


Education through Media Literacy, Necessity of Modern Time Societies			Education
			Keywords: Media Literacy, media, education.
Florenc VAVLA		University 'Aleksander Xhuvani', Elbasan, Albania.	
Laureta VAVLA		Head of English & German Department Faculty of Human Sciences University 'Aleksander Xhuvani', Elbasan, Albania.	
Abstract			
<p>The XXI century modern societies, are continuously being characterized by features that were inexistent in the past. One of the most prominent features is the rapid development of information technology and media. Nowadays, human life is interdependent in many ways by the media, by the information that we receive on a daily basis, mostly by the TV but also by other means of mass communication. The TV, internet and the media in general are a core part of our life and not only it is impossible to live without them but on the contrary, humans become more and more involved in them. Based on the importance of the media and its role in the society, numerous scholars are focusing on studies aiming to achieve a correct, healthy and unbiased relationship between the media and the citizen. Media literacy is the discipline that aims at "illuminating" the realities which are unseen in this communication and which risk not to create interaction but interdependence of the society from the media. This can be achieved by orienting this discipline towards the pedagogical aspect of teaching, aiming at equipping the future citizens with the necessary skills and knowledge in regards to their relationship with the media.</p>			

Edukimi nëpërmjet alfabetizimit mediatic, domosdoshmëri e shoqërive moderne të kohës

Rëndësia dhe racionaliteti i alfabetizimit mediatic

Media është një përgjegjësi publike e shoqërisë (Merrill, 1974), dhe kështu duhet të ketë një rregullore që të ndihmojë me vlerësimin e ndikimit të mediave tek të rinjtë për të shmangur ndikimin negativ të programeve, apo edhe duke pasur më shumë opsione. Është e rëndësishme për të rinjtë që të bëhen shikues aktive në vend të të qenit pasiv, dhe veçanërisht të përftojnë vetëdije dhe të mendojnë në mënyrë kritike, kur janë duke parë TV. Ata duhet gjithashtu të kuptojnë se si të vlerësojnë dhe interpretojnë një mesazh televiziv dhe të bëhen shikues të zgjuar të cilët do të jenë rezistente ndaj manipulimit pa-vetëdije nga ana e televizionit.

Pyetjet që shtrohen janë: çfarë është alfabetizimi mediatic? Si përftohet ai? Pse është ai i rëndësishëm për të rinjtë tanë? Kjo është një çështje e vështirë por e rëndësishme për të diskutuar, jo vetëm për sigurinë e fëmijëve dhe të ardhmen e tyre, por edhe për ata që janë duke përftuar një arsimim të lartë. Kjo është një kërkesë që jo vetëm të përqendrohet në nevojat e studentëve por edhe të edukatorëve, dhe jo vetëm për shkollat, por edhe për komunitetin. Kjo është një nevojë themelore për të jetuar në shoqëri. Alfabetizimi mediatic do të jetë një element kyç për të ndihmuar në sqarimin e pyetjeve të mësipërme dhe për të na dhënë përgjigje gjithëpërfshirëse.

Problemet aktuale në arsimin e lartë të mediave

Aktualisht në Shqipëri ende nuk kemi një situatë të studimit të mirëfilltë mbi alfabetizimin mediatic, apo një përpjekje për ta futur këtë disiplinë si pjesë të kurikulës shkollore apo universitare. Përpjekjet fillestare për të vendosur këtë mënyrë të studimit të influencës së medias në shoqëri janë bërë nga Instituti Shqiptar i Medias, i cili ka nxjerrë një botim në lidhje me Alfabetizimin mediatic, si dhe ka organizuar një takim në të cilin është diskutuar në lidhje me të. Ndërkohë kjo disiplinë ka tërhequr vëmendjen e disa studeiuesve shqiptarë dhe lektorëve të Universitetit të Tiranës, ne degën e gazetarisë, por deri më tani nuk ka pasur asnjë hap konkret në lidhje me vendosjen e saj në qendër të vëmendjes përse i përket studimeve mbi median dhe rolin dhe impaktin e saj në shoqërinë shqiptare. Kështu përse i përket studimeve mbi median në shqipëri mund të evidentojmë disa aspekte:

- (1) Shumica e universiteteve janë të interesuar vetëm në kurset praktike.

