



# درآمدی بر کتاب درسی «تفکر و سواد رسانه‌ای»

پیشینه ، ساختار محتوایی، شیوه های تدریس و ارزیابی، چالش‌های پیش رو

حسین حق پناه

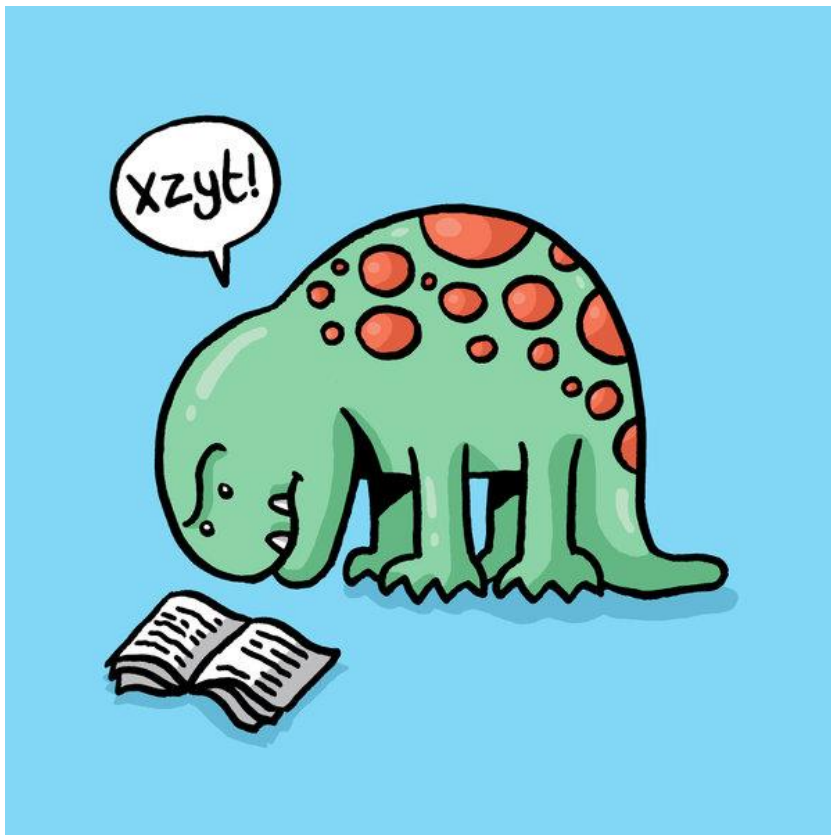
Haqpanah.ir



## پیشینه «آموزش» سواد رسانه‌ای

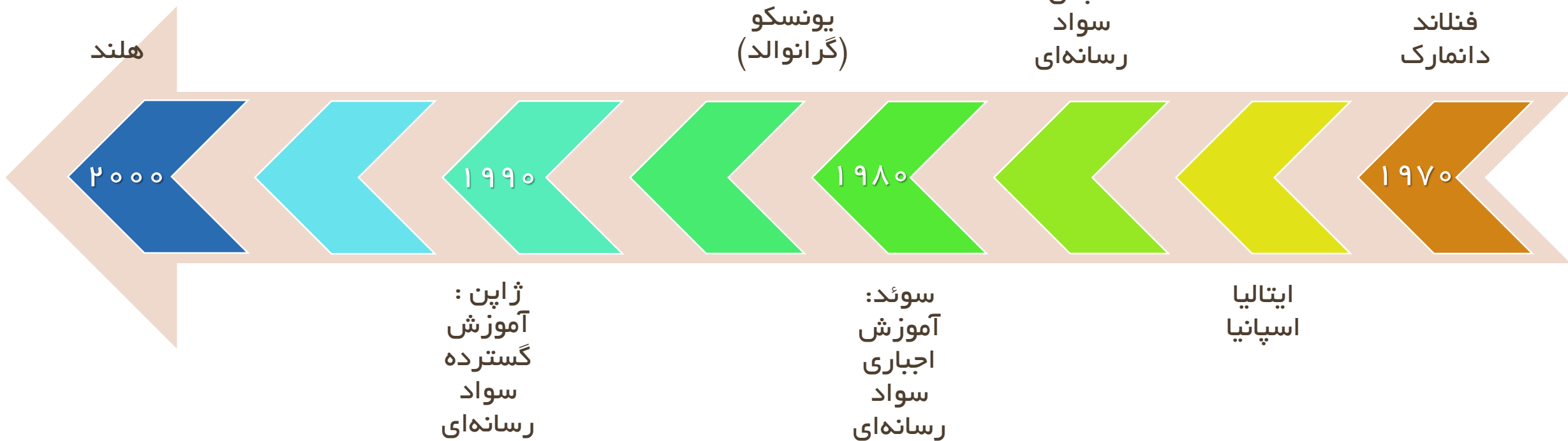
- در عصر اطلاعات مفهوم سواد، بسیار فراتر از خواندن و نوشتن شده و اگر کسی نحوه دسترسی سریع و استفاده صحیح از تمامی انواع رسانه‌ها را نداشته باشد **بی‌سواد** تلقی می‌شود!

- از این رو از سال ۱۹۶۵ اصطلاح «**سواد رسانه‌ای**»، در سراسر دنیا، به‌عنوان یک ضرورت برای زنده ماندن (!) خیلی جدی گرفته شده است!



# پیشینه «آموزش» سواد رسانه‌ای





## آموزش رسمی «سواد رسانه‌ای در بیش از ۹۰ کشور دنیا

# مقدمه ای بر یک نهضت ...

- سند تحول آموزش و پرورش:



## مقدمه ای بر یک نهضت ...



۷- ترویج هنجارها، ارزش‌ها و سبک زندگی اسلامی ایرانی و ممانعت از رخنه‌ها و آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی در این عرصه و مقابله مؤثر با تهاجم همه‌جانبه فرهنگی و نیز ارتقای فرهنگ کاربری و سواد فضای مجازی جامعه.

# دو فرصت و یک خطر

در استفاده از ابزار رسانه‌ای جدید

رهبر معظم انقلاب روز دوشنبه در دیداری با اشاره به ضرورت پاسخ به شبهات با استفاده از ابزار رسانه‌ای جدید فرمودند:

... امروز شما ملاحظه کنید، هر انسانی که فرض کنید یک تبلت دستش باشد، با همه‌ی افکار انحرافی می‌تواند مواجه بشود؛ حالا به قدری که ظرفیت دارد. با این نگاه به مسئله نگاه کنید که شما چقدر نقش می‌توانید ایفا کنید. به نظر من این وسایل رسانه‌ای جدید، هم یک فرصت است، هم یک خطر است؛ فرصت از دو نظر، خطر از یک جهت.

**خطر از این جهت که ممکن است این حرفها و شبهه‌ها، در ذهن جوان‌ها و غیر جوانها اثر بگذارد.**

اما از دو جهت فرصت است: یکی اینکه ما مطلع می‌شویم که چه شبهه‌هایی وجود دارد. یکی از مشکلات کار ما این است که ما شبهه‌ها را همیشه‌ها را می‌شناسیم. من می‌بینم خیلی از آقایان محترم خب با دانشجو مواجه‌اند، [اما] آنچه در ذهن او و در دل او می‌گذرد را نمی‌دانند. به برکت فضای مجازی می‌توانیم کشف کنیم که چه چیزهایی امروز مطرح است؛ این یک فرصت بسیار بالارزشی است. **فرصت دوم هم این است که از همین طریق می‌توانیم شبهه را برطرف کنیم.**

بنابر این اینکه گفت «هر عسری دو یسر همراهش است»، اینجا این تهدید دو فرصت همراه خودش دارد که از این دو فرصت باید حداکثر استفاده را کرد. این کار اساسی‌ای است که امروز لازم است انجام بگیرد.



## مقدمه ای بر یک نهضت ...

تالیف و ترجمه  
کتب دانشگاهی

همایش ها و  
هم اندیشی ها

کلاس ها  
و کارگاه ها

تالیف کتب  
ترویجی و عمومی

# مقدمه ای بر یک نهضت ...



تفکر و  
سبک زندگی +  
مطالعات اجتماعی  
پایه هفتم

تفکر و پژوهش  
پایه ششم

۹۴

۹۳

۹۲

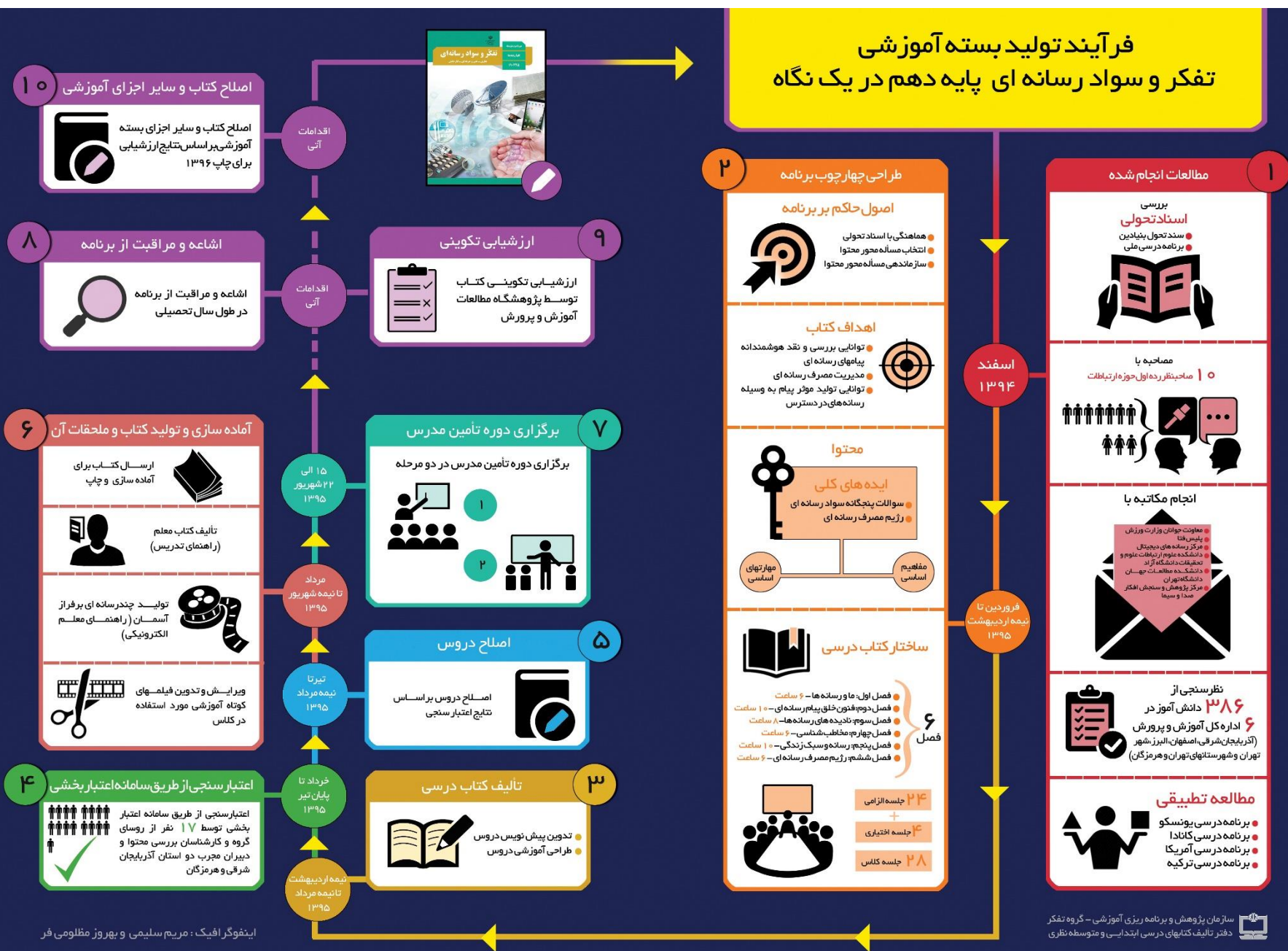
۹۱

زبان انگلیسی  
پایه نهم

تفکر و  
سبک زندگی  
پایه هفتم

تولد یک کتاب  
گام دوم یک نهضت ...

