



Kharazmi University



The relationship between media literacy and the utilization and acceptance of news from online sources among the librarians in public libraries in Qom province

Masoud Bakhtiari^{1✉} , Saeed Ghaffari²

1. Corresponding author, Assistant Professor, Department of Accounting, Payame Noor University, Tehran, Iran. **E-mail:** mbakhtiari1363@pnu.ac.ir
2. Associate Professor, Department of Information Science and Epistemology, Payame Noor University, Tehran, Iran **E-mail:** sghaffari@pnu.ac.ir

Article Info	ABSTRACT
<p>Article type: Research Article</p> <p>Article history: Received 17 September 2024 Received in revised form 13 February 2025 Accepted 16 February 2025 Published online 15 March 2025</p> <p>Keywords: media literacy, cyber space, acceptance of media news, Media, Librarians.</p>	<p>Purpose: The purpose of this study is to investigate the relationship between media literacy and the use of cyberspace and the acceptance of media news among librarians. The use of cyberspace and the acceptance of media news are issues that are of greater importance among librarians today.</p> <p>Research method: The research method was a descriptive-correlational study. The statistical population of the study is all librarians of public libraries in Qom province, which number is 112 people, and the sample size is 80 people selected by convenience sampling method. A questionnaire was used to collect data. The validity of the questionnaires was confirmed by the professors and its reliability was confirmed by Cronbach's alpha coefficient.</p> <p>Research findings: The data were analyzed through Pearson's correlation coefficient and one-way analysis of variance in SPSS software. The results showed that there is no significant relationship between media literacy and the amount of use of cyberspace ($p > 0.05$). There is a negative relationship between media literacy and its components and the acceptance of media news ($p < 0.01$). Among the demographic variables, the relationship between the field of study and media literacy and the acceptance of media news, and the relationship between the type of media and the amount of use of cyberspace and the acceptance of media news are significant.</p> <p>Conclusion: The results of this study have made significant achievements in both theoretical and practical areas, so that by strengthening media literacy, librarians' awareness and skills in the field of news and media information can be increased and the acceptance of false and unrealistic news in cyberspace can be prevented.</p>

Cite this article: Bakhtiari, M. Ghaffari, s.(2025). The relationship between media literacy and the utilization and acceptance of news from online sources among the librarians in public libraries in Qom province. Human-Information Interaction, 11(4), 112-136.
© The Author(s). Publisher: University of Kharazmi.





Kharazmi University



Human-Information
INTERACTION

Extended Abstract

Introduction

Advances in information technology and media evolution have impacted many different areas under the influence of related technologies. Social media and information centers have transformed the face of libraries and information providers, especially creating new opportunities for librarians and university libraries (Kamani, 2015). Given the development of social media in the necessity of librarians in information centers and libraries, awareness of librarians' views on media literacy in the category of social media literacy seems to be an interesting topic that can be effective in providing the desired solutions for the promotion and goal of social media literacy. This study seeks to investigate the relationship between media literacy and the use of cyberspace and the acceptance of media news among librarians. The use of cyberspace and the acceptance of media news are issues that are of greater importance among librarians today; therefore, the present study attempts to answer the question of whether there is a relationship between media literacy and the use of cyberspace and the acceptance of media news among librarians in public libraries in Qom province?

Accordingly, the research hypotheses are stated as follows:

Main hypotheses:

- 1- There is a significant relationship between media literacy and its dimensions (cognitive, emotional, aesthetic, and moral) and the use of cyberspace among librarians in public libraries in Qom province.
- 2- There is a significant relationship between media literacy and its dimensions (cognitive, emotional, aesthetic and ethical) and media news acceptance among librarians of public libraries in Qom province.

Sub-hypotheses:

- 1- Media literacy, the amount of use of cyberspace and the acceptance of media news differ based on the age of librarians.
- 2- Media literacy, the amount of use of cyberspace and the acceptance of media news differ based on the field of study of librarians.
- 3- Media literacy, the amount of use of cyberspace and the acceptance of media news differ based on the type of social media of librarians.

The second section discusses the background of the research. The third section explains the research method. The fourth section presents and discusses the research findings. Finally, the fifth section discusses conclusions and suggestions.

Methods and Materoal

The type of research method in this study is applied in terms of purpose and descriptive-correlational in terms of method, it is a survey type that was implemented by field method. The statistical population of the study is all librarians of public libraries in Qom province, whose number is 112 people, and the sample size is 80 people selected by available sampling method. This study used the library method to develop the theoretical foundations of the research and the following tools were used to collect field information. Demographic information: This information includes age, field of study, and type of media, which was measured through a questionnaire.



kharazmi University



Human-Information
INTERACTION

Questionnaire on the use of cyberspace: A researcher-made questionnaire was used to measure the use of cyberspace. This questionnaire has 20 questions and its aim is to assess the extent to which individuals use cyberspace (social networks and the Internet). The response range is a five-point Likert scale (1=very little to 5=very much). To obtain the overall score of the questionnaire, the scores for each question were added together. This score will range from 20 to 100. To interpret the overall score obtained, it is done as follows. 20 to 40 is low use of cyberspace 41 to 60 is moderate use of cyberspace 61 to 80 is high use of cyberspace 81 to 100 is very high use of cyberspace.

Media News Acceptance Questionnaire: The questionnaire by Lee and Suh (2015) was used to measure media news acceptance. This questionnaire was translated, validated, and used for the first time by the researcher. This questionnaire has 5 items and is designed based on a five-point Likert scale (from completely disagree to completely agree). The response range is from 1 to 5, with a score of 1 indicating low credibility and a score of 5 indicating high credibility. Also, all items have direct (positive) scoring.

Resultss and Discussion

First main hypothesis: There is a significant relationship between media literacy and its dimensions (cognitive, emotional, aesthetic and ethical) and the level of use of cyberspace among librarians in public libraries in Qom province.

The results of the first main hypothesis show that there is no significant relationship between media literacy and its dimensions and the level of use of cyberspace, therefore the first hypothesis of the research is rejected. The results of this hypothesis are consistent with the results of the research of Ghanetati et al. (2018) and inconsistent with the results of the research of Bolboli and Tarbiati (2014), Miri and Bani Hashem (2019) and Asadi (2020).

Second main hypothesis: There is a significant relationship between media literacy and its dimensions (cognitive, emotional, aesthetic, and ethical) and the acceptance of media news among librarians in public libraries in Qom province.

The results of the second main hypothesis show that there is a negative and significant relationship between media literacy and media news acceptance ($r = -0.300$, $p = 0.000$). There is also a negative and significant relationship between all components of media literacy and media news acceptance. For example, the negative relationship between cognitive literacy and media news acceptance ($r = -0.335$, $p = 0.000$). While confirming the second main hypothesis of the study, it can be concluded that media news acceptance among librarians is related to their level of media literacy, which is completely consistent with the results of the research of Taghipour et al. (1400), Anthony (2009).
Sub-hypothesis 1: Media literacy, the level of use of cyberspace and the acceptance of media news differ based on the age of librarians

To examine this hypothesis, one-way ANOVA analysis of variance test was used, the results of which are reported in the tables below.

According to the ANOVA test, given that the significance level of the test error for all three variables is greater than 0.05, therefore, the lack of difference in the means is confirmed and the difference in the means of the research variables among the three groups is not statistically significant ($P > 0.05$). Therefore, while rejecting the hypothesis, it can be said that media literacy, the amount of use of cyberspace, and the acceptance of media news do not differ based on the age of librarians. The findings of the present study regarding the lack of relationship between age and media literacy are consistent with the results of the study by Salemi et al. (1400). Esmaili et al. (1398) also showed that among the demographic variables, only age is related to the variable of



Kharazmi University



ability to detect fake news, which results of the present study are somewhat inconsistent with this study.

Second Sub-Hypothesis: Media literacy, the amount of use of cyberspace, and the acceptance of media news differ based on the field of study of librarians.

One-way analysis of variance test was used to examine this hypothesis.

According to the results of the second sub-hypothesis, given that the significance level of the test error for the amount of use of cyberspace is greater than 0.05, therefore, the lack of difference in the mean is confirmed and the difference in the mean of the use of cyberspace between the three groups is not statistically significant ($P < 0.05$). On the other hand, the significance level of the test error for media literacy and acceptance of media news is less than 0.05, therefore, the difference in the mean in these two variables is confirmed and the difference in the mean of media literacy and acceptance of media news between the two groups of subjects is statistically significant ($P < 0.05$). The results of this hypothesis are in agreement with the results of the study by Esmaili et al. (2019) on the relationship between the field of study and the variable of information literacy in a way. is not linear.

Third Sub-Hypothesis: Media literacy, the amount of use of cyberspace and the acceptance of media news differ based on the type of social media of librarians.

To examine this hypothesis, a one-way analysis of variance test was used.

According to the results of the third sub-hypothesis, given that the significance level of the test error for media literacy is greater than 0.05, therefore, the lack of difference in the mean is confirmed and the difference in the mean of media literacy based on the type of social media of the subjects is not statistically significant ($P > 0.05$). On the other hand, the significance level of the test error for the amount of use of cyberspace and the acceptance of media news is less than 0.05, therefore, the difference in the mean in these two variables is confirmed and the difference The average amount of use of cyberspace and acceptance of media news by the type of social media used by the subjects is statistically significant ($P < 0.05$). A pairwise comparison of the types of social media used by the subjects in terms of the amount of use of cyberspace and acceptance of media news shows that the difference in the average amount of use of cyberspace on Instagram and others is greater and positive (0.798). Given the significance of the difference, it can be concluded that subjects who prioritize Instagram use have the highest and subjects who use other media (Twitter and Facebook) have the lowest amount of use of cyberspace. According to the table above, the difference in the average acceptance of media news on Instagram and WhatsApp is greater and negative (-0.367), and given the significance of the difference, it can be concluded that subjects who prioritize Instagram use have the lowest and subjects who use WhatsApp have the highest acceptance of media news. The results of this hypothesis are completely consistent with the results of Anthony's (2009) research.