- (2) Shumica e kurseve të alfabetizimit mediatic janë të integruara vetëm në degët e kurseve mediatiche megjithëse ajo është një disiplinë ndërkurrikulare. Deri tani, ajo është trajtuar ende si një kurs plotësues dhe studentët nuk i kushtojnë shumë vëmendje. Studentët duan vetëm një notë kaluese.
- (3) Shumica e universiteteve janë jo të vetëdijshëm për rëndësinë e kurseve të alfabetizimit mediatic për studentët.
- (4) Ka mungesë mësuesish të trajnuar dhe lidhjet që ata kanë me pedagogjinë janë të kufizuara.
- (5) Ka mungesë të politikave të ndjekura nga qeveria, publiku dhe shkolla.

Rishikimi i nivelit aktual të ulët të njohurive për mediat në Arsimin e Lartë, duhet të jenë prioritet për institucionet arsimore. Së pari, është e rëndësishme që të nxisë dhe të çlirojë vetëdijen e nxënësve, të cilët janë të rinj në fushën e alfabetizimit televiziv, apo atij mediatic në përgjithësi. Së dyti, metodologjia e mësimdhënies, kurrikula dhe vlerësimi duhet të zhvillohen, dhe dimensionet e marrëdhënieve në mes mësuesit dhe nxënësve në edukimin e alfabetizimit mediatic, duhet të praktikohet në kontekstet ndër-kurrikulare. Së treti, të dy njohuritë, sfondi dhe aftësimi për mendim kritik si i domosdoshëm për studentët e universitetit duhet të zhvillohet, sepse atëherë ata do të jenë në gjendje të shohin televizionin në baza kritike, me njohuritë e mesazhin e televizionit dhe të kuptojnë marrëdhëniet midis televizionit dhe vetes; këto zhvillime janë të rëndësishme edhe për shkak se mendimi kritik është një karakteristikë themelore e arsimit universitar (Barnett, 1997). Si Ennis (1989) ka vënë në dukje, të menduarit kritik është vendimtar për zhvillimin e alfabetizimit mediatic kështu që ai duhet të jetë i orientuar në mënyrë kritike.

Orientimi Pedagogjik

Zhvillimi i një pedagogjie kritike është një çështje jo vetëm e zhvillimit të aftësive të të menduarit kritik, por, siç u tha, edhe i zhvillimit të nxënësit për të rezistuar padrejtësinë, hegjemoninë dhe riprodhimin në shoqëri duke evokuar vetëdijen për të ndërmarrë veprime për të ndryshuar shoqërinë (Freire, 2000). Ky studim në përgjithësi do të përqëndrohet në pedagogjinë e alfabetizimit mediatic. Pedagogjia e alfabetizimit mediatic është e bazuar në parimin e hetimit dhe përfshin pyetje rreth Autorësisë (kush e ka dërguar këtë mesazh dhe pse?), Qëllimi (si mund individët të interpretojnë këtë mesazh ndryshe?), Pikëpamje (çfarë stile të jetës dhe vlerat janë portretizuar), Metodot e ndërtimit (çfarë teknika janë përdorur për të tërhequr dhe të mbajë vëmendjen) dhe Prodhimit (sa janë mesazhet mediatiche të krijuara) (Hobbs, 2005: 60). Qëllimi i shtrimit të pyetjeve të mësipërme mbi mediat është për të hetuar më tej ideologjinë sfiduese dhe hegjemoninë në shoqëri. Ajo do të zbatohet pikëpamjen për zgjidhjen e problemeve të Freires dhe Giroux-së për të pyetur në lidhje me edukimin mediatic: "Përse mësojmë? Çfarë mësojmë? Si mësojmë?" Mësuesit duhet të ndërtojnë për çdo nxënës një ndjenjë të të qenit të lirë për të folur, me shpresën se kjo do të çojë studentët të marrin vendimet e duhura në jetën e tyre.