# فرآیند تولید بسته آموزشی تفکر و سواد رسانه ای پایه دهم در یک نگاه



### ۱ مطالعات انجام شده

**بررسی**  
استادتحولی  
سند تحول بنیادین  
برنامه درسی ملی

۱۰ مصاحبه با  
۱۰ صاحب نظران حوزه ارتباطات

**انجام مکتبه با**

- معاونت جوانان وزارت ورزش
- پایس فا
- مرکز رسانه های دیجیتال
- دانشکده علوم ارتباطات علوم و
- تحقیقات دانشگاه آزاد
- دانشکده مطالعات جهان
- دانشگاه تهران
- مرکز پژوهش و سنجش افکار
- مدا و سما

**نظرسنجی از**  
۳۸۶ دانش آموز در  
۶ اداره کل آموزش و پرورش  
(آذربایجان شرقی، اصفهان، البرز، شهر  
تهران و شهرستانهای تهران و هرمزگان)

**مطالعه تطبیقی**

- برنامه درسی یوتسکو
- برنامه درسی کانادا
- برنامه درسی آمریکا
- برنامه درسی ترکیه

### ۲ طراحی چهار چوب برنامه

**اصول حاکم بر برنامه**

- همه گیری با اسناد تحولی
- انتخاب مسأله محور محتوا
- سازماندهی مسأله محور محتوا

**اهداف کتاب**

- توانایی بررسی و نقد هوشمندانه پیامهای رسانه ای
- مدیریت مصرف رسانه ای
- توانایی تولید موثر پیام به وسیله رسانه های در دسترس

**محتوا**

**ایده های کلی**

- سوالات پیکانه سواد رسانه ای
- رژیم مصرف رسانه ای

مفاهیم: آسانسور، مهارتهای آسانسور

**ساختار کتاب درسی**

۶ فصل

- فصل اول: ما و رسانه ها - ۶ ساعت
- فصل دوم: فواید خلق پیام رسانه ای - ۱۰ ساعت
- فصل سوم: تأثیرهای رسانه ها - ۸ ساعت
- فصل چهارم: مخاطب شناسی - ۶ ساعت
- فصل پنجم: رسانه و سبک زندگی - ۱۰ ساعت
- فصل ششم: رژیم مصرف رسانه ای - ۶ ساعت

۲۴ جلسه الزامی  
+  
۴ جلسه اختیاری  
۲۸ جلسه کلاسی

### ۳ تالیف کتاب درسی

- تدوین پیش نویس دروس
- طراحی آموزشی دروس

### ۴ اعتبار سنجی از طریق سامانه اعتبار بخشی

اعتبارسنجی از طریق سامانه اعتبار بخشی توسط ۱۷ نفر از روسای گروه و کارشناسان بررسی محتوا و دبیران مجرب دو استان آذربایجان شرقی و هرمزگان

۱۵ الی ۲۲ شهریور ۱۳۹۵

مرداد تا نیمه شهریور ۱۳۹۵

تیر تا نیمه مرداد ۱۳۹۵

خرداد تا پایان تیر ۱۳۹۵

نیمه اردیبهشت تا نیمه مرداد ۱۳۹۵

### ۵ اصلاح دروس

اصلاح دروس بر اساس نتایج اعتبارسنجی

### ۶ آماده سازی و تولید کتاب و ملحقات آن

- ارسال کتاب برای آماده سازی و چاپ
- تأیید کتاب معلم (راهنمای تدریس)
- تولید چند رسانه ای بر فراز آسمان (راهنمای معلم الکترونیکی)
- ویرایش و تدوین فیلم های کوتاه آموزشی مورد استفاده در کلاس

### ۷ برگزاری دوره تأمین مدرس

برگزاری دوره تأمین مدرس در دو مرحله

### ۸ اشاعه و مراقبت از برنامه

اشاعه و مراقبت از برنامه در طول سال تحصیلی

### ۹ ارزشیابی تکوینی کتاب

ارزشیابی تکوینی کتاب توسط پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش

### ۱۰ اصلاح کتاب و سایر اجزای آموزشی

اصلاح کتاب و سایر اجزای بسته آموزشی بر اساس نتایج ارزشیابی برای چاپ ۱۳۹۶

اینفوگرافیک: مریم سلیمی و بهروز مظلومی فر

سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی - گروه تفکر دفتر تالیف کتابهای درسی ابتدایی و متوسطه نظری



تولید کننده  
خلاق

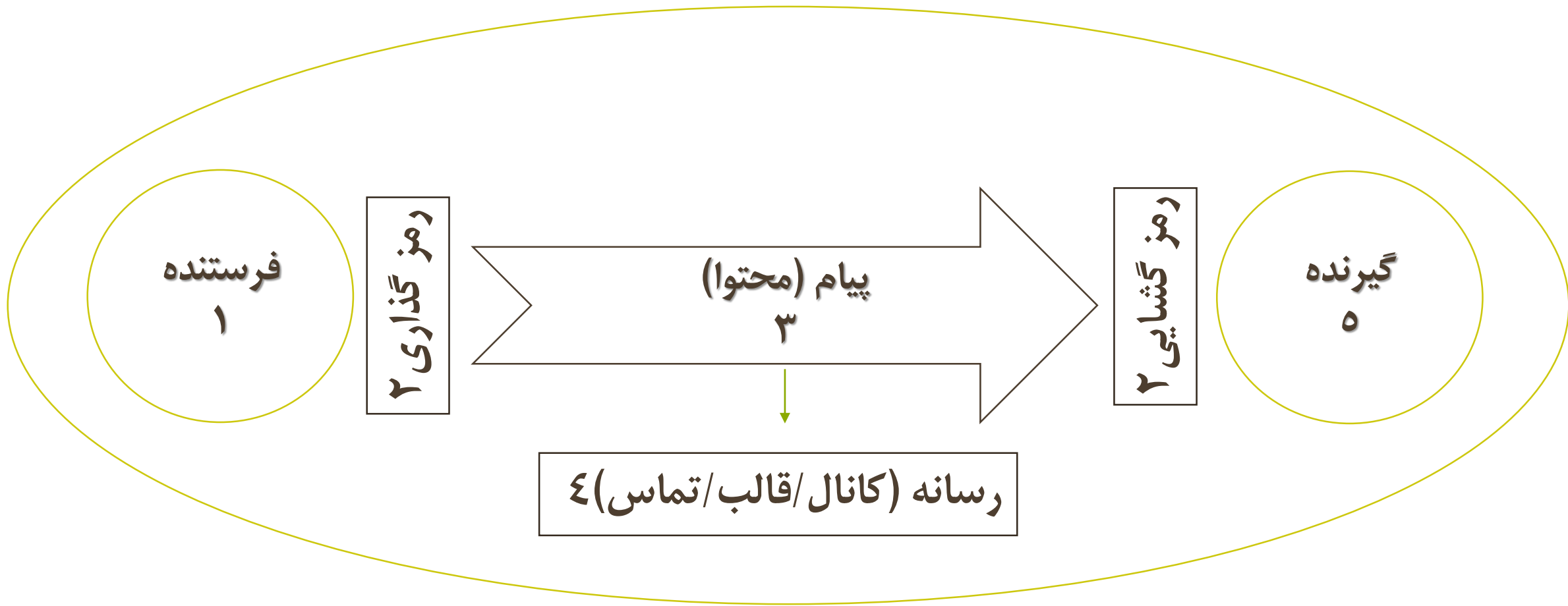
مخاطب  
هوشمند

مخاطب فعال

مخاطب منفعل







۶ بافت / بستر / فرهنگ



کلیدواژه	پرسش اصلی	مفهوم ارتباطی	فصول کتاب درسی
چه کسی؟	چه کسی پیام را تولید کرده است؟	فرستنده	۳
چه پیامی؟	چه سبک زندگی، ارزش ها و نظریاتی در پیام ارائه یا حذف شده است؟	محتوا (پیام)	۵
چرا؟	چرا این پیام فرستاده شده است؟	هدف (انگیزه)	۳
برای چه کسی؟	افراد مختلف این پیام را چگونه متفاوت درک می کنند؟	گیرنده	۴
از چه طریقی؟	از چه فنونی برای جلب توجه مخاطب استفاده شده است؟	قالب (رمزگان/ رسانه)	۲