Conclusion:

The turning of users to the Internet due to the lack of sufficient time to visit libraries was one of the reasons for the creation of digital libraries. Digital libraries have facilitated and accelerated users' access to the required information by providing various facilities; but what achieves this goal is a suitable architecture and design in creating a digital library. If the needs of users, the type of society and other factors are taken into account in the design of digital libraries, it can be said that the library will come closer to the intended goals. Considering that in the design of digital libraries, the discussion of the user interface is very important in order to eliminate human factors, digital



Kharazmi University

Journal of Human-Information Interaction

Online ISSN: 2423-7418

<https://hi.khu.ac.ir/>



libraries must consider the characteristics related to the user interface in their design. Due to the importance of this discussion, the user interfaces of various digital libraries need to be evaluated continuously. The present study also aimed to investigate this issue by evaluating the user interface on the English web pages of selected national digital libraries based on the criteria available in the texts and sources. Conducting the study required criteria through which the evaluation could be conducted. After reviewing the relevant research backgrounds in the field of digital libraries and user interface, it was observed that despite the studies conducted in the field of user interface, these studies had not been conducted completely and comprehensively, and different researchers had each examined only one or a limited number of criteria in the field of different information systems. The present study aimed to investigate the relationship between media literacy and the use of cyberspace and the acceptance of media news among librarians of public libraries in Qom province, and the research hypotheses were tested. A review of domestic and foreign empirical records shows that researchers have addressed aspects of media literacy among different media in accordance with their subject of study, and what has been their focus in most of these studies is the study of media literacy as a dependent variable that is influenced by other factors, and in that all the records have discussed media literacy, they are similar to the present study; however, the present study is distinct from the research record in that it has examined the relationship between media literacy and its dimensions with the use of cyberspace and acceptance of media news among librarians of public libraries in Qom province. In fact, the variables of media literacy and its dimensions, use of cyberspace and acceptance of news from cyberspace are measured together for the first time, so in this respect it has a new nature that will lead to its theoretical expansion and development; In addition to theoretical benefits, it offers solutions to prevent the spread of cyberspace harms among librarians through interventions on these two structures (the Internet and social networks). In summary, it can be said that in order to escape the trap of cyberspace rumors, social media users must equip themselves with media literacy tools to become members of pages and channels and obtain news and information through channels whose main goal is, first, to disseminate news correctly, and second, to disseminate news that is religiously, legally, and morally correct, thus recognizing the truth from Nazareth. Therefore, in today's virtual world, only those who are equipped with the weapon of media literacy can avoid falling prey to the rumor-spreading of news agencies that seek to mentally deceive members of the global community.

The results of one-way analysis of variance of the first sub-hypothesis showed that media literacy, the amount of use of cyberspace, and the acceptance of media news do not differ based on the age of librarians. Therefore, while rejecting the hypothesis, it can be concluded that increasing or decreasing age is not related to media literacy, the amount of use of cyberspace, and the acceptance of media news by librarians. The findings of the present study regarding the lack of relationship between age and media literacy are consistent with the results of the study by Salemi et al. (1400). However, this study found that age has no relationship with media literacy, the amount of use of cyberspace, and the acceptance of media news. Perhaps the most important possible reason for this is the close age gap between librarians, which does not expect much change in media literacy, the amount of use of cyberspace, and the acceptance of media news.

The results of the one-way analysis of variance of the second sub-hypothesis showed that the amount of use of cyberspace does not differ based on the field of study (librarianship and non-librarianship) of librarians, but there is a significant difference between the two groups based on media literacy and acceptance of media news. Based on the results, media literacy among librarians in the library field is higher than in other fields, and acceptance of media news among librarians in the library field is lower than in other fields, which is somewhat inconsistent with the results of the study by Esmaili et al. (2019) based on the relationship between the field of study and the variable of information literacy. However, no consistency or inconsistency was found in the variable of acceptance of media news.



Kharazmi University

Journal of Human-Information Interaction

Online ISSN: 2423-7418

<https://hi.khu.ac.ir/>



Human-Information
INTERACTION

The results of the one-way analysis of variance of the third sub-hypothesis showed that media literacy does not differ based on the type of social media used by librarians, but there is a significant difference based on the amount of use of cyberspace and acceptance of media news. According to the results, the amount of use of cyberspace is higher among librarians who use Instagram more and lower among librarians whose media priority is Twitter and Facebook. Also, the acceptance of media news is lower among librarians who use Instagram more and higher among librarians whose media priority is WhatsApp. Based on these findings, it can be said that the Instagram platform has the highest media consumption among librarians and librarians also accept WhatsApp media news more than other media. Although there is no similar finding in this regard, it can be said that many Iranian users have turned to Instagram after the restrictions imposed on Telegram, and this platform has seen increasing growth among Iranian users after Telegram was filtered. According to published reports, about 49 percent of Iranians are members of Instagram, and it is one of the most popular platforms for businesses; as 90 percent of Instagram users follow at least one business page. The report also believes that 60 percent of Instagram users have announced that they have become familiar with new products on this network. Instagram also plays a role in the world. The results of this hypothesis are completely consistent with the results of Anthony's (2009) research.

Keywords: media literacy, cyber space, acceptance of media news, Media, Librarians.

ارتباط سواد رسانه و استفاده و پذیرش اخبار از فضای مجازی در میان کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم

مسعود بختیاری^۱، سعید غفاری^۲

۱. نویسنده مسئول، استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: mbakhtiari1363@pnu.ac.ir
۲. دانشیار، گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. رایانامه: sgcaffari@pnu.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	هدف: این تحقیق در پی بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین کتابداران است. استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای مسائلی هستند که امروزه در بین کتابداران از اهمیت بیشتری برخوردار است.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۲۷	روش: روش پژوهش از نوع مطالعات توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری تحقیق کلیه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم است که تعداد آن‌ها ۱۱۲ نفر است و حجم نمونه به تعداد ۸۰ نفر به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه استفاده شد. روایی پرسشنامه‌ها با نظر اساتید و پایایی آن از طریق ضریب آلفای کرونباخ تأیید شد.
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۱۱/۲۵	یافته‌ها: داده‌ها از طریق ضریب همبستگی پیرسون و تحلیل واریانس یک‌طرفه در نرم‌افزار SPSS تحلیل شد. نتایج نشان داد بین سواد رسانه با میزان استفاده از فضای مجازی رابطه معنی‌داری وجود ندارد $P < 0/05$.
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲۸	$P >$ بین سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن با پذیرش اخبار رسانه‌ای رابطه منفی وجود دارد $P < 0/01$. از بین متغیرهای جمعیت شناختی، رابطه رشته تحصیلی با سواد رسانه‌ای و پذیرش اخبار رسانه‌ای و رابطه نوع رسانه با میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای معنی‌دار است.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۲/۲۵	نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش هم در حوزه نظری و هم کاربردی دستاوردهای قابل‌توجهی داشت به طوری که می‌توان با تقویت سواد رسانه‌ای، آگاهی و مهارت کتابداران را در زمینه اخبار و اطلاعات رسانه‌ای افزایش و پذیرش اخبار نادرست و غیرواقعی در فضای مجازی پیشگیری کرد.
کلیدواژه‌ها: سواد رسانه‌ای، فضای مجازی، پذیرش اخبار رسانه‌ای، رسانه، کتابداران.	

استناد: بختیاری، مسعود؛ غفاری، سعید؛ (۱۴۰۴). ارتباط سواد رسانه و استفاده و پذیرش اخبار از فضای مجازی در میان کتابداران دانشگاه پیام نور، *تعامل انسان و اطلاعات*، ۱۱(۴)، ۱۱۲-۱۳۶.



مقدمه

در دهه‌های اخیر ظهور فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی تأثیرات شگرفی در همه جنبه‌های زندگی داشته است. این تأثیرات در محیط‌های اطلاعاتی چشم‌گیرتر بوده است. کتابخانه‌ها نیز به‌عنوان یکی از مراکز اطلاعاتی از این اثرات به دور نبوده‌اند. اثرات این فناوری‌ها در کتابخانه‌ها منجر به ایجاد کتابخانه‌های دیجیتالی شده است. رسالت کتابخانه‌های دیجیتالی ارائه منابع و خدمات نو برای کاربران، دستیابی به اطلاعات مناسب بدون محدودیت زمانی و مکانی، قابلیت استفاده چندمنظوره و چندرسانه‌ای است که جهت انجام این امر نیاز است تا منابع و خدمات از طریق شبکه جهانی وب در اختیار کاربران قرار گیرند (صدیقی و همکاران، ۱۳۹۹).

عصر کنونی، دوره انفجار اطلاعات و عصر زیست مجازی است، به‌طوری‌که در پایان قرن بیستم به علت تغییر و تحولات عظیم علمی و تکنولوژیکی، جهان دچار دگرگونی‌های بسیاری شده و این امر در همه زمینه‌های زندگی بشر همچون مسائل سیاسی، اقتصادی و اجتماعی تأثیرگذار بوده است؛ این تأثیرپذیری از انقلاب تکنولوژیک، جهان را وارد جامعه جدیدی کرده است که بعضی از محققان مانند سائو آن را جامعه اطلاعاتی نامیده‌اند (فتیحی و اجارگاه و همکاران، ۱۳۹۰). بر این اساس در اوایل دهه ۱۹۸۰، دانشمندان حوزه رسانه اصطلاح فضای مجازی را برای اولین بار استفاده کردند. در دوران کنونی نیز شبکه‌های ارتباطی از قبیل اینترنت و تلفن همراه جهان را به‌صورت دهکده‌ای درآورده‌اند. چنین امری استفاده از اینترنت را بسیار رواج داده است به‌گونه‌ای که عدم استفاده از این تکنولوژی امری اجتناب‌ناپذیر شده و زندگی را برای کسانی که به آن خو گرفته‌اند دشوار کرده است (جعفری هرنیدی و بهرامی، ۱۳۹۸). به تعبیری ما در دنیایی هستیم که از آن به جامعه اطلاعاتی تعبیر می‌گردد. مفهوم جامعه اطلاعاتی در واقع ابداع ژاپنی‌ها بوده که در سال ۱۹۷۸ توسط سایمن نورا و آلن مینک ارائه گردید. مانوئل کاستلز و جان ون دایک، برای اینکه به مفهوم جامعه اطلاعاتی بار جامعه‌شناختی بیشتری بدهند، آن را جامعه شبکه‌ای نامیده‌اند (استرکی، ۱۳۹۱). از طرفی، با پیدایش رسانه‌های نوین و ارتباطات گسترده و تأثیرپذیری همه ابعاد زندگی بشر از این دگرگونی تکنولوژیک، جهان وارد دوره جدیدی شده است که قلمرو زندگی خصوصی انسان‌ها را به‌شدت تحت تأثیر قرار داده است. در این میان رسانه‌های اینترنتی جایگاه ویژه‌ای به‌خصوص در میان جوانان پیدا کرده است که بر اساس تغییر و تحولات جدید پدید آمده، نقش و جایگاه رسانه‌ها نیز تغییر جدی کرده است. به‌عنوان نمونه آمارها حاکی از آن است که فیس بوک حدود ۹۵۰ میلیون عضو دارد و موتورهای جستجوگر یاهو و گوگل در روز میلیاردها جستجو را انجام می‌دهند، ویکی‌پدیا هم ۲۳۴ زبان مختلف دارد که همراه حدود ۴۰۰ میلیون نفر کاربر دارد. (فکوهی، ۱۴۰۰). استفاده مفرط از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه همچون تلگرام، اینستاگرام و ... در حالی رشد فزاینده‌ای گرفته که اثرات اجتماعی استفاده طولانی‌مدت از آن‌ها نادیده گرفته شده است. استفاده از شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه در ایران به‌سرعت تبدیل به‌نوعی اعتیاد میان بسیاری از نوجوانان و جوانان شده و برخی از آسیب‌های اجتماعی را تشدید کرده است. زندگی روزمره نسل جوان به شبکه‌های اجتماعی تلفن همراه گره خورده است (فرقانی و مهاجری، ۱۳۹۷).

