد دارد: سواد رسانه ای را می توان توان مخاطب در تجزیه و تحلیل و تفسیر پیامها و محتوای رسانه های مختلف همراه با بهره مندی از مهارت تفکر انتقادی دانست. در واقع از نظر پاتر می توان گفت سواد رسانه ای شناختی ژرف و عمیق از آنچه که در فضاهای رسانه ای می گذرد به ما می دهد. او همچنین معتقد است: سواد رسانه ای چشم اندازی است که براساس آن مخاطب می تواند خود را در معرض رسانه قرار دهد و پس از توجه، معنای پیامهای دریافتی را تفسیر کند. پاتر در این تعریف بر تفاوت مهم بین دو مفهوم در معرض قرار گرفتن و توجه کردن تمرکز دارد. (نصیری، ۱۳۹۱، ص ۱۵۰).

۵- شهروندان و سواد رسانه ای

برای ارتقاء نقش شهروندی و مشارکت فعال و موثر آنان در عصر جهانی شدن، فهماندن تدریجی سواد رسانه ای به آنان ضرورتی اساسی و اجتناب ناپذیر است. چرا که سواد رسانه ای به دنبال قدرتمند کردن شهروندان و تغییر دادن ارتباط غیرفعالانه آنان با رسانه و تبدیل آنان به

⁹ James Potter



ارتباط گرانی فعال و پویا است. سواد رسانه ای شهروندان را قادر می سازد تا با شیوه ها، دستورالعمل ها و ساختار فرهنگ رسانه ای بیشتر آشنایی پیدا کرده و آن را مورد چالش قرار داده و به راحتی تسلیم پیام های رسانه ای نشوند. با توجه به آنکه شهروندان عصر جهانی شدن در یک محیط رسانه ای زندگی می کنند ضرورت دارد تا با کسب مهارت ها و تکنیک های جدید، تعامل موثرتر و عمیق تری با لایه های مختلف پیام های رسانه ای داشته باشند و مهارت های ارتباطی و فهم رسانه ای شان را در استفاده صحیح تر از رسانه ها ارتقاء بخشند. (روگو¹⁰، ۲۰۰۹، ص ۷۲). آنچه که در مورد فراگیری سواد رسانه ای اهمیت دارد آن است که بدانیم سواد رسانه ای صرفاً منع شهروندان از پیام های ناخواسته رسانه ای نیست. اگر چه برخی گروه ها سعی در ترغیب خانواده ها به خاموش کردن تلویزیون خود دارند ولی حقیقت این است که رسانه چنان با فرهنگ محیط اجتماعی افراد عجین شده که حتی اگر شما تلویزیون را هم خاموش کنید نمی توانید از فرهنگ رسانه ای امروز فرار کنید. زیرا پیام ها مثل اکسیژنی تنفس می کنیم ما را احاطه کرده است و دیگر رسانه ها صرفاً بر فرهنگ ما تاثیر نمی گذارند بلکه خود فرهنگ ما هستند. (باکینگهام، ۲۰۰۳، ص ۱۸). بنابراین، سواد رسانه ای کمک به شهروندان است که دانش کافی، تفکر انتقادی و سواد لازم را از تمام اشکال رسانه ای کسب کرده تا بتوانند آنچه را که می بینند، می شنوند و می خوانند، خود تحلیل و کنترل کنند پیش از آنکه از سوی رسانه ها کنترل شوند. برای فهم رسانه ای نیازی به حفظ کردن حقایق یا آمار درباره رسانه نیست بلکه لازم است که یاد بگیریم چگونه دربار آنچه که می بینیم و می خوانیم و می شنویم، سوالانی درست و سنجیده مطرح سازیم. لن مسترمن، نویسنده و مدرس، سواد رسانه ای را "خودشکوفایی در تفکر انتقادی" و یا "توانایی تفکر کردن درباره خود" می نامد. بدون چنین توانایی اساسی ای، شخص قادر نخواهد بود منزلت خود را به عنوان یک انسان داشته باشد یا خود را شهروند جامعه جهانی بداند. (رضایی، ۱۳۸۵، ص ۵).

۶- هدف از آموزش سواد رسانه ای به شهروندان

هدف از آموزش سواد رسانه ای کمک به شهروندان است برای آن که بتوانند عادت پرسشگری، تحقیق، پژوهش و توانایی و مهارت های بیانی خود را تقویت کرده و مهارت های لازم جهت برقراری ارتباطی متفکرانه و آگاهانه با رسانه و در عین حال به وجود آوردن نگاهی دقیق، نقادانه و تحلیلی به پیام های رسانه ای را فراهم آورد. از این منظر سواد رسانه ای می تواند با برخورد هدفمند و نقد سازنده، ضمن ایجاد ارتباط دو سویه و مشارکت جویانه، حوزه آموزش را با تحویلی جدی و جدید مواجه سازد؛ زیرا دیگر مخاطب منفعل نیست و ارتباط دو سویه و تعاملی خواهد بود. آموزش سواد رسانه ای ارائه مجموعه ای از چشم انداز هاست که شهروندان به طور فعالانه برای قرار گرفتن در معرض پیام های رسانه ای از این شاخص ها بهره برداری کرده تا معنای عمیق تری از پیام ها را درک نمایند.