## فصل ۱ : ما و رسانه ها

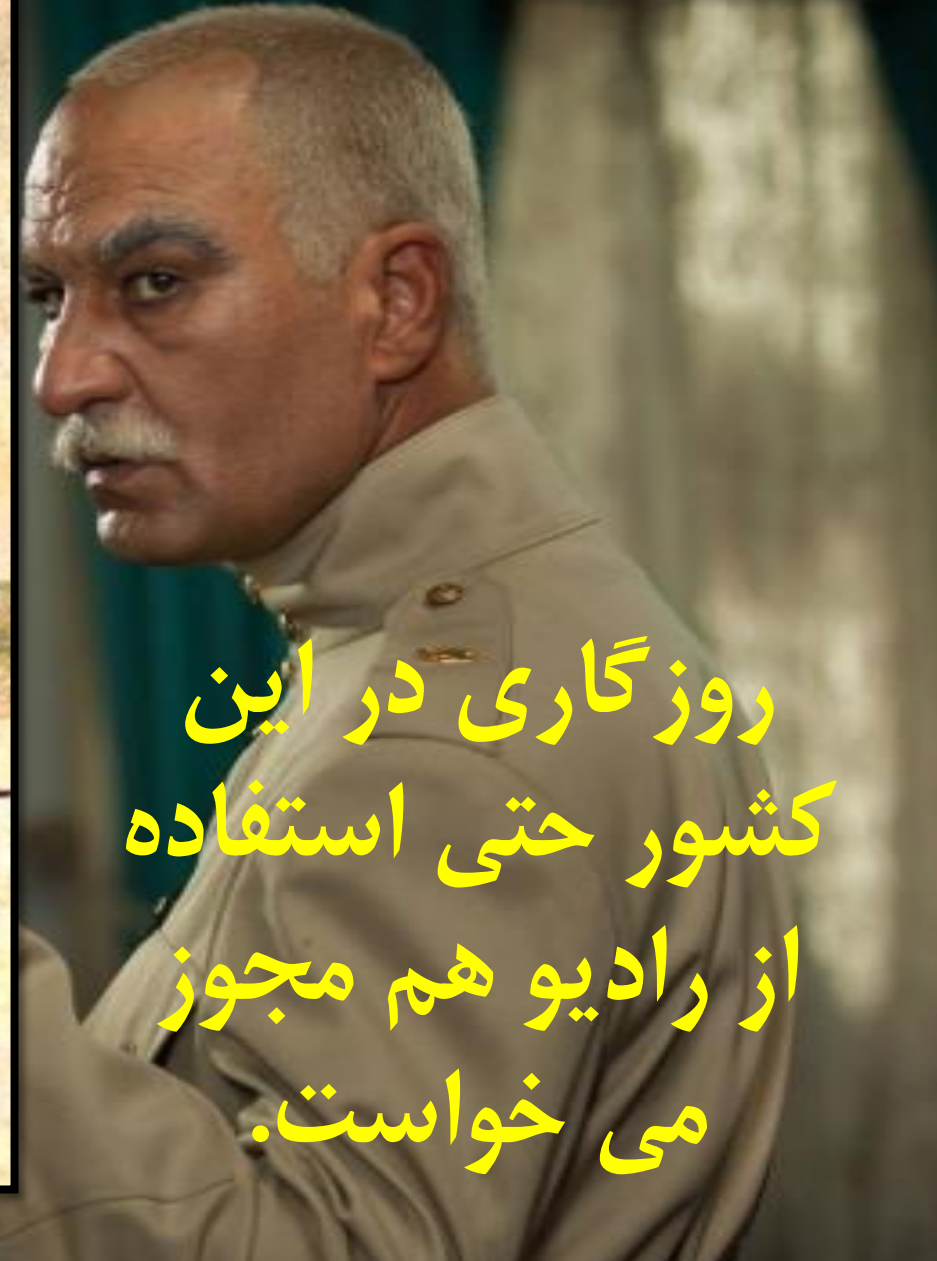
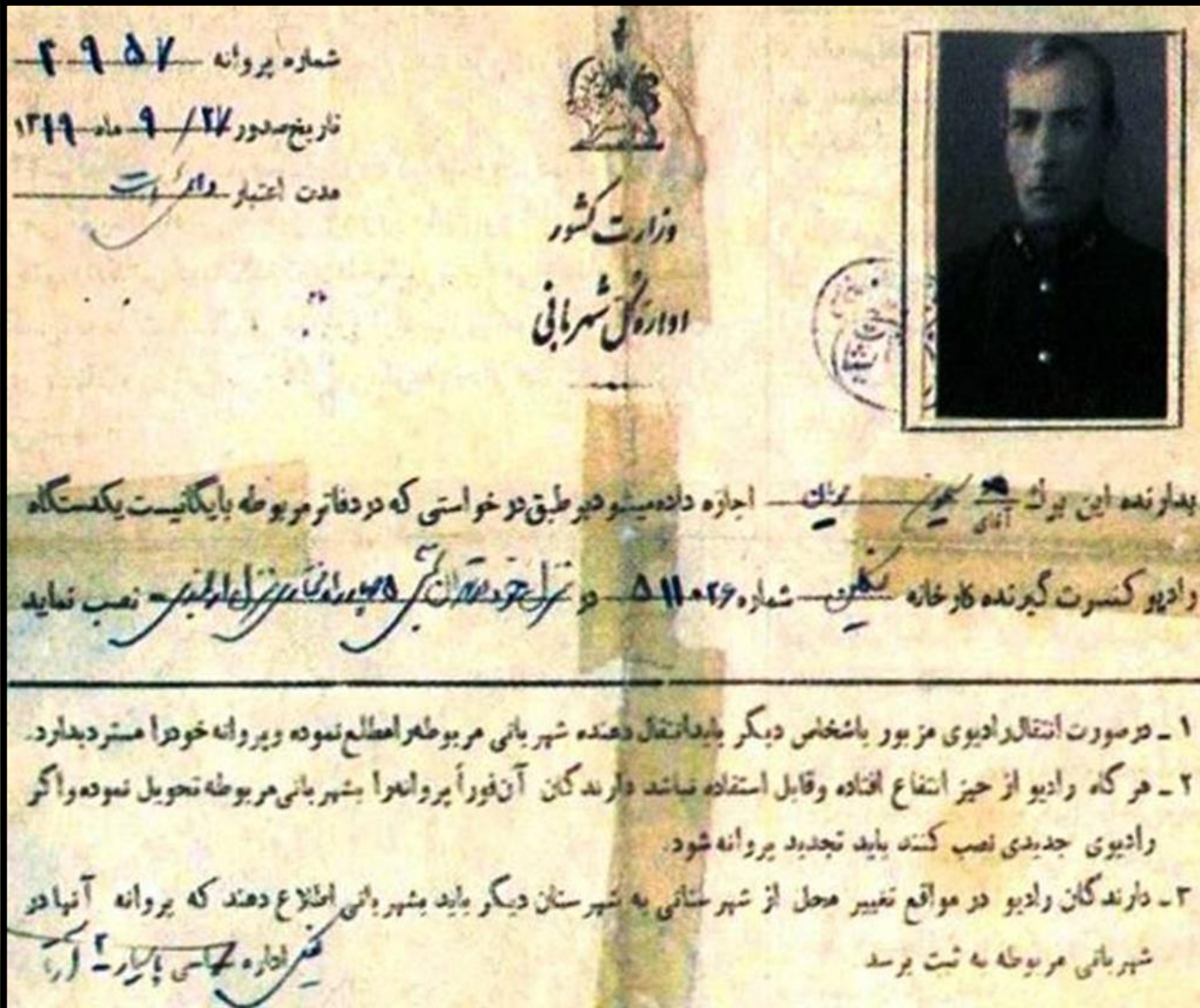
پیام همبرگری

رسانه در گذر  
زمان

پنجگانه سواد  
رسانه‌ای

رسانه در گذر  
زمان





روزگاری در این کشور حتی استفاده از رادیو هم مجوز می خواست.



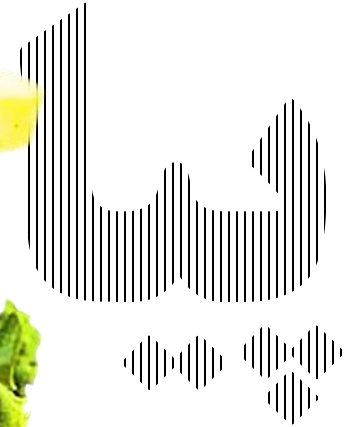
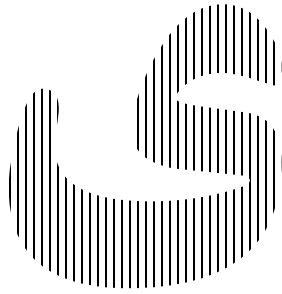
## پیام همبرگری

- متن
- زیرمتن
- فرامتن

فداقتن



ریزسی



# فرا متن

خارج از خواست و اراده تولید کننده و مصرف کننده پیام است  
و به فرهنگ، وضعیت زمانی و مکانی و عناصر بیرونی پیام  
برمی گردد.



متن را تولید کننده پیام به شکلی صریح و بی واسطه می سازد.



می شود.

# زیر متن

توسط تولید کننده به کمک فنون رسانه ای رمز گذاری و  
توسط مخاطب بسته به دانایی و توانایی وی رمز گشایی





# پنج گانه سواد رسانه‌ای

مفهوم ارتباطاتی	پرسش اصلی	کلیدواژه
فرستنده	چه کسی پیام را تولید کرده است؟	چه کسی؟
محتوا (پیام)	چه سبک زندگی، ارزش ها و نظریاتی در پیام ارائه یا حذف شده است؟	چه پیامی؟
هدف (انگیزه)	چرا این پیام فرستاده شده است؟	چرا؟
گیرنده	افراد مختلف این پیام را چگونه متفاوت درک می کنند؟	برای چه کسی؟
قالب (رمزگان/رسانه)	از چه فنونی برای جلب توجه مخاطب استفاده شده است؟	از چه طریقی؟

## فصل ۲: فنون خلق پیام‌های رسانه‌ای

بازنمایی

کلیشه سازی

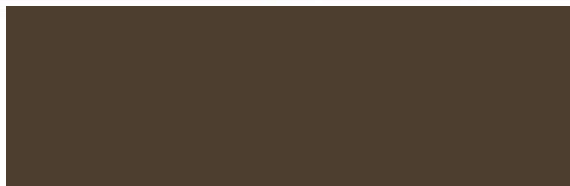
کلیشه بدن

فنون اقناع

ما هم می توانیم



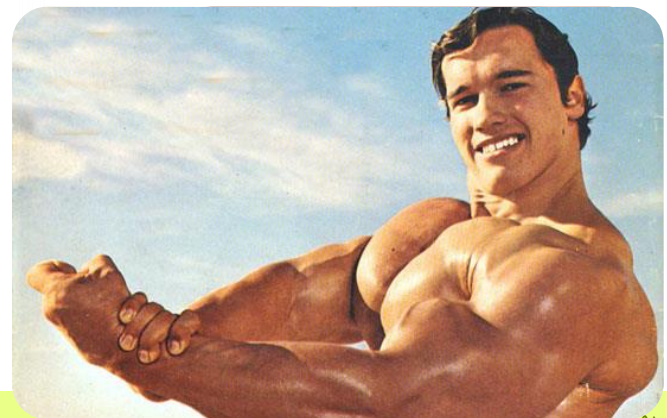
## بازنمایی





**تروریست!**









باربی اولین عروسکی که کودکان به هنگام بازی به جای این  
که مادرش باشند دوست داشتند خودش باشند.



۱. گواہی دادن (ہمراہی جماعت)؛

توسط مردم عالی، چہرہ ہا و نخبگان، ستارہ ہا، ...

۲. قداے معانے؛

۳. تطمیع (ترغیب؛ رشوہ)

۴. ادعای آشکار و مستند

۵. شدت (...ترین، اولین، ...)

۶. ترس

۸. شوخے و طنز

۹. تکرار و بازگوئے

۱۰. گرم و صمیمے



زبان اقناع!

تکنیک اثر گذاری و ساندہا



# زبان اقناع!

ذات نهفته رساله‌ها

۱۱. دروغ بزرگ

۱۲. برچسب زدن

۱۳. حس نوستالژیک

۱۴. شواهد علمه

۱۵. پرسش های معلوم الجواب

۱۶. مقایسه

۱۷. بزرگنمایی و اغراق (ظاهری یا مفهومی)

۱۸. استفاده از نمادها (مذهب، ملی، فرهنگ)

۱۹. کاریزما (اعتبار منبع)

۲۰. دسته بندی کارت ها (پاره حقیقت گوئی)

## فصل ۳: نادیده‌های رسانه‌ها

مهندسان پیام

صاحبان رسانه‌ها

دروازه بانی خبر

اعتراض

تزیق گاز UF6 به سانتر فیزیو های IR5 آغاز شد

اعتراض ۱۳۰۰ دانشمند به دستور ترامپ

سردرگمی اتباع کشورمان در فرودگاه های دنیا

روحانی: نمی توان بین ملت ها دیوار کشید

امریکا در زندان ترامپ

قرار بود برگردد

روایتی از جلسه چهار ساعته و بی نتیجه مجلس با شهردار

اهاوز زیر گرد و غبار

تیترا اصلی هر روزنامه چیست؟

- تیترا اصلی روزنامه را چگونه تشخیص دادید؟
- شباهت و تفاوت تیترا اصلی در دو روزنامه چیست؟
- خبرهای نیم‌تای بالای صفحه اول چیستند؟

تصویر اصلی هر روزنامه چیست؟

- تصویر اصلی روزنامه چه ارتباطی با تیترا اصلی دارد؟
- شباهت و تفاوت تصویر اصلی در دو روزنامه؟

خبرهایی با موضوع مشابه در روزنامه‌ها وجود دارد؟

- تیترا خبرهای با موضوع مشترک را با هم مقایسه کنید.
- اندازه متن خبرهای با موضوع مشترک را با هم مقایسه کنید.
- نحوه چینش خبرهای با موضوع مشترک را با هم مقایسه کنید.