طبق آمار سایت استاتیستا، میانگین روزانه مصرف رسانه‌ای در جهان در سال ۲۰۱۸ معادل ۴۷۳ دقیقه بود. حدود ۷۴ درصد مخاطبان برنامه‌های تلویزیون و فیلم را به‌صورت آنلاین تماشا کرده‌اند. ۳۹۵ دقیقه صرف استفاده از رسانه‌های دیجیتالی کرده‌اند. عمده مصرف رسانه‌ای کاربران در این سال از مطالب غیر خبری بوده است؛ اما بر اساس گزارش همین منبع، در سال ۲۰۱۹ تعداد بیشتری از مخاطبان (۴۰٪) نسبت به سال گذشته (۳۸٪) با برنامه‌های خبری سروکار داشته‌اند. این گزارش نشان می‌دهد که استفاده جوانان ۱۸ تا ۲۴ سال از برنامه‌های خبری از منابع رسانه‌ای متعددی انجام می‌گیرد، به‌گونه‌ای که آنان اخبار موردنظر خود را از طریق گوشی‌های هوشمند (۴۵٪)، تلویزیون (۱۹٪)، رادیو (۱۱٪)، کامپروتر (۵٪) و روزنامه (۴٪) دریافت کرده‌اند. درصد بالایی اختصاص یافته به گوشی‌های هوشمند گویای ضریب نفوذ بیشتر آن در میان کاربران جوان به‌ویژه کتابداران است (اسدی، ۱۳۹۹). گزارش دیجیتالی ۲۰۱۹ نیز نشان می‌دهد که ضریب نفوذ اینترنت در جهان ۵۷ درصد و با نرخ ۹ درصد در حال رشد است. کاربران به‌طور میانگین ۶ ساعت و ۴۲ دقیقه در هرروز صرف استفاده از اینترنت می‌کنند و این رقم با نرخ ۱۷ درصد در حال رشد است. در همین

گزارش، حدود ۴۵٪ از مردم جهان کاربر رسانه‌های اجتماعی هستند که با نرخ ۹ درصد در حال رشد است. این افراد هر روز ۲ ساعت و ۱۹ دقیقه را در این فضا به سر می‌برند. این میزان استفاده ممکن است شامل دریافت خبر تا فعالیت‌های دیگر و به‌ویژه سرگرمی و فراغت باشد. در ایران نیز در سال ۱۳۹۶ آخرین آمار رسمی مربوط به استفاده دانش آموزان از رسانه‌ها از سوی خبرگزاری فارس منتشر شد که طی آن افراد زیر ۱۹ سال حدود ۵ تا ۹ ساعت از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند (اسدی، ۱۳۹۹). همچنین گزارش دیجیتالی ۲۰۱۹ نشان می‌دهد که در ایران ۸۹٪ کاربر اینترنت و حدود ۶۴٪ کاربر اینترنت مبتنی بر موبایل دارد. به نظر می‌رسد این دغدغه و نگرانی در مجموع نشانه‌ای از رشد سواد رسانه‌ای خبری کاربران و متولیان باشد (نیومن و همکاران^۱، ۲۰۱۹). از این رو افزایش سواد رسانه‌ای برای کاربرانی که از پیام‌رسان‌های فضای مجازی استفاده می‌کنند؛ ضرورتی اجتناب‌ناپذیر محسوب می‌شود. در مجموع، گسترش استفاده از پیام‌رسان‌ها در میان جوانان، لزوم افزایش سواد رسانه‌ای به منظور استفاده مؤثر را نشان می‌دهد (میری و بین هاشم، ۱۳۹۸). با کمک به تقویت و بهبود سواد رسانه‌ای و شایستگی‌های فناورانه کتابداران می‌توان زمینه بهبود اخلاق آنان در دنیای مجازی و در نتیجه کاهش آسیب‌های دنیای مجازی را فراهم کرد (چناری و شبستانی، ۱۴۰۰).

بنا به گزارش کمیته برنامه‌ریزی و بررسی تحقیق انجمن کتابخانه‌های دانشگاهی و پژوهشی آمریکا^۲ در سال ۲۰۰۸ میلادی، یکی از موضوعات مهم مورد بررسی در حوزه کتابخانه‌ها، مبحث اخبار جعلی بوده است. لذا، کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی بنا به رسالت خود که فراهم آوری اطلاعات مناسب برای کاربران و کمک به آن‌ها جهت دستیابی به این اطلاعات است، باید آموزش‌های مستقیم مبارزه با این پدیده و یا آموزش فنون و سوادهایی نظیر سواد رسانه‌ای که قدرت تفکر انتقادی را در کاربران ارتقاء داده و در نتیجه ممکن است بر توانایی تشخیص اخبار جعلی توسط آن‌ها نیز تأثیر داشته باشند، آغاز کنند. از طرف دیگر، اگر کتابداران قادر به تشخیص اخبار جعلی و برخوردار از سواد رسانه‌ای نباشند، نخواهند توانست در فضای آلوده رسانه‌ها اطلاعات معتبر و مورد نیاز را کسب کنند و در اختیار کاربران قرار دهند (عزیزی و مرادی، ۱۴۰۳). به عبارت دیگر، کتابداران کتابخانه‌های عمومی باید برای دسترسی به اطلاعات مورد نیاز خود و پاسخگویی به نیازهای اطلاعاتی کاربران، از مهارت‌های سواد رسانه‌ای و تشخیص اخبار جعلی برخوردار باشند. پیشرفت‌های حاصل از فناوری اطلاعات و تحول رسانه‌ای، حوزه‌های بسیار گوناگونی را تحت تأثیر قرار فناوری‌های مرتبط با آن داده است. رسانه‌های اجتماعی و مراکز اطلاع‌رسانی را متحول کرده و سیمای کتابخانه‌ها و اطلاع‌رسانان به‌ویژه فرصت‌های جدیدی برای کتابداران و در کتابخانه‌های دانشگاهی به وجود آورده است (کمانی^۳، ۲۰۱۵). با توجه به توسعه رسانه‌های اجتماعی در ضرورت برخورداری کتابداران مراکز اطلاعاتی و کتابخانه‌ها و اجتماعی، آگاهی از دیدگاه کتابداران به از سواد رسانه‌های مقوله سواد رسانه‌های اجتماعی موضوعی جالب به نظر می‌رسد که می‌تواند در ارائه راهکارهای مورد نظر جهت ارتقای و هدف از سواد رسانه‌های اجتماعی مؤثر واقع شود. این تحقیق در پی بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین کتابداران است. استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای مسائلی هستند که امروزه در بین کتابداران از اهمیت بیشتری برخوردار است؛ لذا در پژوهش حاضر تلاش می‌شود به این سؤال پاسخ داده شود که آیا بین سواد رسانه‌ای با میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم رابطه وجود دارد؟ بر این اساس فرضیه‌های تحقیق به صورت زیر بیان می‌شود:

فرضیه‌های اصلی:

۱- بین سواد رسانه‌ای و ابعاد آن (شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی) با میزان استفاده از فضای مجازی در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم رابطه معنی‌داری وجود دارد.

1 Newman et al

2 Framework for Information Literacy for Higher Education (Framework)

2 Kamani

۲- بین سواد رسانه‌ای و ابعاد آن (شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی) با پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم رابطه معنی‌داری وجود دارد.
فرضیه‌های فرعی:

۱- سواد رسانه‌ای، میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای بر اساس سن کتابداران متفاوت است.
۲- سواد رسانه‌ای، میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای بر اساس رشته تحصیلی کتابداران متفاوت است.

۳- سواد رسانه‌ای، میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای بر اساس نوع رسانه اجتماعی کتابداران متفاوت است.

در ادامه در بخش دوم به پیشینه پژوهش پرداخته شده است. در بخش سوم، روش پژوهش توضیح داده شده است. در بخش چهارم، یافته‌های پژوهش ارائه و مورد بحث قرار گرفته است. در انتها در بخش پنجم به نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها پرداخته شده است.

پیشینه پژوهش

شهبازی و همکاران (۱۴۰۳) پژوهشی با عنوان مدل‌یابی معادلات ساختاری رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با پذیرش یادگیری الکترونیکی در دوره پاندمی کووید-۱۹ (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه هنر اسلامی تبریز) انجام دادند. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی-پیمایشی مبتنی بر مدل‌یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری شامل دانشجویان دانشگاه هنر اسلامی تبریز (۲۷۴۳) در سال ۱۳۹۹ بود که ۳۷۱ نفر از آن‌ها به روش نمونه‌گیری تصادفی ساده انتخاب شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد وضعیت پذیرش یادگیری الکترونیکی دانشجویان دارای میانگین ۳/۱۳ و اندکی بالاتر از متوسط است و بین سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با پذیرش یادگیری الکترونیکی دانشجویان رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

عزیزی و مرادی (۱۴۰۳) پژوهشی با عنوان بررسی نقش سواد رسانه‌ای در توانایی تشخیص اخبار جعلی کتابداران کتابخانه‌های عمومی انجام دادند. یافته‌ها حاکی از آن است که سطح سواد رسانه‌ای کتابداران (۲۸/۳) و توانایی تشخیص اخبار جعلی آنان (۲۹/۳) است. همچنین بر اساس تحلیل داده‌ها، سواد رسانه‌ای با ضریب تأثیر ۰/۴۷ بر بررسی منبع، با ضریب تأثیر ۰/۲۴ بر خواندن متن خبر، با ضریب تأثیر ۰/۳۷ بر تشخیص نویسنده، با ضریب تأثیر ۰/۴۵ بر بررسی منابع پشتیبان، با ضریب تأثیر ۰/۴۱ بر بررسی تاریخ و زمان خبر، با ضریب تأثیر ۰/۳۰ بر بررسی طنز یا جدی بودن خبر و با ضریب تأثیر ۰/۳۵ بر رجوع به باور و تعصبات شخصی نقش دارد؛ اما در رابطه با پرسش از متخصصین نقشی نداشته و با ضریب تأثیر برابر با ۰/۵۱ بر مقیاس کلی توانایی تشخیص اخبار جعلی مؤثر است.