Media, Ndikimi dhe të Rinjtë

Epoka e informacionit sjell përfitime të mëdha, por edhe pasoja të mëdha për njerëzit. Teknologjia dhe informacioni janë përgjegjës për ndryshime të mëdha në ekonomi, arsim, si dhe infrastrukturën e shoqërisë, krijime ligjore dhe sociale ndër të tjera. Edhe pse masmedia dhe telekomunikacioni mjugullojnë proceset e informacionit, bota dhe shoqëritë në vetvete janë ballafaquar me sfidat hap pas hapi me këto ndryshime; në këtë mënyrë, marrëdhënia e individit, shoqërisë dhe mediat duhet të kuptohet dhe mbrojtur nga çdo qytetar në mënyrë që informacioni përmes mediave të mos manipulohet e as shfrytëzohet nga politikanët ose grupet e interesit me qëllime dashakeqe. Në vend se duke u fokusuar vetëm në efektet e saj negative mbi njerëzimin, njerëzit duhet të kërkojnë të kuptojnë fuqinë e medias, impaktit të saj dhe ndikimit në shoqëri për të rritur më tej funksionin e saj. Me këtë drejtim, është thelbësore për çdo qytetar për të mbrojtur veten, nga ndikimi i tepruar nga ana e mediave. Ne do të flasim për qëndrimin e mediave në shoqërinë bashkëkohore, më veçanërisht televizionin që e ka pushtuar jetën tonë për më shumë se gjysmë shekulli. Ky shkrim gjithashtu heton rolin e televizionit, pasojat e rritjes së rëndësisë së televizionit dhe ndikimin televiziv në qëndrim, në njohjen tonë ndaj botës dhe të sjelljes, aspektet e ideologjive të njerëzve. Ideologjitë e individit ndaj medias, praktika e mediave të zgjuara dhe shikimi i televizionit janë gjithashtu pjesë e studimit.

Roli i televizionit në shoqëri

Shumë studiues janë marrë me natyrën reale të televizionit ndër vite (Gitlin, 1980;1983; Marc, 1989). Kuhn(1882:25) duke shkruar në lidhje me lidhjen e televizionit me kulturën amerikane ka thënë “televizioni është bërë pjesë e rëndësishme e jetës së përditshme. Ai është kthyer në rutinë të ditës, ashtu sikurse është edhe puna që bëjmë”. Nisur nga ky këndvështrim mund të konsiderohet si media më e fuqishme përse i përket aspektit në pamjet që na ofron ai mund të themi se pranohen prej nesh në mënyrë jokoshiente, duke na krijuar realitetin e përditshëm, si një pikturë e jetës së sonë e cila ekziston në të vërtetë. Televizioni është një media shtëpiake. Ndërkohë shoqëria jonë nga dita në ditë po bëhet gjithnjë e më private, në kontekstin e shoqërizimit, ku pjesën më të madhe të kohës ne e kalojmë vetëm dhe rolin e shoqërizimit e kryen media dhe televizioni. Nisur nga ky kontekst, imazhet dhe idetë të cilat konsumohen në privatësinë tonë, bëhen edhe më të fuqishme përse i përket influencës që kanë mbi ne (Postman, 1987). Televizioni luan një rol tepër të madh në jetën tonë, në mënyrë të veçantë tek ata që janë të vetmuar. Gjithnjë e më shumë kjo kategori e shikon televizionin si shoqëruar të jetës dhe kalon gjithnjë e më shumë orë përpara tij. Nëse do të merrnim një shembull nga ShBA në bazë të studimeve të kryera nga Nielsen në vitin 1995, një familje amerikane shikon mesatarisht 7 orë televizion në ditë, ndërkohë që një individ shikon rreth 4 orë në ditë. Ndërkohë në vitin 2000 raportohet se në 98% të shtëpive të amerikanëve kishte të paktën një televizor, ndërkohë që në 48% të këtyre familjeve fëmijët kishin televizor në dhomën e tyre.

Ndërkohë në Shqipëri nuk ka hulumtime të thella në lidhje me këtë temë, megjithëse përpjekjet për të kuptuar lidhjen e fëmijëve apo të rinjve me televizionin apo median në përgjithësi nuk kanë munguar. Nga një studim i kryer nga Instituti Shqiptar i Medias me mbështetjen e Unicef, botuar në vitin 2011(Fëmijët dhe Media,fq6), thuhet se në bazë të anketimeve të kryera kryesisht kjo kategori shikon minimalisht 1-3 orë televizor në ditë, ndërkohë që 17% e të anketuarve kanë deklaruar se shohin mbi 3 orë televizor në ditë.