وطن امروز

روزنامه صبح اسپران

دعای با آتش نشانیان صبح دوشنبه

دولت به سهامداران زور می‌گوید

کورس ناگوار آمدی

قفل!

خاک غیر قابل تحمل آب و بوق اهاوز را هم قطع کرد

## فصل ۴: مخاطب شناسی

مخاطب خاص!

مخاطب فعال / منفعل

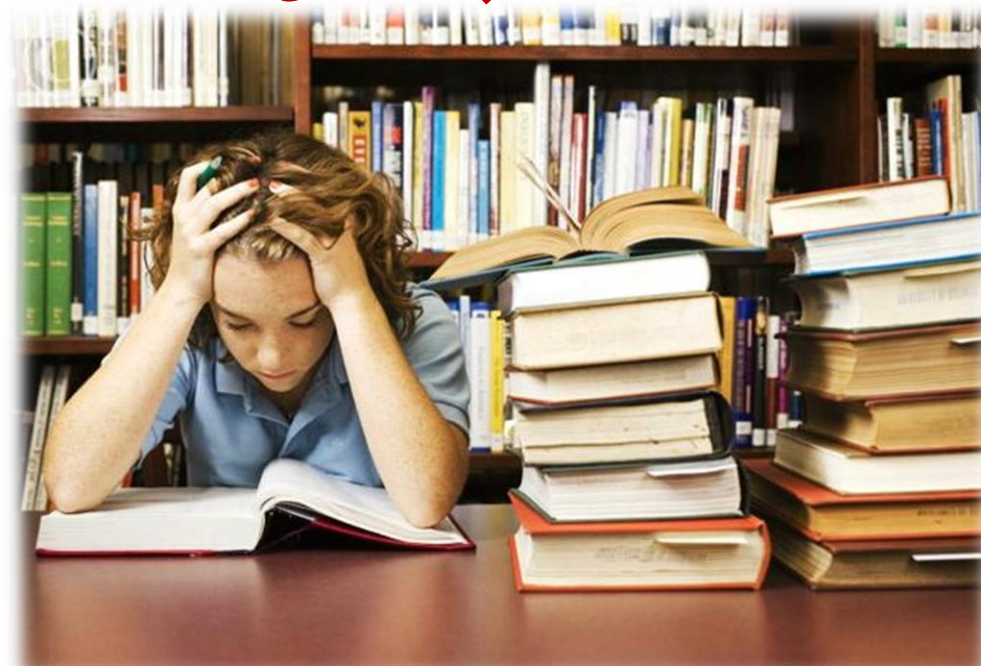
حقوق مخاطب

# ما در مواجهه با رسانه ها به دو دسته تقسیم می شویم:

## مخاطب منفعل



## مخاطب فعال



# با حقوق خود آشنا شوید



## فصل ۵: رسانه و سبک زندگی

بازنمایی عناصر سبک زندگی در رسانه ها

ابزار رسانه ای و سبک زندگی

بازی و سبک زندگی

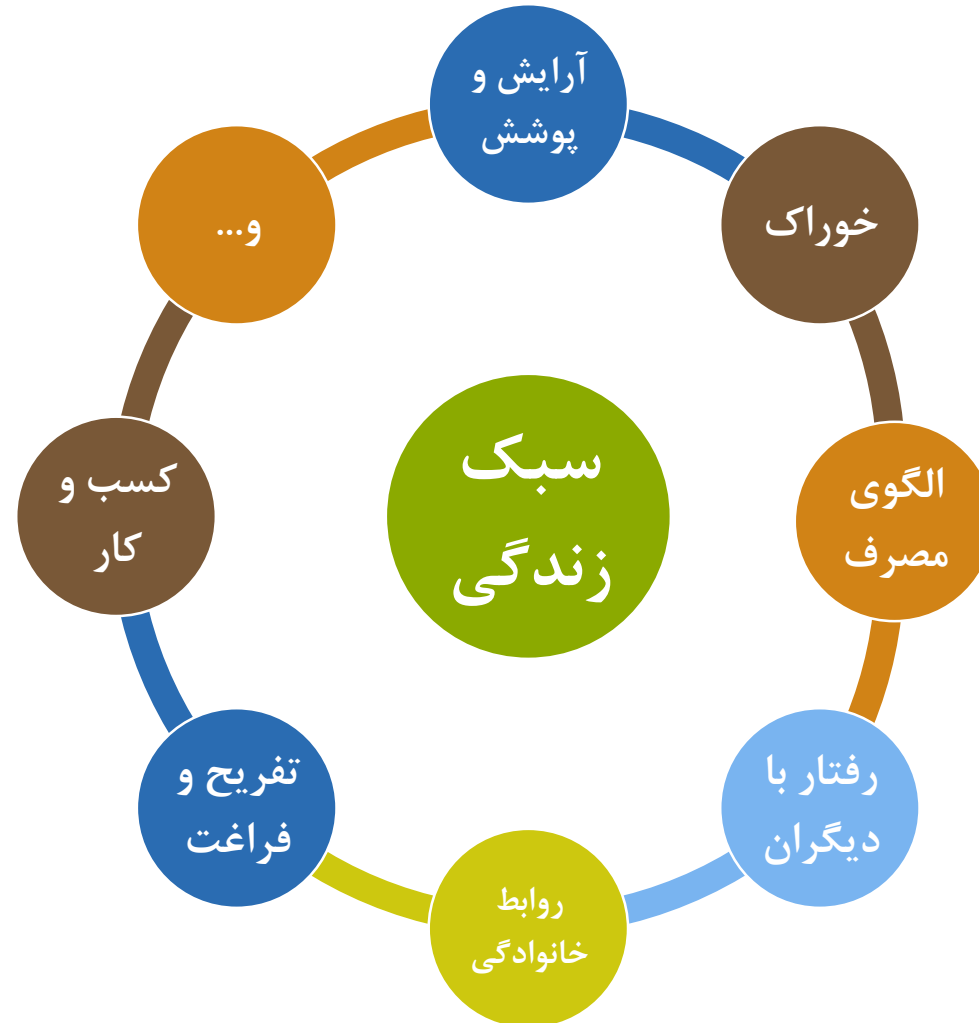
سلبریتی ها

زندگی دوم

مرور پنجگانه سواد رسانه ای



# سبک زندگی (Lifestyle)



## سلبریتی ها



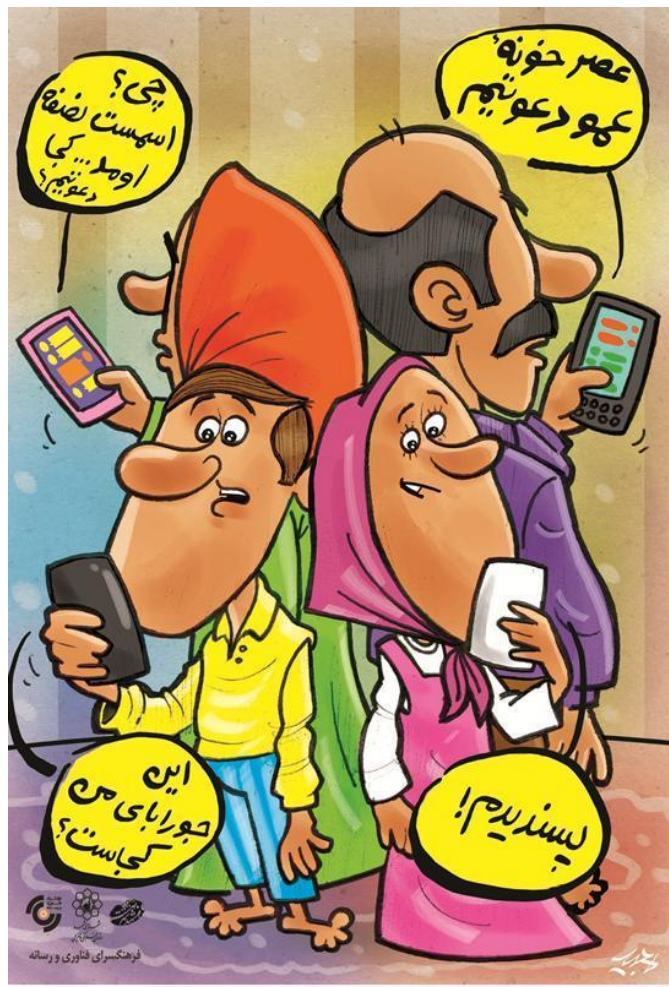
# ابزارهای رسانه ای و سبک زندگی

به خانواده برگردیم

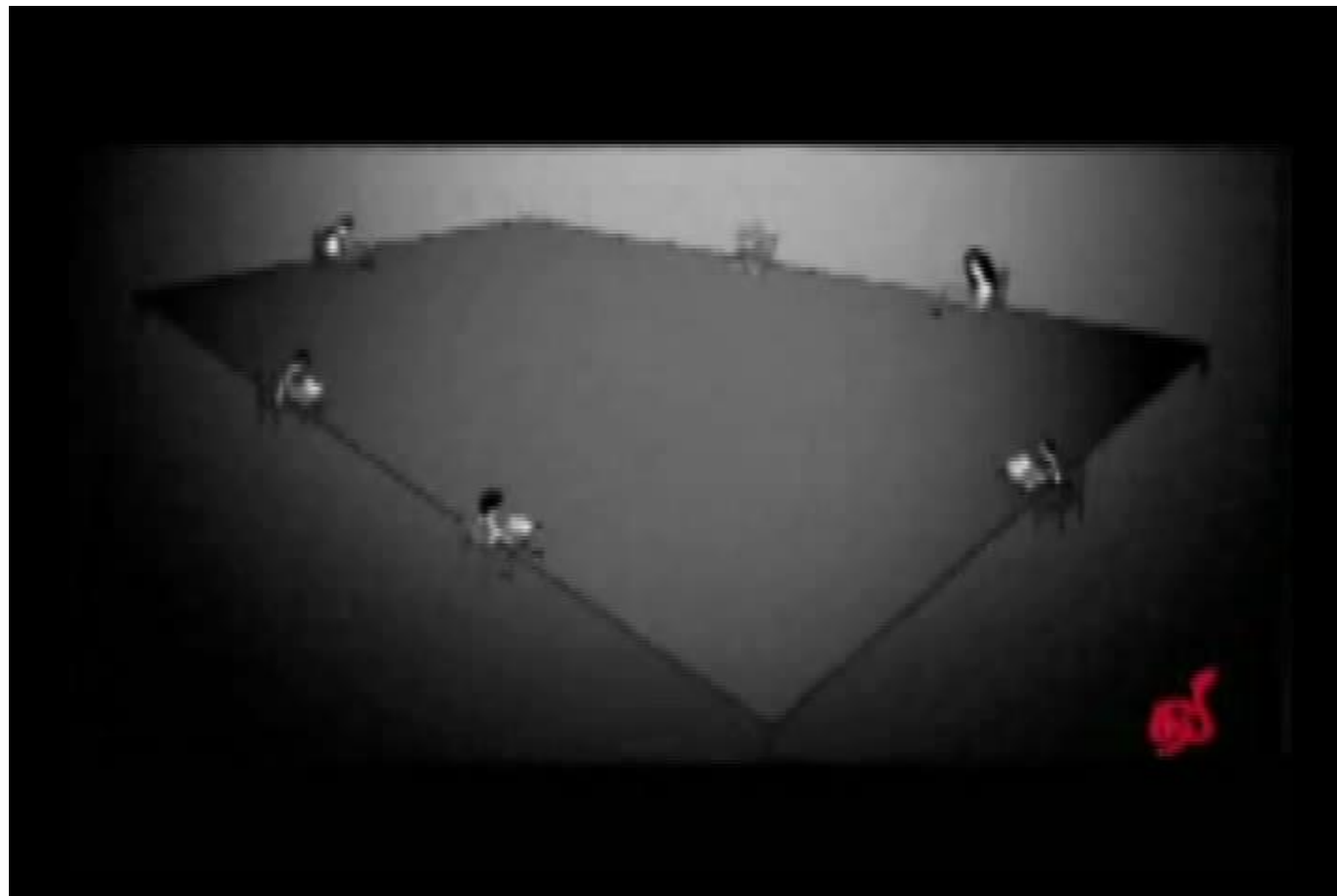
اجازه ندهیم رسانه‌ها ما را از هم دور کنند.