شرقی و جعفری (۱۴۰۳) پژوهشی را با عنوان رابطه سواد رسانه‌ای با میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه انجام دادند. روش پژوهش از نظر دست‌یابی به هدف، از نوع کاربردی و از نظر شیوه گردآوری اطلاعات، از نوع پیمایشی است. جامعه آماری، تمامی دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه شهر اردبیل را در سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۰ شامل می‌شود. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران ۳۸۰ نفر برآورد شده است که به شیوه نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند. بر اساس نتایج، بین سواد رسانه‌ای با میزان استفاده از فضای مجازی رابطه معناداری وجود ندارد. بین سواد رسانه‌ای و مؤلفه‌های آن، با پذیرش اخبار رسانه‌ای رابطه منفی وجود دارد. از بین متغیرهای جمعیت‌شناختی، رابطه رشته تحصیلی با سواد رسانه‌ای، پذیرش اخبار رسانه‌ای و همچنین رابطه نوع رسانه با میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای معنادار بوده است. از این‌رو، با تقویت سواد رسانه‌ای می‌توان، آگاهی و مهارت دانش‌آموزان را در زمینه اخبار و اطلاعات رسانه‌ای افزایش داد و از پذیرش اخبار نادرست و غیرواقعی در فضای مجازی پیشگیری کرد.

محمد اسماعیل و کوهبنانی (۱۴۰۱) پژوهشی را با عنوان ۱۶۰ مؤلفه در ارزیابی تطبیقی کاربردپذیری وبسایت‌های کتابخانه‌های ملی کشورهای جمهوری اسلامی ایران، عراق و ترکیه انجام دادند. هدف اصلی از انجام این پژوهش، ارزیابی تطبیقی وبسایت‌های کتابخانه‌های ملی کشورهای جمهوری اسلامی ایران، عراق و ترکیه از نقطه نظر رعایت معیارهای مطرح در کاربردپذیری وبسایت‌ها است. روش پژوهش حاضر پیمایشی از نوع ارزیابانه است و در آن با استفاده از سیاهه واری، مشتمل بر ۱۱ معیار و ۱۶۰ مؤلفه وبسایت‌های کتابخانه‌های ملی جامعه مورد نظر مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت. یافته‌ها: با توجه به امتیاز وبسایت شاخص فرضی (که در آن کلیه معیارها و مؤلفه‌ها ۱۰۰٪ رعایت گردیده است) که ۶۶۳ امتیاز را به خود اختصاص داده است، وبسایت کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران با ۵۹۴ امتیاز (۸۸/۵ درصد) دارا بودن مؤلفه‌ها در رده اول، ترکیه با ۴۸۵ امتیاز (۷۰/۵ درصد) در رده دوم و عراق با ۳۳۰ امتیاز (۴۶/۲ درصد) در رده سوم قرار گرفته‌اند. نتیجه‌گیری: بر اساس یافته‌های حاصل از پژوهش پیشنهادهایی به متصدیان و طراحان وبسایت کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران به تفکیک ابعاد مطرح شده ارائه می‌شود تا با رعایت آن کاربردپذیری در سیاهه وبسایت کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران به لحاظ حفظ موقعیت استراتژیک منطقه‌ای، به‌طور صد درصد تأمین شود.

سالمی و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی را با عنوان استفاده کاربران از رسانه‌های اجتماعی و رابطه آن با سواد رسانه‌ای (در حوزه سلامت شهر تهران) انجام دادند. روش تحقیق، پیمایش و ابزار سنجش، پرسش‌نامه محقق ساخته با ضریب آلفای کرونباخ ۰/۸۳۷ است. جامعه آماری، شهروندان بزرگسال تهرانی هستند که در اردیبهشت ۱۳۹۸، کاربر اینترنت بوده‌اند. بر اساس یافته‌ها، رابطه همبستگی بین میزان برخورداری از سواد رسانه‌ای سلامت با میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی (به‌طور عام) و همچنین نحوه استفاده از این رسانه‌ها در حوزه سلامت (تنوع رسانه‌های اجتماعی مورد استفاده و بهره‌گیری از کارکردهای آن‌ها در حوزه سلامت) معنادار است. درعین حال، تفاوت معنادار آماری بین میانگین سواد رسانه‌ای سلامت زنان و مردان، گروه‌های سنی گوناگون و ساکنان مناطق مختلف شهر وجود ندارد.

اسدی (۱۳۹۹) پژوهشی را با عنوان رابطه میان مصرف و سواد رسانه‌ای خبری دانش‌آموزان دبیرستانی شهر تهران انجام دادند. جامعه آماری دانش‌آموزان پایه یازدهم شهر تهران است که تعداد ۴۶۶ نفر از آنان به روش خوشه‌ای انتخاب شدند. داده‌ها به وسیله پرسش‌نامه تهیه شده مبتنی بر تحقیق کرافت، اشلی و مکسل و در قالب الگوی سواد رسانه‌ای شناختی جیمز پاتر جمع‌آوری شد. نتایج نشان داد که سواد رسانه‌ای خبری دانش‌آموزان در حد متوسط است. میان تنوع و میزان مصرف رسانه‌ای، منطقه آموزشی و شغل والدین با سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان رابطه وجود دارد؛ اما میان جنسیت و سواد رسانه‌ای خبری رابطه معناداری مشاهده نشد.

ولی زاده و جعفری (۱۳۹۸) پژوهشی را با عنوان نقش کتاب درسی تفکر و سواد رسانه‌ای در ارتقای ابعاد سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوره دوم شهر اردبیل انجام داده‌اند. روش پژوهش از لحاظ دستیابی به هدف، کاربردی و از لحاظ شیوه گردآوری اطلاعات، از نوع پیمایشی بوده است. جامعه آماری، تمامی دانش‌آموزان سال دوم و سوم شهر را در برمی‌گیرد که در سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶ در مدارس متوسطه این شهر مشغول تحصیل بوده‌اند. یافته‌های پژوهش نشان داده است که کتاب تفکر و سواد رسانه‌ای در ارتقای سواد رسانه‌ای و ابعاد چهارگانه آن در میان دانش‌آموزان نقش دارد.

فرج پهلوی و زوارقی (۱۳۹۵) تحقیقی روی شش آپک وببنیاد ایران از نظر ویژگی‌های نمایشی و رابط کاربری انجام داده‌اند. برای انجام این تحقیق از بررسی مشاهده‌ای استفاده شد. جامعه‌ی تحقیق نیز ۶ آپک ایرانی بودند که از طریق وب در دسترس هستند. در نهایت پس از انجام پژوهش، یافته‌های زیر حاصل شد: ترتیب رتبه‌ی آپک‌های وببنیاد ایران از نظر ویژگی‌های نمایشی عبارت است از: پارس آدرخش با ۹۸/۲ نمره رتبه‌ی اول، نوسا با ۹۳/۶ نمره رتبه‌ی دوم، پیام با ۸۹/۴ نمره رتبه‌ی سوم، اراکل با ۷۷/۶ نمره رتبه‌ی چهارم، ایران‌داک با ۶۸/۲ نمره رتبه‌ی پنجم و گنجینه با ۳۶ نمره از صد رتبه‌ی ششم. همچنین از نظر رابط کاربری ترتیب رتبه‌ها بدین گونه است: پارس آدرخش با ۷۲/۷۸ نمره رتبه‌ی اول، نوسا با ۶۴/۸۹ نمره رتبه‌ی دوم، پیام با ۶۰/۴۴ نمره رتبه‌ی سوم، اراکل با ۴۹/۳۲ نمره رتبه‌ی چهارم، ایران‌داک با

۴۲/۸۹ نمره رتبه‌ی پنجم و گنجینه نیز با ۱۸/۴۴ نمره از صد رتبه‌ی ششم. میانگین نمرات همه‌ی اپک‌های وب‌بنیاد ایران نیز از نظر ویژگی‌های نمایشی ۷۷/۱۷ و از نظر رابط کاربری ۵۱/۶۳ شد. نمرات این اپک‌ها نیز با لحاظ کردن هر دو ویژگی نمایشی و رابط کاربری، عبارت بود از: پارس آذرخش ۸۵/۴۹، نوسا ۷۹/۲۴، پیام ۷۴/۹۲، اراکل ۶۳/۴۷، ایران‌داک ۵۶/۰۴ و گنجینه ۲۷/۲۲. میانگین نمرات همه‌ی اپک‌ها از دو جنبه‌ی نمایشی و رابط کاربری نیز ۶۴/۴۰ محاسبه شد.

امین^۱ (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان نقش مهارت‌های ارتباطی و سواد دیجیتال در تفکر انتقادی به این نکته اشاره کرد که مهارت‌های ارتباطی و سواد دیجیتالی به‌طور هم‌زمان و به‌طور معناداری بر مهارت‌های تفکر انتقادی تأثیر می‌گذارند. نتایج نشان داد که جوانان و نوجوانان مشکل‌دار که تمایل به استفاده بالایی از اینترنت دارند از چت روم‌ها صحبت می‌کنند، با غریبه‌ها به‌صورت آنلاین صحبت می‌کنند و از اینترنت در خانواده‌هایی استفاده می‌کنند که غیر از خودشان هستند، در معرض خطر قربانی شدن آنلاین هستند.

کرافت و همکاران^۲ (۲۰۲۰) در تحقیق خود با عنوان عناصر سواد خبری: یک مطالعه متمرکز بر نحوه تعریف اخبار و علت مصرف آن از سوی نوجوانان دریافتند که جوان‌ترها کمتر به خبر علاقه نشان می‌دهند و علت آن را احتمالاً نداشتن وقت، مرتبط و موردعلاقه نبودن موضوعات و مرتبط نبودن به شرایط مخاطبان اعلام کردند همچنین دریافتند که آن دسته از جوانان و نوجوانانی هم که مصرف‌کننده خبر هستند، عمدتاً به‌طور اتفاقی و از طریق شبکه‌ها اجتماعی (معمولاً فیس‌بوک) خبر دریافت می‌کنند.

وراگا و همکاران^۳ (۲۰۱۹) در پژوهش خود با عنوان رهیافت چندبعدی سنجش سواد رسانه‌ای خبری علاوه بر آزمون شاخص مؤلف/مخاطب، پیام/معنی و بازنمایی/واقعیت برای سنجش سواد رسانه‌ای خبری مخاطبان، دریافتند که افراد باسواد رسانه‌ای خبری بیشتر، دانش بیشتر و نگرش مثبت‌تری به رسانه‌ها دارند.

پاپایانو^۴ (۲۰۱۷) در پژوهشی به بررسی سواد رسانه‌ای در میان جوانان استفاده‌کننده از شبکه‌های اجتماعی در بین دانش‌آموزان و معلمان یونان پرداخته است. یافته‌های پژوهش وی نشان داد که دانش‌آموزان موردبررسی مهارت‌های فنی برای کار با شبکه‌های اجتماعی از جمله فیس‌بوک را دارند ولی مهارت کافی برای جستجوی انتقادی و ارزیابی اطلاعات را نداشته و نسبت به مقررات و قوانین رسانه‌ها نیز آگاهی کافی ندارند. همچنین معلمان بر این باورند که استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌تواند اثرات مخربی بر دانش‌آموزان آن‌ها داشته باشد، از این‌رو آموزش مهارت‌های سواد رسانه‌ای را برای دانش‌آموزان خود را ضروری می‌دانند.