Por një ndër rezultatet më befasuese të këtij anketimi, kishte të bënte me pritshmëritë që kishin të rinjtë nga media tradicionale, më shumë ngatelevizioni, si mjeti më pranë tyre. Të pyetur se çfarë duhej të ndryshonin televizionet në programacionin e tyre për të qenë më pranë kësaj grupmoshe dhe për t’iu përgjigjur më mirë asaj, shumica dërrmuese e të anketuarve nuk kishin ndonjë përgjigje për këtë ose nuk e mendonin fare diçka të tillë. Një pjesë e mirë e pakicës që u përgjigj tha se kjo gjë nuk iu interesonte fare dhe se televizionet mund të vazhdonin të njëjtin programacion, pasi për ta nuk kishte asnjë rëndësi. Kjo apati e theksuar vërtetohet akoma më shumë po të shohim se të anketuarit e kishin të vështirë edhe të identifikonin se cilat ishin emisionet e tyre të preferuara. Kjo gjë dëshmon për një ndjekje të pandërgjegjshme ose të pavëmendshme të televizionit, ndoshta më shumë për forcë zakoni apo mungesë apo pamundësi për interesa të tjera.

Media është e strukturuar

Imazhet e pasqyruara nga media, na ndihmojnë ne ti japim formë asaj çka shohim në botën që na rrethon, apo vlerave që ne ndajmë, çfarë konsiderojmë të mirë apo të keqe, positive apo negative, morale apo të pamoralshme. Historitë e medias krijojnë simbole, mite dhe rrethana që na ndihmojnë të ndërtojmë një kulturë të përbashkët duke siguruar pikërisht rrugën e përfshirjes së gjithsecilit si pjesë e kësaj culture (Dines&Humez,1995). Për të kuptuar shoqërinë dhe kulturën tonë, ashtu siç thoshte Jonathan Culler, duhet të mos mendojmë në mënyrë individuale, por duhet menduar për një system të tërë simbolikash. Kjo është mënyra e të kuptuarit të kombinimit të sjelljeve dhe objekteve individuale, të cilat më pas krijojnë sistemin njerëzor dhe universin(Culler, 1981:25). Nëse do ti referoheshim teorisë semiotike, televizioni përbehet nga një seri simbolesh, të dhënash dhe marrëveshjes, të cilat përkthehen në sekuenca te ndryshme të tekstit, të cilat kanë përmbajtjen e nevojshme për tu bërë bindëse. Në teorinë semiotike shenjuesi janë fjalët, pamja dhe zëri shënojnë peëzencën e nocioneve. Kështu lidhja mes shënjesit dhe të shënjuarit është fluide dhe e ndryshueshme. Roland Barthes deklaroi se kjo lidhje është një lojë kuptimi. Për më tepër përse i takon përthithjes së informacionit, studiuesit argumentojnë se kuptimi nuk ekziston si një pikë në ekran ose si një paragraf fjalësh, por është rezultat i ndërveprimit mes shikuesit dhe ekranit, ose lexhuesit dhe tekstit. “Teoria semiotike se si kuptimi është krijuar si ti tillë dhe jo çfarë ai është në vetvete” (Alien, 1992:31).

Alfabetizmi mediatik si pjesë e edukimit

Ashtu siç është theksuar nga Potter (2004:66) 'çdo teori mbi alfabetizmin mediatik duhet të ketë si pjesë kryesore të saj atë sesi njerëzit preken dhe ndikohen nga media'. 'Përgjatë viteve 1990, britanikët, kanadezët, australianët dhe amerikanët e panë alfabetizmin mediatik si zgjidhjen e problemeve që lindnin si shkak i ndikimit negativ të medias' (Hobbs, 2005:871). Zgjidhja e këtij problemi në shoqëritë moderne nuk bazohet vetëm në ndërgjegjësimin e shprehur nga studiuesit e fushës së medias, por edhe në bashkëpunimin e mësuesve përmes alfabetizmit mediatik si pjesë e edukimit në mënyrë që në rradhë të parë, shoqëritë të ndërgjegjësoheshin mbi ndikimin e medias në jetën e përditshme të gjithësecilit. Ndodh shpesh, siç shprehet Buckingham, që "edukimi mediatik të shihet si zgjidhje e problemit; dhe marrëdhënia e fëmijëve me median shihet, jo si një fakt i jetës moderne por si një fenomen i dëmshëm me të cilin mësuesit nevojitet të përballen." (Buckingham, 2003:6).