# ابزارهای رسانه ای و سبک زندگی



# ابزارهای رسانه ای و زندگی ما...



# ویژگی های فضای مجازی



## فصل ۶: رژیم مصرف رسانه ای

محدود و مشروط

اطلاعات زرد

اشباع رسانه ای

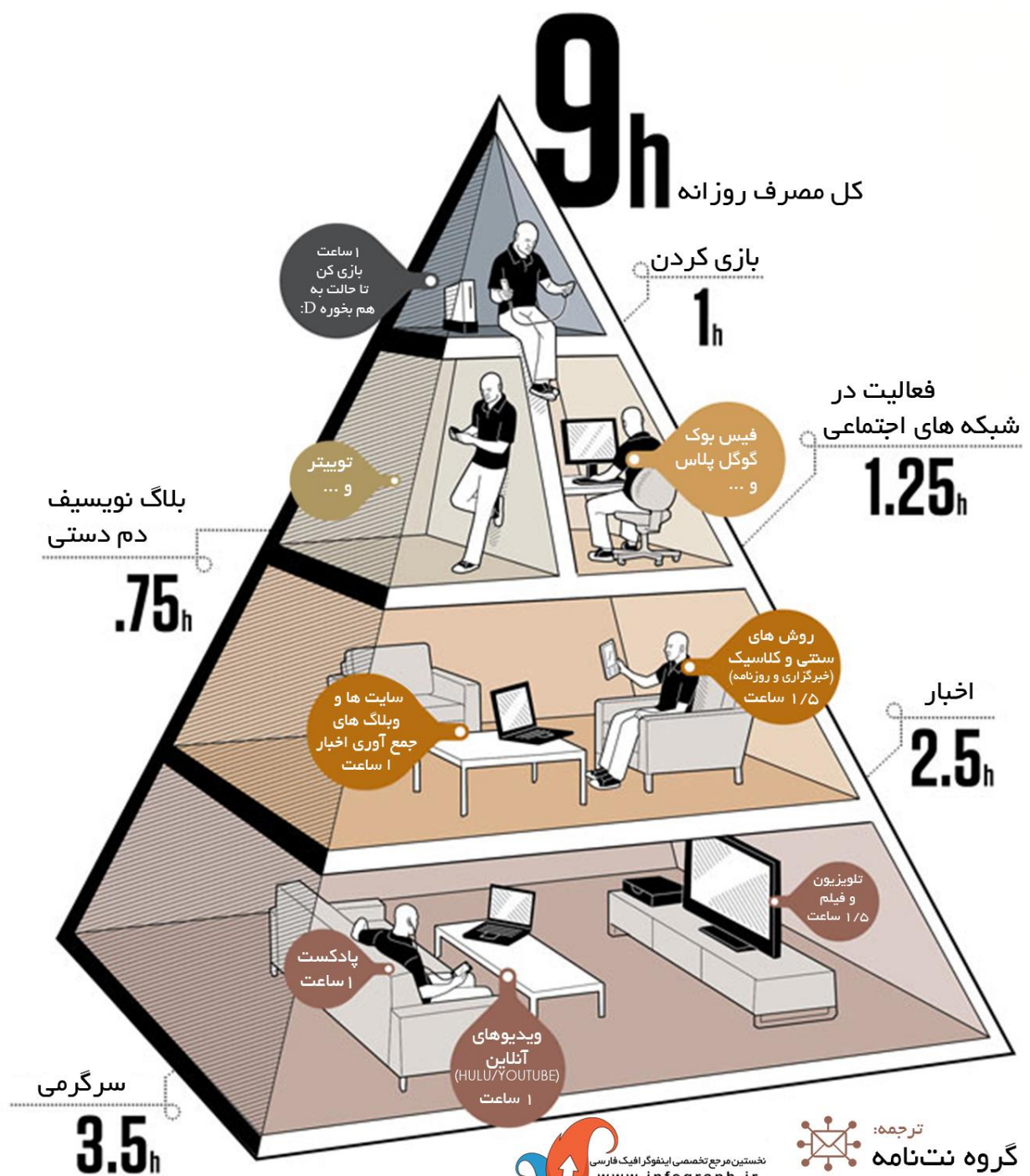
اعتیاد رسانه ای

اصول تعیین رژیم مصرف

اخلاق رسانه ای

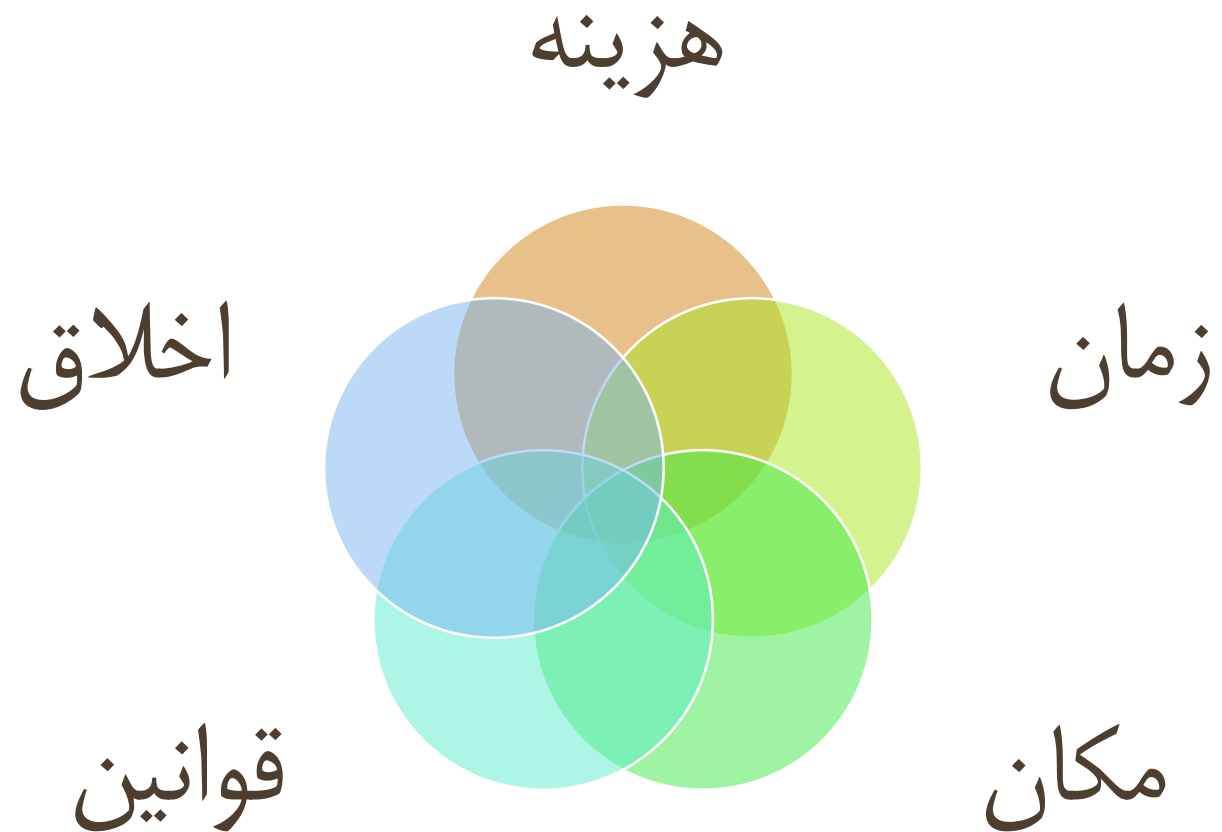
رژیم  
مصرف  
رسانه ای،

دستوری عمومی  
برای سلامتی  
رسانه ای





# محدودیت ها در استفاده از رسانه ها



# ATTENTION PARENTS

**G GENERAL AUDIENCES**

All Ages Admitted

**TAKE THE KIDS.**

**PG PARENTAL GUIDANCE SUGGESTED**

SOME MATERIAL MAY NOT BE SUITABLE FOR CHILDREN