روبرت^۵ (۲۰۱۶) در پژوهشی نشان داده است که زمینه‌های آگاهی از تولیدات رسانه‌ای و تکنیک‌های به کار گرفته‌شده مانند موسیقی، رنگ، دانش رسانه‌ای، اقتصاد رسانه‌ها، راهبردهای فعالیت رسانه‌ها، آگاهی از تأثیرات و ساختار رسانه‌ها، حامیان رسانه و دخالت در رسانه‌ها، معنادار هستند.

مروری بر سوابق تجربی داخلی و خارجی نشان می‌دهد که پژوهشگران متناسب با موضوع مورد مطالعه خود، به جنبه‌هایی از سواد رسانه‌ای در میان رسانه‌های مختلف پرداخته‌اند و آنچه در اکثر این پژوهش‌ها مورد توجه آنان بوده، بررسی سواد رسانه‌ای به‌عنوان متغیر وابسته است که تحت تأثیر عوامل دیگر قرار دارد و از این نظر که همه پیشینه‌ها به بحث سواد رسانه‌ای پرداخته‌اند، با پژوهش حاضر مشابه هستند؛ اما تحقیق حاضر از این نظر با پیشینه پژوهش متمایز است که رابطه سواد رسانه‌ای را با میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای در میان کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم بررسی کرده است. در حقیقت متغیرهای سواد رسانه‌ای و ابعاد آن، استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار از فضای مجازی برای اولین بار در کنار هم مورد سنجش قرار می‌گیرد لذا از این نظر دارای ماهیتی جدیدی است که موجب بسط و گسترش نظری آن خواهد شد؛ علاوه بر فواید نظری، راهکارهایی ارائه می‌دهد

1 Amin

2 Craft et al

3 Vraga

4 Papaioannou

5 Robert

تا بتوان از مداخلاتی که بر روی این دو سازه (اینترنت و شبکه‌های اجتماعی) صورت می‌گیرد از گسترش آسیب‌های فضای مجازی در بین کتابداران جلوگیری کرد.

روش‌شناسی

نوع روش پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از حیث روش توصیفی-همبستگی از نوع پیمایش است که به روش میدانی اجرا شد. جامعه آماری تحقیق کلیه کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم است که تعداد آن‌ها ۱۱۲ نفر است و حجم نمونه به تعداد ۸۰ نفر به روش نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. این پژوهش برای تدوین مبانی نظری تحقیق از روش کتابخانه‌ای و برای گردآوری اطلاعات میدانی از ابزارهای ذیل استفاده شد. اطلاعات جمعیت شناختی: این اطلاعات شامل سن، رشته تحصیلی و نوع رسانه است که از طریق پرسشنامه سنجیده شد. پرسشنامه میزان استفاده از فضای مجازی: برای سنجش میزان استفاده از فضای مجازی از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. این پرسشنامه دارای ۲۰ سؤال بوده و هدف آن ارزیابی میزان استفاده افراد از فضای مجازی (شبکه‌های اجتماعی و اینترنت) است. طیف پاسخ‌دهی آن از نوع لیکرت پنج گزینه‌ای (۱=خیلی کم تا ۵=خیلی زیاد) است. برای به دست آوردن امتیاز کلی پرسشنامه، امتیازات مربوط به تک‌تک سؤالات را باهم جمع شد. این امتیاز دامنه‌ای از ۲۰ تا ۱۰۰ خواهد داشت. برای تفسیر نمره کلی به دست آمده، بدین صورت عمل می‌شود. ۲۰ تا ۴۰ استفاده کم از فضای مجازی ۴۱ تا ۶۰ استفاده متوسط از فضای مجازی ۶۱ تا ۸۰ استفاده زیاد از فضای مجازی ۸۱ تا ۱۰۰ استفاده بسیار زیاد از فضای مجازی است.

پرسشنامه پذیرش اخبار رسانه‌ای: برای سنجش پذیرش اخبار رسانه‌ای از پرسشنامه لی و سوه^۱ (۲۰۱۵) استفاده شد. این پرسشنامه برای اولین بار توسط محقق ترجمه، اعتبار یابی و مورد استفاده قرار گرفته است. این پرسشنامه دارای ۵ گویه بوده و بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت (از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم) طراحی شده است. طیف پاسخ‌ها از ۱ تا ۵ است و نمره ۱ نشان از باورپذیری پایین و نمره ۵ نشان از باورپذیری بالا است. همچنین تمامی گویه‌ها دارای نمره‌گذاری مستقیم (مثبت) می‌باشند.

پرسشنامه سواد رسانه‌ای: در پژوهش حاضر برای سنجش سواد رسانه‌ای از پرسشنامه محقق ساخته بر اساس نظریه پاتر (۱۹۹۸) در ابعاد چهارگانه شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی استفاده شد. این پرسشنامه ۲۰ سؤال داشت و سواد رسانه پاسخگو را در ۴ بعد شناختی (سؤالات ۱ تا ۵)، احساسی (سؤالات ۶ تا ۱۰)، زیبایی‌شناختی (سؤالات ۱۱ تا ۱۵) و اخلاقی (سؤالات ۱۶ تا ۲۰) می‌سنجد. سؤالات پرسشنامه بر اساس طیف پنج گزینه‌ای لیکرت (۱=خیلی کم تا ۵=خیلی زیاد) طراحی شد. نمره بالا در این پرسشنامه بیانگر سواد رسانه‌ای بالا است.

روایی و پایایی پرسشنامه‌های پژوهش

روایی (اعتبار): برآورد «اعتبار» پرسشنامه‌ها از طریق «اعتبار صوری^۱ و محتوایی» صورت گرفته است. به این ترتیب که با ارائه پرسشنامه‌ها به تعدادی از اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها و خبرگان، نظرات آن‌ها در مورد معتبر بودن گویه‌هایی که برای سنجش هر یک از متغیرها آمده لحاظ گردیده است.

پایایی (اعتماد): برای اندازه‌گیری پایایی (اعتماد) ابزار اندازه‌گیری از روش آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج در جداول زیر آورده می‌شود.

جدول (۱). پایایی پرسشنامه‌های پژوهش

متغیر	تعداد سؤال	ضریب آلفای کرونباخ
میزان استفاده از فضای مجازی	۲۰	۸۵/۰
پذیرش خبر رسانه‌ای	۵	۸۴/۰
سواد رسانه‌ای	۲۰	۷۹/۰

در پژوهش حاضر، ضرایب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه‌های پژوهش بالاتر از ۰/۷ به دست آمد که ضرایب قابل قبولی برای تأیید پایایی پرسشنامه‌ها است.

یافته‌ها

داده‌های گردآوری شده در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفت. جهت توصیف داده‌ها از شاخص‌های توصیفی همچون میانگین، انحراف استاندارد، فراوانی و درصد برای توصیف اطلاعات استفاده شد. در تحلیل استنباطی هم جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش از در آمار استنباطی به آزمون فرضیه‌های مورد بررسی در تحقیق پرداخته می‌شود. در تحقیق حاضر ابتدا با استفاده از آزمون کولموگروف اسمیرنوف به بررسی نرمال بودن یا نبودن داده‌های تحقیق پرداخته شد و به دلیل نرمال بودن داده‌ها از آزمون‌های پارامتریک همبستگی پیرسون و در نرم‌افزار SPSS جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شد.

آمار توصیفی

جامعه آماری پژوهش حاضر شامل کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم بودند که به صورت تمام‌وقت در زمان انجام پژوهش به ارائه خدمت اشتغال داشتند. توزیع فراوانی نمونه برحسب متغیرهای جمعیت شناختی به شرح زیر است:

جدول زیر توزیع فراوانی نمونه پژوهش را بر اساس جنسیت شرکت‌کنندگان نشان می‌دهد.

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۳۱	۳۸/۸
زن	۴۹	۶۱/۲
کل	۸۰	۱۰۰

همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌گردد ۶۱/۲ درصد شرکت‌کنندگان پژوهش حاضر را زنان تشکیل می‌دهد که تعداد آنان نسبت به مردان (۳۸/۸ درصد) بیشتر است.

آمار استنباطی

در این بخش به آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخته می‌شود. فرضیه اصلی اول: «بین سواد رسانه‌ای و ابعاد آن (شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی) با میزان استفاده از فضای مجازی در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم رابطه معنی‌داری وجود دارد».

جدول (۳). ضرایب همبستگی سواد رسانه‌ای و ابعاد آن (شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی) با میزان استفاده از فضای مجازی

متغیر وابسته		متغیر مستقل	
میزان استفاده از فضای مجازی			
معنی‌داری	ضریب همبستگی		
۰/۳۰۷	-۰/۰۵۶	سواد رسانه‌ای (کل)	
۰/۱۷۱	-۰/۰۷۵	شناختی	مؤلفه‌ها
۰/۷۳۴	-۰/۰۲۰	احساسی	
۰/۱۹۶	-۰/۰۷۱	زیبایی‌شناختی	
۰/۵۵۴	-۰/۰۳۳	اخلاقی	

نتایج جدول ۳، نشان می‌دهد بین سواد رسانه‌ای و ابعاد آن با میزان استفاده از فضای مجازی رابطه معناداری وجود ندارد، بنابراین فرضیه اول پژوهش رد می‌شود. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش قناعتی و همکاران (۱۳۹۷) همسو و با نتایج پژوهش بلبللی و تربیتی (۱۳۹۳)، میری و بنی‌هاشم (۱۳۹۸) و اسدی (۱۳۹۹) ناهمسو است.

فرضیه اصلی دوم: «بین سواد رسانه‌ای و ابعاد آن (شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی) با پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم رابطه معنی‌داری وجود دارد».

جدول (۴). ضرایب همبستگی سواد رسانه‌ای و ابعاد آن (شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی) با پذیرش اخبار رسانه‌ای

متغیر وابسته		متغیر مستقل	
پذیرش اخبار رسانه‌ای			
معنی‌داری	ضریب همبستگی		
۰/۰۰۰	-۰/۳۰۰	سواد رسانه‌ای (کل)	
۰/۰۰۰	-۰/۳۳۵	شناختی	مؤلفه‌ها
۰/۰۰۰	-۰/۲۰۱	احساسی	
۰/۰۰۰	-۰/۲۹۳	زیبایی‌شناختی	
۰/۰۰۰	-۰/۲۵۳	اخلاقی	

نتایج جدول ۴، نشان می‌دهد بین سواد رسانه‌ای و پذیرش اخبار رسانه‌ای ($r = -0/300$, $p = 0/000$) رابطه منفی و معنی‌دار برقرار است. همچنین بین همه مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای و پذیرش اخبار رسانه‌ای رابطه منفی و معنی‌دار وجود دارد. برای نمونه رابطه منفی بین سواد شناختی و پذیرش اخبار رسانه‌ای ($r = -0/335$, $p = 0/000$)، ضمن تأیید فرضیه اصلی دوم پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین کتابداران با میزان سواد رسانه‌ای آنان ارتباط دارد که با نتایج پژوهش تقی پور و همکاران (۱۴۰۰)، آنتونی (۲۰۰۹) کاملاً همسوست.