۷- جمع بندی و نتیجه گیری

همزمان با ورود به قرن ۲۱ سیستم های اطلاعاتی و ارتباطاتی به طور فزاینده ای دچار پیچیدگی و همه جانبه گرایی شده اند. این پیچیدگی ها موجب شده اند تا پیام های تولید شده توسط رسانه ها، مخاطبان خود را در گوشه و کنار جهان دچار نوعی سردرگمی و تردید در انتخاب پیام ها کنند. به عبارت دیگر، در عصر جهانی شدن و با توجه به گسترش ارتباطات و فن آوری های اطلاعاتی و افزایش خروجی های رسانه ای مباحثات جدی پیرامون گسترش مهارت های مدیریت و مهارت های اطلاعاتی مطرح شده است. آگاهی یافتن درباره استفاده ها و سوء استفاده های ممکن، مزایا و مشکلات مربوط به رسانه ها، می تواند به شهروندان در تعیین تاثیر پیام های رسانه ای یاری رساند. با توجه به اینکه در دنیای امروز رسانه ها یکی از اجزای اصلی جوامع بشری هستند، آموزش سواد رسانه ای یکی از ملزومات اساسی برای شهروندان محسوب می گردد. هدف اصلی از آموزش سواد رسانه ای کسب مهارت در مدیریت اطلاعات، شناخت تاثیرات ممکن در استفاده از رسانه ها، و افزایش پتانسیل جهت انجام گفتمان دموکراتیک در جامعه جهانی است. چراکه شهروندان برخوردار از سواد رسانه ای، در برابر هجوم اطلاعات رسانه ای، آسیب پذیری کمتری دارند زیرا پیام هایی را که به منظور تاثیر گذاری بر آنها طراحی و ارسال شده در سطوح مختلف مورد شناسایی قرار می دهند و قادر خواهند بود خودمختاری بیشتری در مواجهه با پیام های رسانه ای داشته باشند. از جمله اهداف آموزش سواد رسانه ای کمک به شهروندان عصر جهانی در جهت:

- ۱- افزایش شناخت شهروندان از پیام های رسانه ای که دریافت می کنند؛
- ۲- تشویق شهروندان به گزیده تر عمل کردن در انتخاب رسانه ها؛
- ۳- یاری رساندن به شهروندان در جهت آگاه تر شدن نسبت به واکنش های رسانه ایشان؛
- ۴- کمک به شهروندان در جهت رمز گشایی محیط رسانه ای پیرامون خود؛
- ۴- افزایش توان داوری و قضاوت شهروندان به منظور شناسایی مزایا و معایب یک پیام؛
- ۵- تقویت دیدگاه انتقادی شهروندان نسبت به رسانه ها به منظور پربارتر کردن محیط زندگی.

ششمین کنفرانس ملی علوم انسانی و آموزش و پرورش با محوریت توسعه پایدار

6th National Conference on
Humanities and Education With a focus on sustainable development
www.mpconf.ir



که پیامدهای چنین آموزشی می تواند کمک به شهروندان در پاس داشت حقیقت، استقلال عمل فردی، تقویت رشد شخصیتی فرد، برقراری ارتباطی تعاملی، دو سویه و توأم با لذت با رسانه ها باشد.

۸- منابع

- ۱- دلاور، علی، شاه حسینی، وحیده. مطالعه موردی اجرای طرح درس سواد رسانه ای برای دانش آموزان پایه چهارم ابتدایی. مجله فرهنگ رسانه. سال چهارم. ۱۳۹۴.
- ۲- رضایی بایندر، محمد رضا. بررسی نقش رسانه ها در آموزش مهارت های شهروندی و رفتارهای مدنی. تهران: فصلنامه پژوهش و سنجش. ۱۳۸۵.
- ۳- شارپ، آن مارگارت. امتیازهای p4c نسبت به رقبا و ویژگی های دیگر آن. ترجمه سعید ناجی در مجموعه کندوکاو فلسفی برای کودکان و نوجوانان: گف توگو با پیشگامان انقلابی نو در تعلیم و تربیت. ج اول، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. ۱۳۸۹.
- ۴- فیشر، رابرت. آموزش و تفکر، ترجمه فروغ کیان زاده، اهواز: رسش. ۱۳۸۸.
- ۵- مایرز، چت (۱۳۸۶)، آموزش تفکر انتقادی، ترجمه خدایار ایلی، انتشارات سمت. [۲]
- ۶- نصیری، بهاره. عقیلی، وحید. بررسی آموزش سواد رسانه ای در کشورهای کانادا و ژاپن، فصلنامه نوآوری های آموزشی. ۱۳۹۱.

ششمین کنفرانس ملے
علوم انسانے و آموزش و پرورش بامحوریت توسعه پایدار

6th National Conference on
Humanities and Education With a focus on sustainable development
www.mpconf.ir



8-Robert L. D. et al. (2008). Holistic Media Education: An Assessment of the Effectiveness of a College Course in Media Literacy. *Communication Quarterly* , 1(56), 49-68.