**KNOW YOUR KIDS.**

**PG-13 PARENTS STRONGLY CAUTIONED**

Some Material May Be Inappropriate for Children Under 13

**SEE IT WITH YOUR KIDS.**

**R RESTRICTED**

UNDER 17 REQUIRES ACCOMPANYING PARENT OR ADULT GUARDIAN

**THINK BEFORE TAKING YOUR KIDS.**

**NC-17 NO ONE 17 AND UNDER ADMITTED**

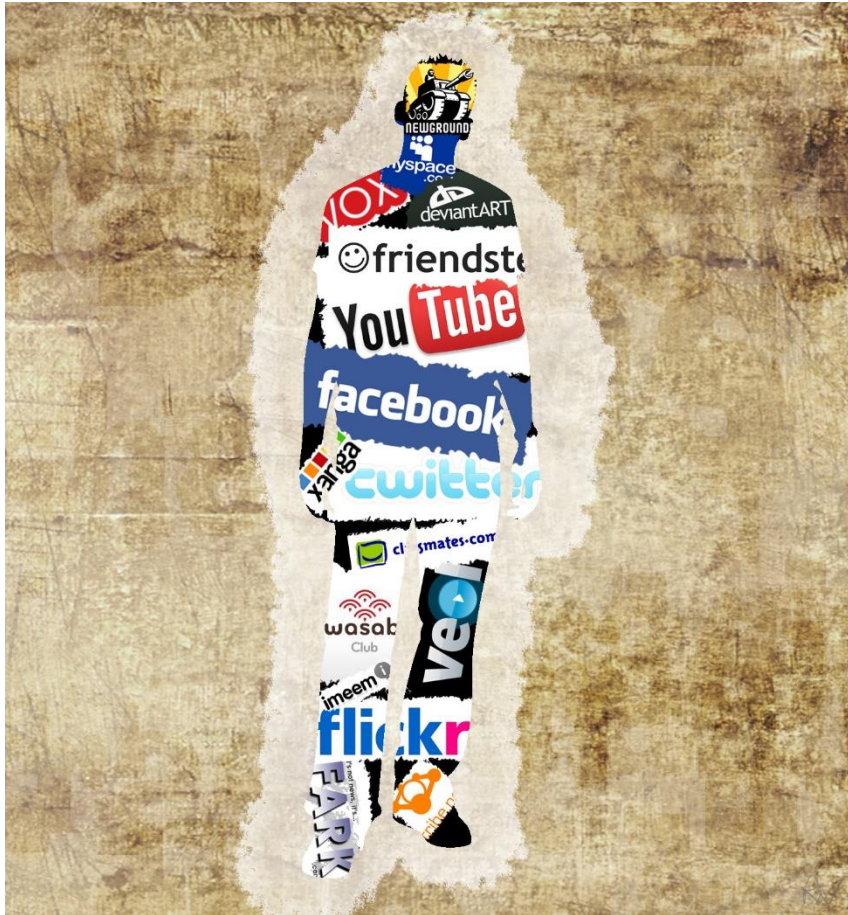
**HIRE A SITTER.**

**EXERCISE RESPONSIBILITY**

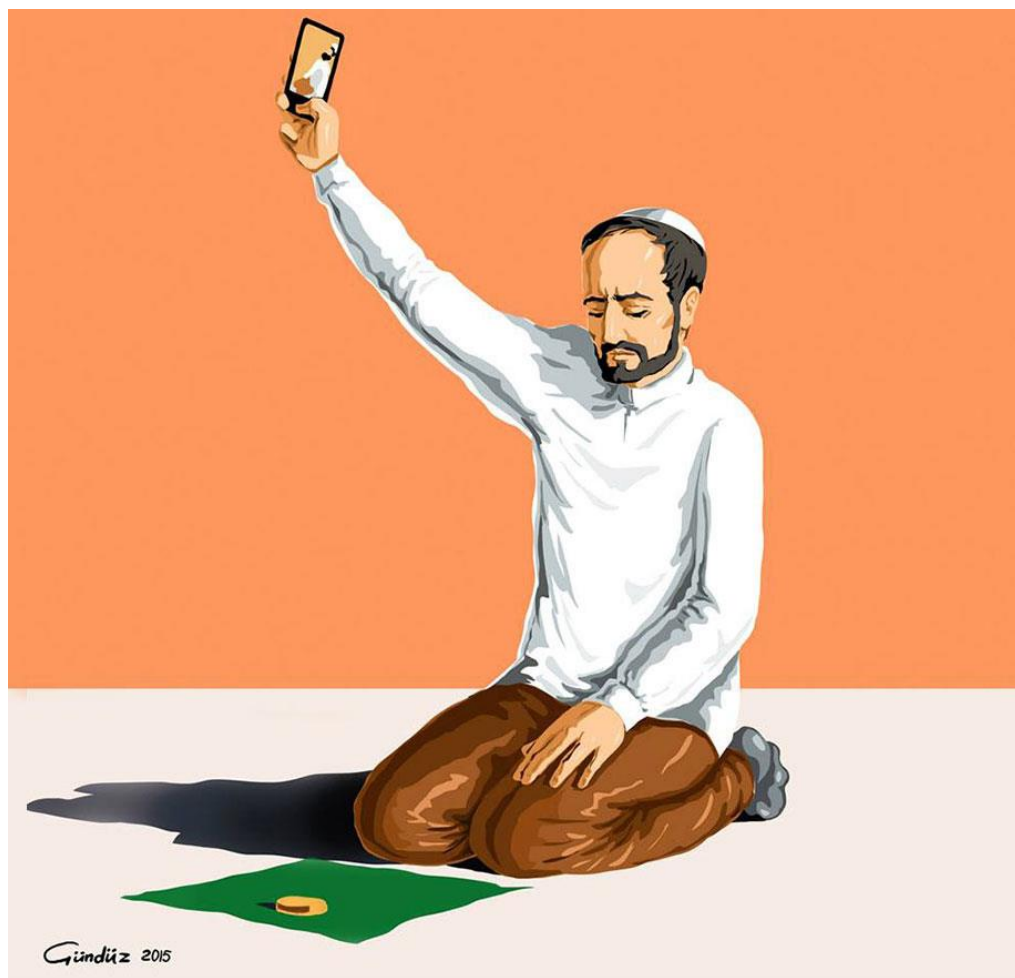
[www.filmratings.com](http://www.filmratings.com)



## زرد کم عمق



## وابستگی رسانه‌های



# اخلاق رسانه‌های



Taghvamajazi

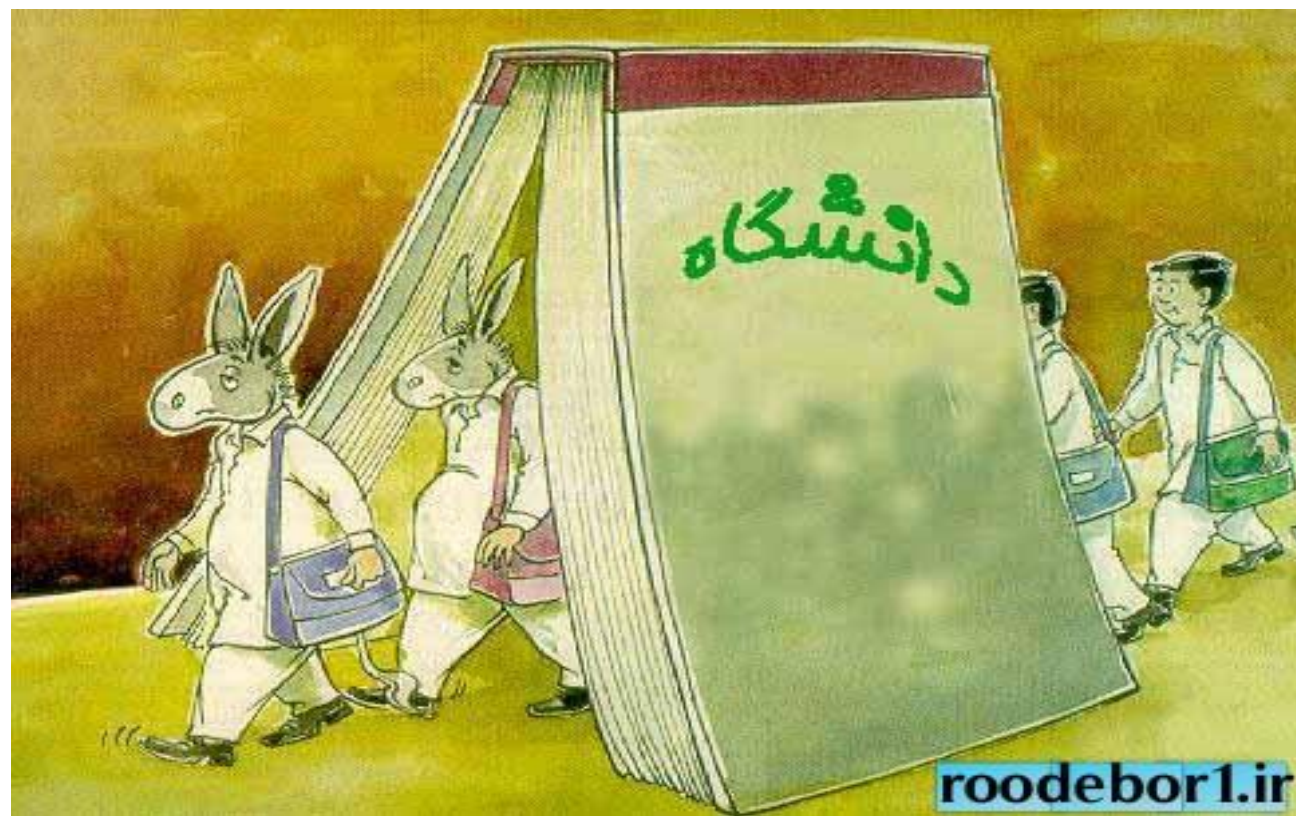
#تقوا در دنیای مجازی



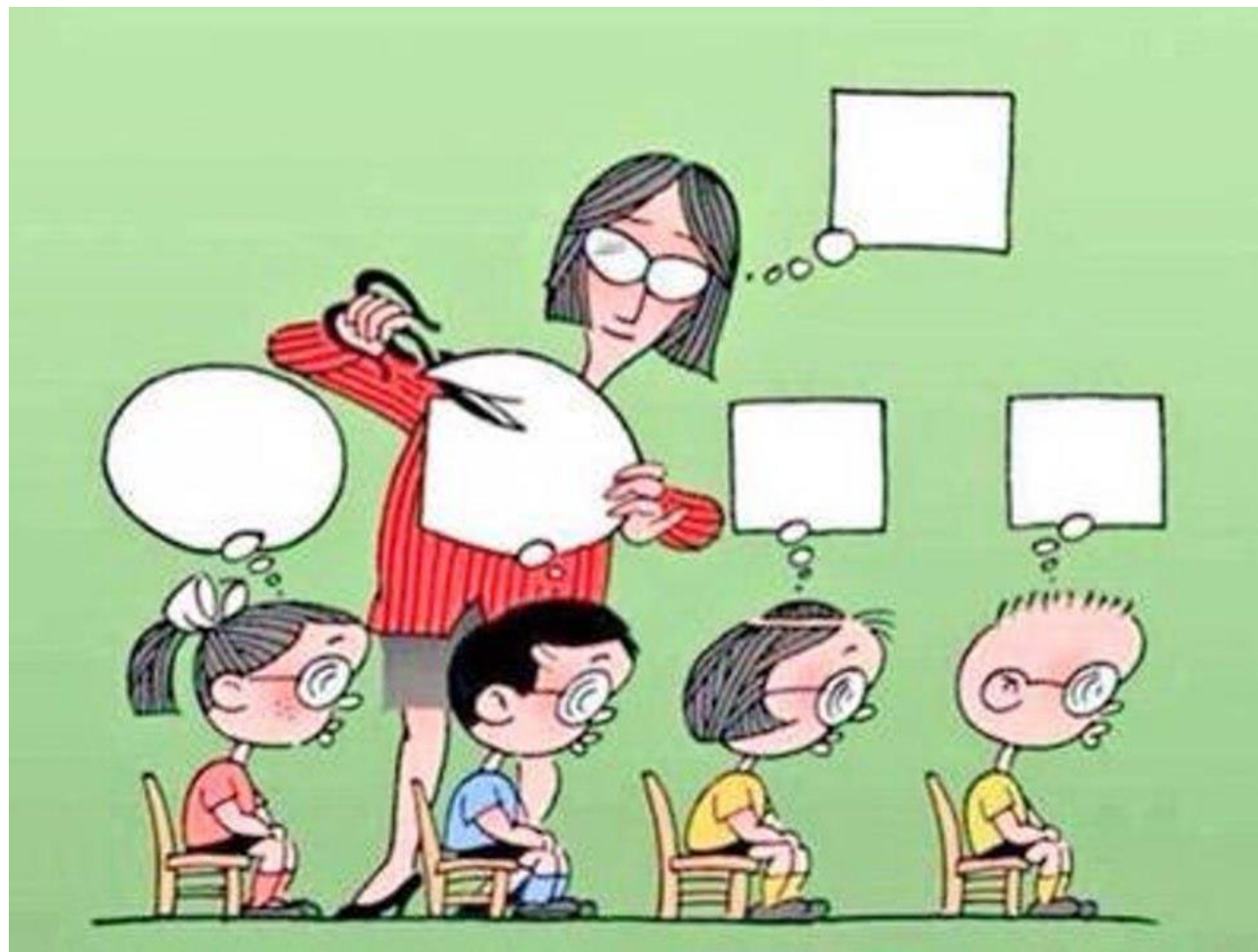
نهضت ادامه دارد ...