فرضیه فرعی اول: «سواد رسانه‌ای، میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای بر اساس سن کتابداران متفاوت است.»

برای بررسی این فرضیه، از آزمون تحلیل واریانس یک‌طرفه آنوا استفاده شد که نتایج حاصل در جداول زیر گزارش شده است.

جدول (۵). شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش بر اساس سن

سن	سواد رسانه‌ای	میزان استفاده از فضای مجازی	پذیرش اخبار رسانه‌ای
	میانگین	انحراف معیار	میانگین
۲۰ سال	۳	۰/۸۳	۳/۷۵
۲۵-۳۰ سال	۳/۰۶	۰/۸۴	۳/۸۱
۳۰ سال به بالا	۳/۱	۰/۸۲	۳/۸۳

طبق نتایج جدول آنوا، با توجه به اینکه سطح معنی‌داری خطای آزمون برای هر سه متغیر بیشتر از ۰/۰۵ است، بنابراین عدم تفاوت میانگین مورد تأیید قرار می‌گیرد و اختلاف میانگین متغیرهای پژوهش در بین سه گروه از لحاظ آماری معنادار نیست ($P > 0/05$). بنابراین ضمن رد فرضیه، می‌توان گفت که سواد رسانه‌ای، میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای بر اساس سن کتابداران متفاوت نیست. یافته‌های پژوهش حاضر در زمینه عدم ارتباط سن با سواد رسانه، با نتایج پژوهش سالمی و همکاران (۱۴۰۰) مطابقت دارد و همچنین اسمعیلی و همکاران (۱۳۹۸) نشان دادند که از میان متغیرهای جمعیت شناختی، فقط سن با متغیر توانایی تشخیص اخبار جعلی ارتباط دارند که نتایج پژوهش حاضر به نوعی ناهمسو با این پژوهش است.

فرضیه فرعی دوم: «سواد رسانه‌ای، میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای بر اساس رشته تحصیلی کتابداران متفاوت است.»

برای بررسی این فرضیه، از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد که نتایج حاصل در جداول زیر گزارش شده است.

جدول (۶). شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش بر اساس رشته تحصیلی

رشته تحصیلی	سواد رسانه‌ای		میزان استفاده از فضای مجازی		پذیرش اخبار رسانه‌ای	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
کتابداری	۳	۰/۷۶	۳/۷۸	۰/۹۴	۳/۶۶	۰/۹۴
غیر کتابداری	۲/۹۴	۰/۸۰	۳/۹۰	۰/۹۳	۳/۶۰	۰/۹۸

طبق نتایج جدول بالا، با توجه به اینکه سطح معنی‌داری خطای آزمون برای میزان استفاده از فضای مجازی بیشتر از ۰/۰۵ است، بنابراین عدم تفاوت میانگین مورد تأیید قرار می‌گیرد و اختلاف میانگین میزان استفاده از فضای مجازی در بین سه گروه از لحاظ آماری معنادار نیست ($P > 0/05$).

از سویی، سطح معنی‌داری خطای آزمون برای سواد رسانه‌ای و پذیرش اخبار رسانه‌ای کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین تفاوت میانگین در این دو متغیر مورد تأیید قرار می‌گیرد و اختلاف میانگین سواد رسانه‌ای و پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین دو گروه یادشده از آزمودنی‌ها از لحاظ آماری معنادار است ($P < 0/05$). نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش اسمعیلی و همکاران (۱۳۹۸) مبنی بر ارتباط رشته تحصیلی با متغیر سواد اطلاعاتی به‌نوعی ناهمسو است.

فرضیه فرعی سوم: «سواد رسانه‌ای، میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای بر اساس نوع رسانه اجتماعی کتابداران متفاوت است».

برای بررسی این فرضیه، از آزمون تحلیل واریانس یک طرفه استفاده شد که نتایج حاصل در جداول زیر گزارش شده است.

جدول (۷). شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش بر اساس نوع رسانه اجتماعی

رشته تحصیلی	سواد رسانه‌ای		میزان استفاده از فضای مجازی		پذیرش اخبار رسانه‌ای	
	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار	میانگین	انحراف معیار
اینستاگرام	۲/۹۷	۰/۸۱	۳/۹۷	۰/۹۳	۳/۳۸	۱/۰۳
واتساپ	۳/۱۳	۰/۸۶	۳/۷۱	۰/۹۹	۳/۷۴	۰/۹۵
تلگرام	۳/۴	۰/۸۴	۳/۸۵	۰/۹۰	۳/۵۰	۱/۰۶
داخلی	۳/۵۸	۰/۸۵	۳/۳۸	۰/۹۱	۳/۸۷	۱/۱
سایر	۲/۹۳	۰/۶۷	۳/۱۸	۰/۸۹	۳/۲۰	۰/۷۴

طبق نتایج جدول، با توجه به اینکه سطح معنی‌داری خطای آزمون برای سواد رسانه‌ای بیشتر از ۰/۰۵ است، بنابراین عدم تفاوت میانگین مورد تأیید قرار می‌گیرد و اختلاف میانگین سواد رسانه‌ای بر اساس نوع رسانه اجتماعی آزمودنی‌ها از لحاظ آماری معنادار نیست ($P > 0/05$). از سویی، سطح معنی‌داری خطای آزمون برای میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای کمتر از ۰/۰۵ است، بنابراین تفاوت میانگین در این دو متغیر مورد تأیید قرار می‌گیرد و اختلاف میانگین میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای از نظر نوع رسانه اجتماعی آزمودنی‌ها از لحاظ آماری معنادار است ($P < 0/05$).

مقایسه دوبه‌دوی نوع رسانه اجتماعی آزمودنی‌ها از نظر میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای به وسیله آزمون صورت گرفت که در جدول شماره ۸ آورده شده است.

جدول (۸). نتایج آزمون مقایسه دوبه‌دوی نوع رسانه از نظر استفاده از میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای

متغیر	رشته تحصیلی	اختلاف میانگین	انحراف استاندارد	معنی‌داری
	اینستاگرام	۰/۲۶۸*	۰/۱۱۱	۰/۰۱۸
	اینستاگرام	۰/۱۲۱	۰/۱۵۳	۰/۴۳۲
میزان استفاده از فضای مجازی	اینستاگرام	۰/۵۹۳	۰/۳۸۸	۰/۱۲۹
	اینستاگرام	۰/۷۹۸*	۰/۳۳۸	۰/۰۲۰
	واتساپ	-۰/۱۴۶	۰/۲۵۹	۰/۳۶۳
	واتساپ	۰/۳۲۹	۰/۳۹۰	۰/۴۰۳
	واتساپ	۰/۲۳۴	۰/۳۴۱	۰/۱۱۹
	تلگرام	-۰/۴۷۳	۰/۴۰۴	۰/۲۴۵
	تلگرام	۰/۲۰۷	۰/۵۰۴	۰/۶۸۵
پذیرش اخبار رسانه‌ای	اینستاگرام	-۰/۳۶۷*	۰/۱۱۹	۰/۰۰۴
	اینستاگرام	-۰/۱۲۴	۰/۱۶۵	۰/۴۵۷
	اینستاگرام	-۰/۴۹۲	۰/۴۱۹	۰/۲۴۳
	اینستاگرام	۰/۱۷۸	۰/۱۳۵	۰/۶۸۴
	واتساپ	۰/۱۴۵	۰/۱۷۲	۰/۱۵۶
	واتساپ	-۰/۱۲۶	۰/۴۲۰	۰/۷۶۹
	واتساپ	۰/۵۴۴	۰/۳۶۸	۰/۱۴۲
	تلگرام	-۰/۳۶۹	۰/۴۳۶	۰/۴۰۰
	تلگرام	۰/۳۰۰	۰/۳۸۵	۰/۴۳۸

*اختلاف میانگین در سطح ۰/۰۵ معنی‌دار است.

مطابق با جدول فوق، اختلاف میانگین میزان استفاده از فضای مجازی در اینستاگرام و سایر بیشتر و مثبت است (۰/۷۹۸) و با توجه به معنادار بودن اختلاف، می‌توان نتیجه گرفت که آزمودنی‌های با اولویت مصرف اینستاگرام دارای بیشترین و آزمودنی‌های با مصرف سایر رسانه‌ها (توییتر و فیس‌بوک) دارای کمترین میزان استفاده از فضای مجازی می‌باشند. مطابق با جدول فوق، اختلاف میانگین پذیرش اخبار رسانه‌ای در اینستاگرام و واتساپ بیشتر و منفی است (۰/۳۶۷-) و با توجه به معنادار بودن اختلاف، می‌توان نتیجه گرفت که آزمودنی‌های با اولویت مصرف اینستاگرام دارای کمترین و آزمودنی‌های با مصرف واتساپ دارای بیشترین پذیرش اخبار رسانه‌ای می‌باشند. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش آنتونی (۲۰۰۹) کاملاً همسو است.

بحث و نتیجه‌گیری

روی آوردن کاربران به فضای اینترنت به دلیل کمبود زمان کافی جهت مراجعه به کتابخانه‌ها یکی از دلایل ایجاد کتابخانه‌های دیجیتالی بود. کتابخانه‌های دیجیتالی به جهت فراهم آوردن امکانات مختلف، دسترسی کاربران را به اطلاعات موردنیاز تسهیل و تسریع بخشیده‌اند؛ اما آنچه این هدف را تحقق می‌بخشد یک معماری و طراحی مناسب در ایجاد کتابخانه دیجیتالی است. اگر در طراحی کتابخانه‌های دیجیتالی نیاز کاربران، نوع جامعه و سایر عوامل موردتوجه

قرار گیرد می‌توان گفت آن کتابخانه به اهداف موردنظر نزدیک می‌شود. با توجه به اینکه در طراحی کتابخانه‌های دیجیتال بحث رابط کاربر به جهت حذف عوامل انسانی بسیار حائز اهمیت است، کتابخانه‌های دیجیتالی در طراحی خود خصوصیات مربوط به رابط کاربر را باید در نظر بگیرند. به جهت اهمیت این بحث، رابط کاربر کتابخانه‌های دیجیتال مختلف به صورت مستمر نیازمند ارزیابی می‌باشند. پژوهش حاضر نیز بر آن شد تا با ارزیابی رابط کاربر در صفحات وب انگلیسی کتابخانه‌های دیجیتالی ملی برگزیده بر اساس معیارهای موجود در متون و منابع این مسئله را مورد بررسی قرار دهد. انجام پژوهش نیازمند معیارهایی بود تا بتوان از طریق آن ارزیابی را انجام داد. پس از بررسی پیشینه‌های مرتبط با پژوهش در زمینه کتابخانه دیجیتالی و رابط کاربری، مشاهده شد که با وجود مطالعات صورت گرفته در زمینه رابط کاربر این مطالعات به صورت کامل و جامع صورت نگرفته بود و محققین مختلف هرکدام تنها یک یا تعداد محدودی از معیارها را در زمینه نظام‌های اطلاعاتی مختلف بررسی نموده بودند.