Potter (2004: 28) ndërkohë tërheq vëmendjen mbi diversitetin e gamës së gjerë të shkrimeve mbi alfabetizmin mediatik, duke sugjeruar se " ky fakt tregon që kjo çështje ka tërhequr vëmendjen e një shumëllojshmërie studiuesish dhe qytetarësh të shqetësuar mbi këtë fenomen." Të shumtë janë njerëzit që kanë shkruar libra apo artikuj mbi këtë temë, (Adams & Hamrn, 1989/2001; Considine, 2003; Silverblatt, 1995; Silverblatt & Eliceiri, 1997; Trampiets, 1995; Yates, 2002), dhe më shumë se 3,140,000 kërkime në Google tregojnë se sa shpejt po rritet interesimi në lidhje me këtë temë. (www.google.com). Kjo tregon se alfabetizmi mediatik, po merr një vëmendje tepër të madhe nga shumë studiues duke e cilësuar atë si aftësi të domosdoshme në një shoqëri moderne e cila karakterizohet nga flukse informacioni kaotike.

Nëse i referohemi sërish Potter-it do të shohim se ai e cilëson alfabetizmin mediatik si një ndërthurje ndërmjet tre shtyllave kryesore të dijës: studimeve mediatike (industria e medias, përmbajtja dhe efektet e medias,) mendimi njerëzor (si njerëzit përftojnë mesazhet mediatike dhe përftojnë kuptimin e tyre), dhe pedagogjia (si të ndihmojmë njerëzit të kenë akses ndaj informacionit, të zhvillojnë aftësi dhe të edukohen). "Alfabetizmi mediatik nuk është vetëm mbivendosja apo ndërlidhja e këtyre tre shtyllave; por në fakt është një disiplinë që i përmbledh të treja këto së bashku." (Potter, 2004:23). Brenda qëllimit të alfabetizmit mediatik, siç kanë deklaruar shumë studiues, qëndrojnë studimi dhe zbatimi i kontekstit dhe ideologjisë. (Lewis & Jhally, 1998), interpretimi tekstual (Buckingham, 1998a, 1998b; Meyrowitz, 1998; Zettl, 1998), dhe publiku (Buckingham, 1998a, 1998b).

Nga ana tjetër, sipas Brown "qëllimi kryesor i alfabetizmit mediatik është të ndihmojë përftuesit e komunikimit masiv që të bëhen në pjesëmarrës të lirë aktivë në proces dhe jo statikë, pasivë, dhe vartës të imazheve e vlerave të komunikuar vetëm nga një anë e procesit të komunikimit nga burimet mediatike." (1998:47). Alfabetizmi mediatik synon të sigurojë se publiku ka më shumë kontroll mbi mesazhet mediatike duke i mësuar pikërisht atij, publikut, që t'i shohë mesazhet mediatike brenda kontekstit të tyre të duhur. (Potter, 1998). Studiuesit të cilët mbështesin edukimin mediatik, e kanë përçuar mesazhin e tyre tek prindrit, mësuesit dhe politikë bërësit, në mënyrë që të gjithë këta aktorë të përpiqen të zhvillojnë programe për të inkurajuar një përdorim sa më të përgjegjshëm të medias tek të rinjtë dhe të rriturit. (Riddle, 1999). Gjithsesi, mund të thuhet si përfundim se përbërësi më i rëndësishëm i alfabetizmit mediatik, është një shikues i zgjuar, i cili e sheh median por nuk manipulohet prej saj.

Përfundime

Ennis (1989) pohon se zhvillimi i të menduarit reflektues përparon si një skemë e një të menduari kritik bazik. Ai përmend promovimin e të menduarit reflektues dhe të menduarit kritik duke i cilësuar ato si tepër të rëndësishme në alfabetizmin mediatik. Gjithashtu, sistemi arsimor duhet të zhvillojë një mendim të tillë kritik e autonom që t'i përgjetojë ekspozimit në rritje ndaj komunikimit masiv të centralizuar. Prandaj, të menduarit kritik është konsideruar shpirti qendror i zhvillimit të alfabetizmit mediatik. Mendimi kritik është aftësia për të bërë gjykime të besueshme kur identifikojmë, analizojmë, krahasojmë, dhe vlerësojmë argumente. Kjo aftësi është më shumë sesa akti i marrjes së gjërave përmes mjeteve të pamenduara dhe pasive. Nëse një person nuk është në gjendje të kuptojë në mënyrë kritike një mesazh, kjo do të thotë se individit i mungon aftësia për të shpërfillur autoritetin dhe e bën atë të nënshtruar ndaj pushtetit. Nëpërmjet të menduarit kritik, individit është aftësuar për të menduar përtej asaj që është dhënë nga ata me pushtet, dhe kjo i bën njerëzit të pavarur në mendimet dhe