# واقعیت ساختار آموزش؟! نظر شما چیه...



# واقعیت ساختار آموزش!؟ نظر شما چیه...





# تدریس کتاب

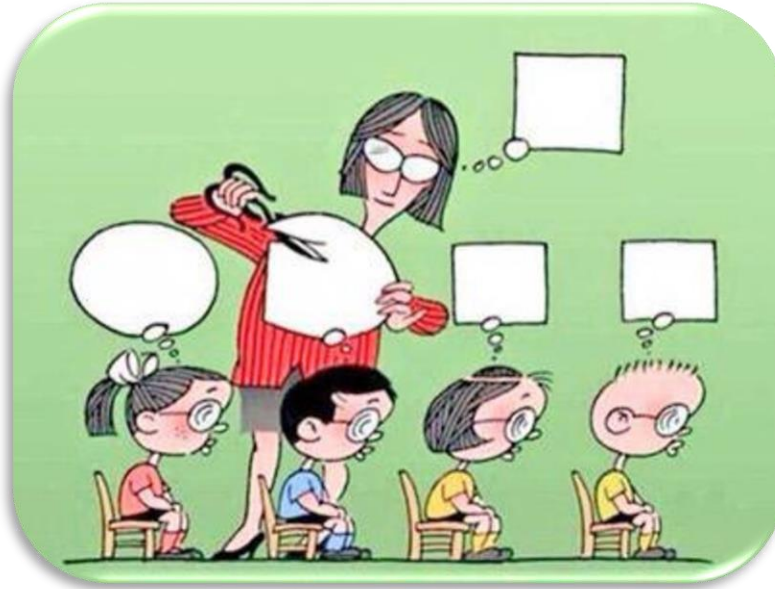
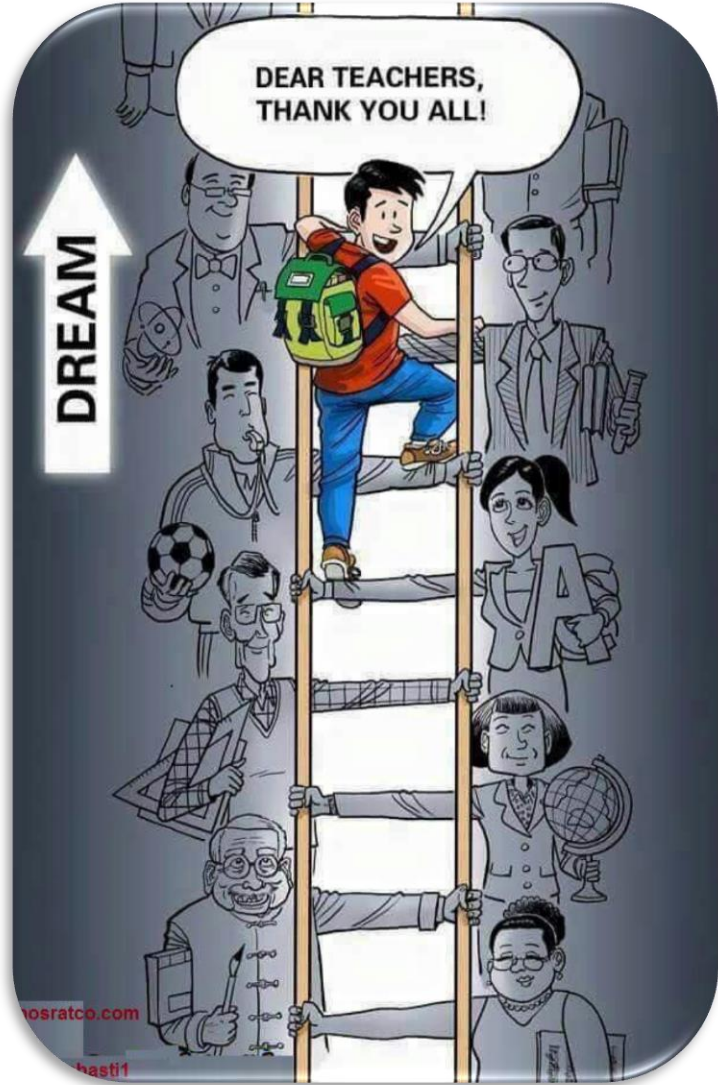


# کتاب درسی



## کتاب درسی؛ فرصت یا تهدید...!؟





معلم



خیلی اوقات ما در کلاسهایمان این دو موضوع را اشتباه میگیریم:





**اما چه لذتی است در یافتن...  
چه لذتی است در کشف کردن...**



در روش اکتشافی بر خلاف روشهای معمول از پاسخ به سوال و از سوال  
به اصل می رسیم.

# محاكم قضایی





## فرض موقعیت موثر



امروز کشور به جوان‌هایی نیاز دارد که بتوانند بازوان پر قدرتی باشند برای پیشرفت کشور، سرشار از انگیزه‌ی ایمانی، بصیرت دینی، همت بلند، جرات اقدام، اعتماد به نفس، امید به آینده و اعتقاد به اینکه ما می‌توانیم...

روزگار | رهبر انقلاب

# آموزش تولید محور



# تدریس معکوس

## *Traditional*

*Lecture*



*Homework activities*



## *Flipped*

*Lecture*



*Classroom activities*



# روش های تدریس کتاب



- فرض موقعیت موثر / محاکم قضایی
- یادگیری همیارانه / آموزش تولیدمحور
- تدریس معکوس
- فعالیت های گروهی
- عکس و مکث

# شیوه های ارزیابی کتاب

- طرح تولید رسانه ای
- تولید رسانه ای
- آزمون کتاب باز
- تحلیلی (حفظی)

شبی از دیدگاه برادر رسانه ای

**خانواده کلاه قرمزی کجاست؟**

شاه و گدا

«کلیشه بدن» در شعر و ادب پارسی

یکشنبه ۲۶ دی ماه ۱۳۹۵

ویژه نامه آیرون نیمسال اول - پایه دهم - دبیرستان سلما

قیمت: ۱۵ توم (بلاوه ۵ توم کار عیالی)

بزرگی دیدگاه مو افتان و سلفانان کتاب درسی جدید تألیف

مدرسین مسئولان و مدیران

مدرسین مسئولان و مدیران

مدرسین مسئولان و مدیران

مدرسین مسئولان و مدیران

محل تبلیغ شما

(الف)

Israel I will say nothing

USA I see nothing

UN I hear nothing

Fig: 3 Idiots

SUNSTAR GUM بیشتر از سلامتی

سال و مسواک

(ب)

شماره ۱

شماره ۲

شماره ۳

(ج)

**پ) سوالات تشریعی**

در ایام انتخابات، تئور استفاده از «فنون اقناع» بسیار داغ بود. در هر یک از تصاویر زیر، به یکی از شعارهای محوری دو نامزد اصلی انتخابات اشاره شده است. به نظر شما، کدام «فن اقناع» در این شعارها، بیشتر مشهود می باشد؟! دلیل آن را هم توضیح دهید.

تصویر سمت چپ (تبلیغات آقای روحانی، نمه راهبیم، برضگردیم)

توضیح

فن اقناع

تصویر سمت راست (تبلیغات آقای رئیسی، نه بارگشت به گذشته، نه تعطل وضع موجود، تغییر به نفع مردم)

توضیح

فن اقناع

اگر شما، سردبیر هر یک از سه روزنامه‌ی صفحهای بعد بودید؛ برای پوشش خبری **حوادث تروریستی تهران**، از کدام تصویر، برای صفحه‌ی اول روزنامه استفاده می کردید؟ برای هر روزنامه یک **تیتر خبری** نیز انتخاب کنید.

تصویر شماره ۱

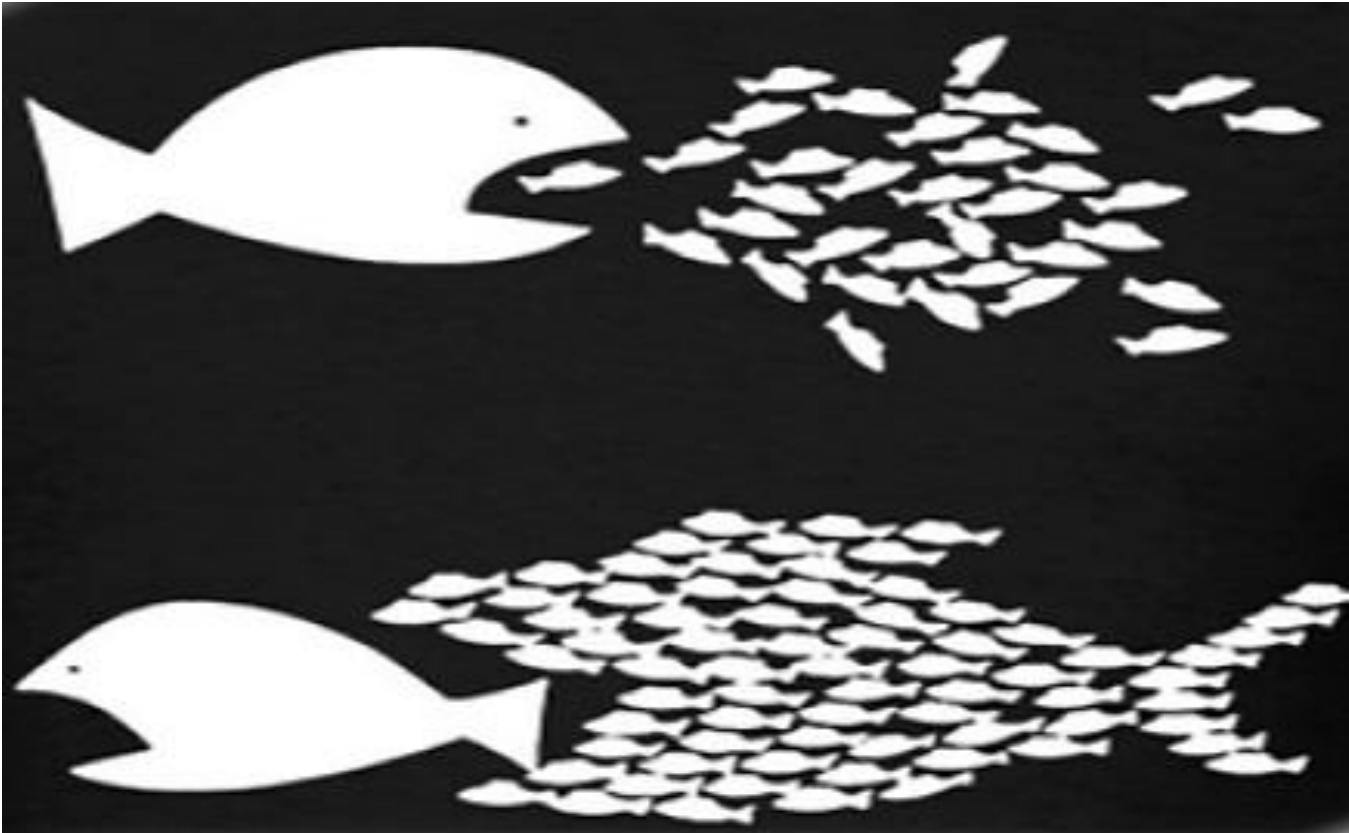
تصویر شماره ۲

تصویر شماره ۳

# همه چیز رسانه است، همه جا رسانه است



- ما در دهه‌های زندگی می‌کنیم که **اتحادیه اروپا**، آن را **دهه سواد رسانه‌ای** نامیده است. امروزه، ده سال پیش نیست که رسانه‌ها بخشی از دنیای ما باشند؛ بلکه زندگی ما بخشی از دنیای رسانه‌ها شده است و به همین دلیل است که باید ببینیم ما مالک رسانه‌هاییم یا رسانه‌ها مالک ما؟! آنها ابزار ما هستند، یا ما ابزار آنها؟! آنها ما را مدیریت می‌کنند، یا ما آنها را!؟