پژوهش حاضر باهدف بررسی رابطه سواد رسانه‌ای با میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم انجام و فرضیه‌های پژوهش مورد آزمون قرار گرفته است. مروری بر سوابق تجربی داخلی و خارجی نشان می‌دهد که پژوهشگران متناسب با موضوع مورد مطالعه خود، به جنبه‌هایی از سواد رسانه‌ای در میان رسانه‌های مختلف پرداخته‌اند و آنچه در اکثر این پژوهش‌ها مورد توجه آنان بوده، بررسی سواد رسانه‌ای به‌عنوان متغیر وابسته است که تحت تأثیر عوامل دیگر قرار دارد و از این نظر که همه پیشینه‌ها به بحث سواد رسانه‌ای پرداخته‌اند، با پژوهش حاضر مشابه هستند؛ اما تحقیق حاضر از این نظر با پیشینه پژوهش متمایز است که رابطه سواد رسانه‌ای و ابعاد آن را با میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای در میان کتابداران کتابخانه‌های عمومی استان قم بررسی کرده است. در حقیقت متغیرهای سواد رسانه‌ای و ابعاد آن، استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار از فضای مجازی برای اولین بار در کنار هم مورد سنجش قرار می‌گیرد لذا از این نظر دارای ماهیتی جدیدی است که موجب بسط و گسترش نظری آن خواهد شد؛ علاوه بر فواید نظری، راهکارهایی ارائه می‌دهد تا بتوان از مداخلاتی که بر روی این دو سازه (اینترنت و شبکه‌های اجتماعی) صورت می‌گیرد از گسترش آسیب‌های فضای مجازی در بین کتابداران جلوگیری نمود.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون در فرضیه اصلی اول نشان رابطه‌ای بین سواد رسانه‌ای و ابعاد آن (شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی) با میزان استفاده از فضای مجازی وجود ندارد؛ بنابراین، ضمن رد فرضیه اول می‌توان نتیجه گرفت که میزان استفاده از فضای مجازی در بین کتابداران ارتباطی به میزان سواد رسانه‌ای آنان ندارد؛ بنابراین مطابق با نتایج پژوهش حاضر، الزاماً کسانی که در فضای مجازی هستند نمی‌توان گفت سواد رسانه‌ای بالایی دارند و کسانی که سواد رسانه‌ای بالایی دارند همیشه درگیر فضای مجازی نیستند و برای این کار محدوده زمانی مشخصی دارند که با نتایج پژوهش قناعتی و همکاران (۱۳۹۷) همسو و با نتایج پژوهش بلبل و تربیتی (۱۳۹۳)، میری و بنی‌هاشم (۱۳۹۸) و اسدی (۱۳۹۹) ناهمسو است. با توجه به این یافته، به نظر می‌رسد اینترنت و فضای مجازی رسانه‌ای جذاب است، بدون اثربخشی از سواد رسانه‌ای کاربر، مورد توجه و اقبال عموم به‌ویژه کتابداران قرار گرفته به طوری که مردم از همه سنین، مشاغل و سطوح مختلف از آن استفاده می‌کنند. این رسانه راه‌های جدیدی برای برقراری ارتباط با افراد فراهم می‌کند. یکی از راه‌های برقراری ارتباط از طریق اینترنت که امروزه به سرعت در حال شیوع است، شبکه‌های اجتماعی مجازی است. شبکه‌های اجتماعی مجازی در حال تبدیل شدن به مهم‌ترین وسایل ارتباطی در دوران حاضر هستند. شبکه‌های اجتماعی امکان ارتباط بین افراد را بدون محدودیت مکانی فراهم آورده‌اند و فضایی آزاد برای اشتراک‌گذاری اطلاعات، فایل‌ها، تصاویر و ویدئوها، ایجاد وبلاگ و ارسال پیام و مکالمات هم‌زمان ایجاد نموده‌اند. از این رو بیشتر کاربران احتمالاً بدون کسب سواد رسانه‌ای، از این فضا به‌عنوان مهم‌ترین ابزار برای تعاملات اجتماعی و ارتباطی استفاده می‌کنند. از این رو می‌توان نتیجه گرفت حضور در اجتماعات مجازی برای کتابداران نه از روی سواد رسانه‌ای بلکه از روی یک ضرورت در عصر جدید و درست مانند زندگی واقعی اتفاق می‌افتد.

نتایج آزمون همبستگی پیرسون در فرضیه اصلی دوم نشان بین سواد رسانه‌ای و ابعاد آن (شناختی، احساسی، زیبایی‌شناختی و اخلاقی) با پذیرش اخبار رسانه‌ای رابطه منفی وجود دارد و این یافته بدین معنی است که کتابدارانی که از سطح سواد رسانه‌ای بالایی برخوردارند کمتر اخبار رسانه‌ای مورد پذیرش آنان قرار می‌گیرد. به عبارتی دیگر بین سواد رسانه‌ای کتابداران و باورپذیری اخبار رسانه‌ای رابطه عکس وجود دارد چنانچه با افزایش سواد رسانه‌ای، میزان پذیرش اخبار رسانه‌ای کاهش می‌یابد؛ بنابراین، ضمن تأیید فرضیه دوم پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین کتابداران با میزان سواد رسانه‌ای آنان ارتباط دارد. در تبیین این یافته می‌توان گفت افرادی که میزان آگاهی بیشتر و تفکر انتقادی بالاتری برخوردارند و می‌توانند با دید انتقادی بیشتری به مطالب مندرج در رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی داشته باشند. همچنین اگر کاربران از دانش و مهارت کافی در استفاده از تجهیزات الکترونیکی جدید نظیر تلفن همراه و کامپیوتر برخوردار باشند به راحتی می‌توانند به اطلاعاتی دست پیدا کنند که از صحت و درستی کافی برخوردار باشند. مهارت استفاده از ابزارهای الکترونیکی به کاربران کمک می‌کند که اطلاعات را از منابع معتبر اخذ کنند و به اطلاعاتی که از منابع غیر معتبر منتشر می‌شود توجه نکنند یا اینکه اگر به چنین اطلاعاتی دست یافتند قبلاً از پذیرش آن‌ها، در سایت‌ها و پیج‌های معتبر، صحت آن‌ها را اطمینان حاصل کنند. از طرفی، یکی از ویژگی‌های ذهنی و عقلی بشر، نپذیرفتن هر حرف و خبری چه در فضای حقیقی و مجازی بدون تجزیه و تحلیل است. انسان از قوه عقل برخوردار است و بایستی قبل از پذیرفتن هر حرفی ابتدا به آن فکر کند، سپس در خصوص آن تحقیق کند، منابع مختلف شیوع خبر را رصد کند، واکنش‌های اطرافیان یا خود فردی که شایعات در خصوص آن منتشر شده است را مطالعه کند و در نهایت با نگاهی منتقدانه همه ابعاد را بررسی کند و بپذیرد خبر صحت دارد یا نه. قدرت استدلال رسانه‌های اجتماعی باعث می‌شود که دانشجویان اطلاعات ارائه شده در رسانه‌های اجتماعی را قانع‌کننده و واقعی تصور کنند و به همین دلیل، اطلاعات آن را معتبر و باورپذیرتر در نظر می‌گیرد. ضمن تأیید فرضیه اصلی دوم پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین کتابداران با میزان سواد رسانه‌ای آنان ارتباط دارد که با نتایج پژوهش تقی پور و همکاران (۱۴۰۰)، آنتونی (۲۰۰۹) کاملاً همسوست.

در مجموع می‌توان گفت کاربران شبکه‌های اجتماعی برای رهایی از دام شایعات فضای مجازی بایستی خودشان را به ابزارهای سواد رسانه‌ای تجهیز کنند تا در پیج‌ها و کانال‌هایی عضو شوند و اخبار و اطلاعات را کانال‌هایی به دست آورند که اولاً هدف اصلی آن‌ها انتشار صحیح اخبار باشد و ثانیاً خبری را منتشر کنند که از نظر شرعی، قانونی و اخلاقی درست باشد و به این ترتیب صره از ناصره را تشخیص دهند. لذا در دنیای مجازی شکل‌گرفته امروزی تنها افرادی می‌توانند اسیر شایعه‌پراکنی بنگاه‌های خبری که به دنبال اغفال ذهنی آحاد جامعه جهانی هستند نشوند که به سلاح سواد رسانه‌ای مجهز باشند.

نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه فرضیه فرعی اول نشان داد که سواد رسانه‌ای، میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای بر اساس سن کتابداران متفاوت نیست بنابراین ضمن رد فرضیه، می‌توان نتیجه گرفت که افزایش یا کاهش سن ارتباطی با سواد رسانه‌ای، میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای کتابداران ندارد. یافته‌های پژوهش حاضر در زمینه عدم ارتباط سن با سواد رسانه، با نتایج پژوهش سالمی و همکاران (۱۴۰۰) مطابقت دارد. با این حال در این پژوهش مشخص شد که سن هیچ ارتباطی با سواد رسانه‌ای، میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای ندارد و شاید مهم‌ترین دلیل احتمالی آن به فاصله نزدیک کتابداران از نظر سنی باشد که نمی‌توان انتظار داشت که در این فاصله کم تحول زیادی در زمینه سواد رسانه‌ای، میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای رخ بدهد.

نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه فرضیه فرعی دوم نشان داد که میزان استفاده از فضای مجازی بر اساس رشته تحصیلی (کتابداری و غیر کتابداری) کتابداران متفاوت نیست اما بر اساس سواد رسانه‌ای و پذیرش اخبار رسانه‌ای تفاوت معنی‌داری بین دو گروه وجود دارد و بر اساس نتایج سواد رسانه‌ای در بین کتابداران رشته کتابداری بیشتر از سایر رشته‌ها و پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین کتابداران رشته کتابداری کمتر از سایر رشته‌ها است که با نتایج پژوهش

اسمعیلی و همکاران (۱۳۹۸) مبنی بر ارتباط رشته تحصیلی با متغیر سواد اطلاعاتی به نوعی ناهمسو است اما در زمینه ُ متغیر پذیرش اخبار رسانه‌ای پژوهش همسو یا ناهم‌سویی یافت نشد.