pikëpamjet e tyre. Nisur nga ky këndvështrim roli i medias mund të jetë shumë i “rrezikshëm” në kontrollin që mund të ketë ajo mbi grupe të caktuara të shoqërisë apo të vetë shoqërisë në përgjithsi. Alfabetizimi mediatik, i cili duhet të përcillet në mënyrë të veçantë tek të rinjtë, është momentalisht “arma” më e fuqishme e shoqërisë për tu përballur me efektet negative që mund të sjellë media. Futja e elementëve të edukimit të tij në kurikulat shkollore mbetet një sfidë me të cilën duhet të përballemi sa më shpejt dhe për këtë në rradhë të parë kërkohet trajnimi i mësuesve dhe më pas i nxënësve. Kjo ditë duhet të vijë shumë shpejt në Shqipëri, pasi rritja dhe përhapja e medias dhe teknologjisë së informacionit dhe bashkë me të edhe e flukseve të pakontrolluara të lajmeve, ideve, mesazheve ka njohur ritme të jashtëzakonshme, ndaj edhe ndërhyrja duhet të jetë e shpejtë dhe në bazë të eksperiencave më të mira perëndimore në këtë drejtim.

References

1. Adams, D. M., & Hamm, M. E. (1989). *Media and Literacy: Learning in an Electronic Age: Issues, Ideas, and Teaching Strategies*. Springfield IL: Thomas.
2. Alien, R. C. (1992). *Channels of Discourse, Reassembled: Television and Contemporary Criticism*. (2nd Ed) The University of North California Press
3. Barnett, R. (1997). *Higher Education: A Critical business*, Published by SRHE and Open University Press. Printed in Great Britain by St Edmundsbury Press Ltd. Bury St Edmunds Suffolk
4. Buckingham, D. (1990). *Watching Media Learning: Making Sense of Media Education*. London: The Flamer Press.
5. Buckingham, D. (1993b). *Children Talking Television: The Making of Television Literacy*. Washington, DC: Falmer Press.
6. Culler, J. (1981). *The Pursuit of Signs: Semiotics, Literature, and Deconstruction*. Routledge, London & New York, NY.
7. Considine, D. M. (2003). Weapons of Mass Destruction? Media Literacy, Social Studies & Citizenship. In B. Duncan & K. Tyner (Eds.), *Visions/Revisions: Moving Forward with Media Education* (pp. 1-16). Madison, WI: National Telemedia Council.
8. Duncan, B. (Ed.). (1989). *Media Literacy Resource Guide*. Toronto: Ministry of Education of Ontario, Publications Branch, the Queen's Printer
9. Ennis, R. (1989). 'Critical thinking and subject-specificity: clarification and needed research', *Educational Researcher*.
10. Freire, P. (2000). *Pedagogy of the Oppressed*. New York: Continuum.
11. Gitlin, T. (1980). *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making and Unmaking of the New Left*. Berkeley: University of California Press.
12. Gitlin, T. (1983). *Inside Prime Time*. New York: Pantheon.
13. Goldberg, M. R., & Gom, G. J. (1987). Happy and Sad TV Programmes: How They Affect Reaction to Commercials. *Journal of Consumer Research*, 14(3), pp.387-403.
14. Hobbs, R. (2005). The State of Media literacy Education, *Journal of communication*, vol. 55, No. 4, pp. 865-871. International Communication Association.
15. Hobbs, R. (2005). "What's News?" Students' Attraction to News and Entertainment ISHM (2011), Femijet dhe media
16. Media can Fuel Comprehension and Critical Thinking, Educational Leadership, Association for Supervision & Curriculum Development, Retrieved 10 Nov, 2007
17. Merrill, J. (1974). *The Imperative of Freedom*. New York: Hastings House.
18. Potter, W. J. (2004). *Theory of Media Literacy: a Cognitive Approach*. Sage Publications, Inc.
19. Postman, N. (1987). *Amusing Ourselves to Death- Public Discourse in the Age Show Business*, Methuen, London.