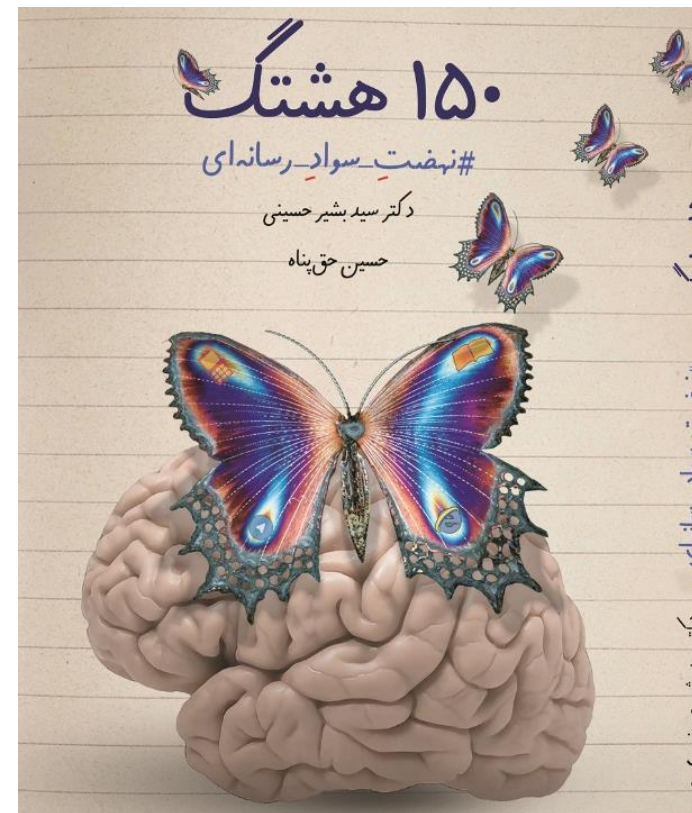


## کتاب درسی؛ فرصت یا تهدید...؟!





# چندتا کتاب بخوانیم!



## سیر مطالعاتی سواد رسانه‌ای

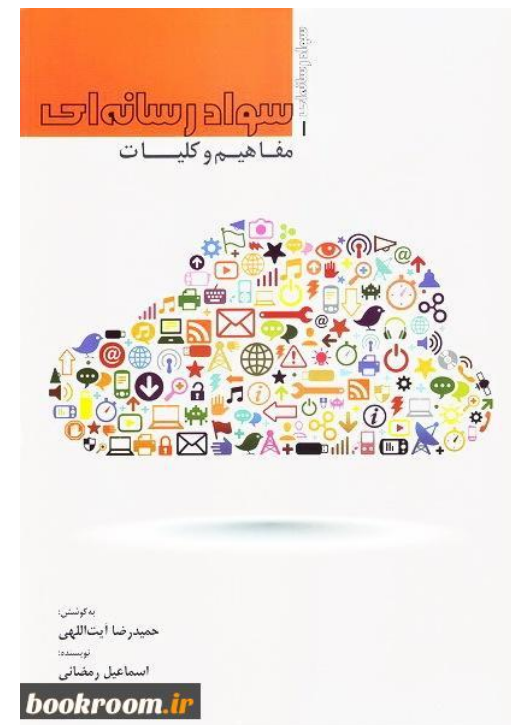
				
<p><b>مبانی سواد رسانه‌ای</b></p> <p>جیمز پاتر / مترجمان: صدیقه بیران، افسون حضرتی، مهراڻ بهروزفغانی</p> <p>ناشر: تاویل</p>	<p><b>آموزش رسانه‌ای</b> یادگیری سواد رسانه‌ای و فرهنگ معاصر</p> <p>نام مؤلف: دیوید باکیتیار مترجم: حسین سرافراز</p> <p>ناشر: دانشگاه امام صادق (ع)</p>	<p><b>خانواده، سواد رسانه‌ای و رسانه‌های دیجیتال</b></p> <p>سید محسن میربهرسی و محمدصادق افراسیابی</p> <p>ناشر: خیرگزاری فارس</p>	<p><b>سواد رسانه‌ای</b></p> <p>نام مؤلف: محمد محمدی</p> <p>ناشر: سوچا</p>	<p><b>سواد رسانه‌ای درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش</b></p> <p>نام مؤلف: علی طلوعی</p> <p>ناشر: دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه‌ها</p>

## سیر مطالعاتی سواد رسانه‌ای

			
<p><b>بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای</b></p> <p>دبلیو. جیمز یاتر / امیر یزدیان، پیام آزادی و منا نادعلی</p> <p>ناشر: مرکز پژوهش‌های صدا و سیما</p>	<p><b>خشونت رسانه‌ای در پرتو سواد رسانه‌ای</b></p> <p>مؤلف: مریم همتی آهوویی</p> <p>ناشر: ایده تک</p>	<p><b>نظریه‌ی سواد رسانه‌ای؛ رهیافتی شناختی</b></p> <p>جیمز یاتر / مترجمان: ناصر اسدی، محمد سلطانی فر، دکتر شهناز هائیمی</p> <p>ناشر: انتشارات سیمای شرق</p>	<p><b>رویکردهایی به سواد رسانه‌ای</b></p> <p>آرت سیلور بلات، جین فری و باربارا فیتان / امیر یزدیان</p> <p>ناشر: مرکز پژوهش‌های صدا و سیما</p>

# معرفی کتاب

- مجموعه کتاب های سواد رسانه ای میزان
- نویسنده: حمیدرضا آیت اللهی - اسماعیل  
رضانی و ....
- ناشر: فهم

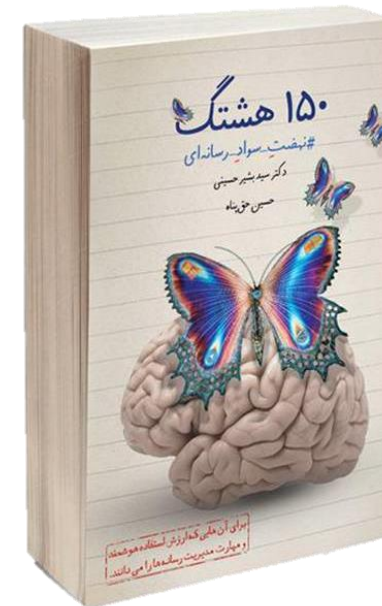


# معرفی کتاب

۱۵۰ هشتگ # نهضت\_سواد\_رسانه‌ای

نویسندگان: سید بشیر حسینی -  
حسین حق پناه

ناشر: رواق اندیشه - مسیر



# معرفی کتاب

- تکنیک های عملیات روانی در حوزه رسانه و خبر
- نویسنده: احمد قدیری ایبانه
- ناشر: دانشیاران ایران



# معرفی کتاب

- اینترنت با مغز ما چه کار می کند؟

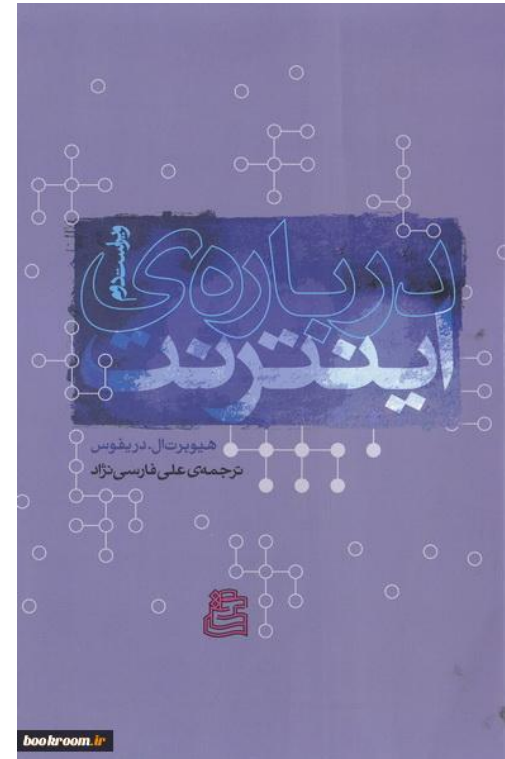
- نویسنده: نیکلاس کار

ناشر: مازیار - گمان



# معرفی کتاب

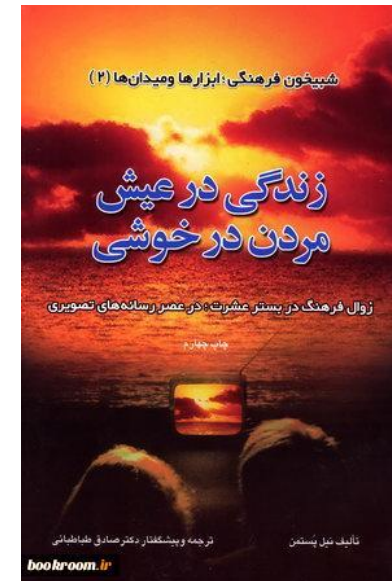
- درباره اینترنت
- نویسنده: هیوبرت دریفوس
- ناشر: ساقی





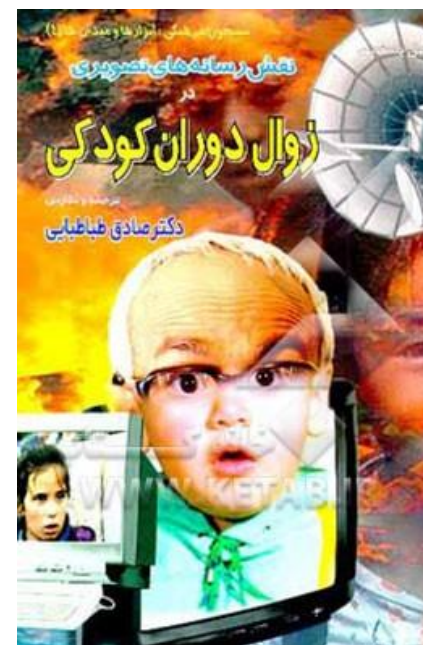
# معرفی کتاب

- زندگی در عیش مردن در خوشی
- نویسنده: نیل پستمن
- مترجم: مرحوم صادق طباطبایی
- ناشر: اطلاعات



## معرفی کتاب

- زوال دوران کودکی
- نویسنده: نیل پستمن
- مترجم: مرحوم صادق طباطبایی
- ناشر: اطلاعات



## منابع و مآخذ اینترنتی:

- [Roshdmag.ir](http://Roshdmag.ir)
- [Talif.sch.ir](http://Talif.sch.ir)
- [Massir.ir](http://Massir.ir)
- [Rahbordi.ir](http://Rahbordi.ir)
- [Azsarnevesht.ir](http://Azsarnevesht.ir)
- [Haqpanah.ir](http://Haqpanah.ir)



@massir\_resane

«...باید در جستجوی حقیقت بود...»



حسین حق پناه

[Haqpanah.ir](http://Haqpanah.ir)

[Haqpanah@chmail.ir](mailto:Haqpanah@chmail.ir)