نتایج تحلیل واریانس یک‌طرفه فرضیه فرعی سوم نشان داد که سواد رسانه‌ای بر اساس نوع رسانه اجتماعی کتابداران متفاوت نیست اما بر اساس میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای تفاوت معنی‌داری وجود دارد و بر اساس نتایج میزان استفاده از فضای مجازی در بین کتابداران بیشتر از اینستاگرام استفاده می‌کنند بیشتر و در بین کتابدارانی که اولویت رسانه‌ای آنان توئیتر و فیس‌بوک است کمتر است. همچنین پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین کتابداران بیشتر از اینستاگرام استفاده می‌کنند کمتر و در بین کتابدارانی که اولویت رسانه‌ای آنان واتساپ است بیشتر است. بر اساس این یافته‌ها می‌توان گفت پلتفرم اینستاگرام بیشترین مصرف رسانه‌ای را در بین کتابداران به خود اختصاص داده است و همچنین کتابداران اخبار رسانه‌ای واتساپ را بیشتر از سایر رسانه‌ها مورد پذیرش قرار می‌دهند. هرچند در این زمینه یافته مشابهی در دست نیست اما در تبیین دلایل آن می‌توان گفت بسیاری از کاربران ایرانی بعد از محدودیت ایجاد شده برای تلگرام به سمت اینستاگرام روی آورده‌اند و این پلت فرم بعد از فیلترینگ تلگرام، رشد فزاینده‌ای در بین کاربران ایرانی پیدا کرد. بر اساس گزارش‌های منتشر شده حدود ۴۹ درصد ایرانیان عضو اینستاگرام هستند و در این میان یکی از پلتفرم‌های محبوب کسب و کارهاست؛ به طوری که ۹۰ درصد کاربران اینستاگرام حداقل یک پیج تجاری را دنبال می‌کنند. همچنین این گزارش معتقد است که ۶۰ درصد کاربران اینستاگرام اعلام کرده‌اند که در این شبکه با محصولات جدید آشنا شده‌اند. اینستاگرام در دنیا هم‌چنین نقشی را دارد. نتایج این فرضیه با نتایج پژوهش آنتونی (۲۰۰۹) کاملاً همسوست.

بر اساس یافته‌های پژوهش جهت بهبود رابط کاربر کتابخانه‌های دیجیتال پیشنهادهایی برای کتابخانه‌های پیام نور ارائه می‌شود:

- ۱- انجام پژوهش بر روی کتابداران در مناطق مختلف و همچنین گروه‌های مختلف جهت افزایش اطمینان از تعمیم‌پذیری نتایج توصیه می‌شود.
- ۲- پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده در کنار پرسشنامه، از روش‌های عمیق‌تری نظیر مصاحبه استفاده شود تا فهم بیشتری از پیامدهای سواد رسانه‌ای به دست آید.
- ۳- توجه به اینکه پژوهش انجام شده در خصوص رسانه‌های اجتماعی مجازی بوده است، پیشنهاد می‌شود سایر محققان، رسانه‌های جمعی را مورد بررسی قرار دهند.

تقدیر و تشکر

بدین‌وسیله از تمامی افرادی که در انجام پژوهش حاضر همکاری نمودند، تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

ملاحظات اخلاقی

در این پژوهش، مسائل اخلاقی از جمله سرقت ادبی، انتشار یا تسلیم دوگانه به‌طور کامل رعایت شده است.

مشارکت نویسندگان

جمع‌آوری داده‌ها: سعید غفاری، مسعود بختیاری؛ تهیه گزارش پژوهش: مسعود بختیاری؛ تحلیل داده‌ها: مسعود بختیاری.

تعارض منافع

نویسندگان تصریح می‌نمایند هیچ‌گونه تضاد منافی در خصوص پژوهش حاضر وجود ندارد.

حامی مالی

مقاله حاضر دارای هیچ‌گونه حمایت مالی نیست.

سپاسگزاری

از داوران محترم به خاطر ارائه نظرات ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

فهرست منابع

- استرکی، اکبر. (۱۳۹۱) شبکه‌های اجتماعی مجازی، فصلنامه جامعه اطلاعاتی، ۴(۱): ۴۳-۸۳.
- اسدی، ناصر. (۱۳۹۹). رابطه میان مصرف و سواد رسانه‌ای خبری دانش‌آموزان دبیرستانی شهر تهران. مجله دین و ارتباطات، ۲۷(۵۷): ۱۷-۵۶.
- اسمعیلی، امیر؛ صالح، رحیمی و محمود، مرادی. (۱۳۹۸). رابطه میان سواد اطلاعاتی و توانایی کاربران کتابخانه‌ها در تشخیص اخبار جعلی بر اساس مؤلفه‌های اطلاع‌نگاشت ایفلا. مطالعات ملی کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات، ۳۰(۱): ۷-۲۶.
- اسلوین، جیمز. (۱۳۸۰). اینترنت و جامعه، ترجمه عباس گیلوری و علی رادباوه، تهران: کتابدار.
- بلبلی، الهام سادات و تربتی، سروناز. (۱۳۹۳). بررسی رابطه میزان استفاده تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و سواد رسانه‌ای، مجله مطالعات رسانه‌ای، ۹(۲۶): ۱۹-۲۸.
- پاتر، جیمز. (۱۳۹۱). نظریه سواد رسانه‌ای، رهیافتی شناختی، ترجمه ناصر اسدی، محمد سلطانی فر، شهناز هاشمی، تهران: سیمای شرق.
- تقی پور، امیرعباس؛ محمد طاهری، محمود رضا؛ سلطانی فر، محمد. (۱۴۰۰). رابطه سواد رسانه‌ای با میزان پذیرش شایعات در بین مخاطبان شبکه‌های اجتماعی. دین و ارتباطات، ۲۸(ویژه‌نامه اول؛ دین، رسانه و سواد رسانه‌ای): ۱۲۶-۹۴.
- جعفری هرندی، رضا؛ بهرامی، سوسن. (۱۳۹۸). تأثیر اعتیاد اینترنتی، سلامت روانی و معنوی دانشجویان دانشگاه قم. علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۵(۱): ۵۵-۷۷.
- چناری مهین، شبستانی اعظم. پیش‌بینی میزان آشنایی با اخلاق در فضای مجازی با استفاده از سواد رسانه‌ای و شایستگی‌های فناورانه. اخلاق در علوم و فناوری. ۱۴۰۰؛ ۱۶(۱): ۱۵۵-۱۵۸.
- سالمی، آزاده؛ خانیکی، هادی؛ صبوری خسروشاهی، حبیب؛ هاشمی، شهناز. (۱۴۰۰). استفاده کاربران از رسانه‌های اجتماعی و رابطه آن با سواد رسانه‌ای (در حوزه سلامت شهر تهران). فصلنامه علمی مطالعات میان‌رشته‌ای ارتباطات و رسانه، ۴(پیاپی ۱۲): ۵-۳۶.
- شرقی، مریم. جعفری، علی. (۱۴۰۳). رابطه سواد رسانه‌ای با میزان استفاده از فضای مجازی و پذیرش اخبار رسانه‌ای در بین دانش‌آموزان دختر دوره دوم متوسطه. پژوهش‌های ارتباطی، ۳۱(۱۱۷): ۱۰۵-۱۳۵.
- شهبازی، رحیم. قاسم‌زاده، ابوالفضل. مهری، نصرت. داداش زاده، مجید. (۱۴۰۳). مدل یابی معادلات ساختاری رابطه سواد رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی با پذیرش یادگیری الکترونیکی در دوره باندمی کووید-۱۹ (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه هنر اسلامی تبریز)، علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۱۰(۱): ۶۱-۸۸.
- صدیقی، زینب. اسفندیاری مقدم، علیرضا، زارعی، عاطفه. (۱۳۹۹). شناسایی مهم‌ترین معیارهای ارزیابی رابط کاربر کتابخانه‌های دیجیتال ارائه‌دهنده خدمات به نابینایان و کم‌بینایان از دیدگاه کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دیجیتال نابینایان در سطح کشور، فصلنامه مطالعات کتابداری و علم اطلاعات، ۲(۱۲): ۱۶۰-۱۸۱.
- عزیزی، زهره. مرادی، محمود. (۱۴۰۳). بررسی نقش سواد رسانه‌ای در توانایی تشخیص اخبار جعلی کتابداران کتابخانه‌های عمومی. علوم و فنون مدیریت اطلاعات، ۱۰(۲): ۶۱-۷۶.
- فرقانی، محمدمهدی و مهاجری، ربایه. (۱۳۹۸). رابطه بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و تغییر در سبک زندگی جوانان، مطالعات رسانه‌های نوین، ۴(۱۳): ۲۹۲-۲۵۹.
- فرج پهلوی، فرج پهلوی. زوارقی، زوارقی. (۱۳۸۵). ارزیابی اپک‌های وب‌بنیاد ایران از نظر ویژگی‌های نمایشی و رابط کاربری. پژوهش‌نامه مبانی تعلیم و تربیت، ۷(۱): ۱۸-۳۱.

فکوهی، ناصر (۱۴۰۰). تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی، تهران: نشر نی، چاپ سیزدهم.

فتیحی واجارگاه، کوروش، پرداختچی، محمدحسن، ربیعی، مهدی (۱۳۹۰). ارزشیابی اثربخشی دوره‌های آموزش مجازی در نظام آموزش عالی ایران. فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی، ۱(۴)، ۵-۲۱.

قناعتی، عاطفه و پیرزهی، مهسا و خنجر خانی، مسعود. (۱۳۹۷). رابطه میزان استفاده از فضای مجازی با سواد رسانه‌ای، نهمین همایش انجمن فلسفه تعلیم و تربیت ایران، زاهدان.

محمد اسماعیل، صدیقه. کاظمی کوهبنانی، سمیه. (۱۳۸۹). ۱۶۰ مؤلفه در ارزیابی تطبیقی کاربردپذیری وبسایت‌های کتابخانه‌های ملی کشورهای جمهوری اسلامی ایران، عراق و ترکیه. دانش‌شناسی، ۱۱(۳)، ۹۱-۱۱۵.

میری، انیس. بنی‌هاشم، زهرا. (۱۳۹۸). تأثیر ابعاد سواد رسانه‌ای بر میزان و نوع استفاده از پیام‌رسان‌های فضای مجازی. شمس: نشریه الکترونیکی سازمان کتابخانه‌ها، موزه‌ها و مرکز اسناد آستان قدس رضوی، ۱۱(۴۲-۴۳)، ۲۸-۴۲.

ولی زاده، کمال؛ جعفری، علی. (۱۳۹۸). نقش کتاب درسی «تفکر و سواد رسانه‌ای» در ارتقای ابعاد سواد رسانه‌ای دانش‌آموزان مقطع متوسطه دوره دوم شهر اردبیل. پژوهش‌های ارتباطی، ۲۶(۱۰۰)، ۲۰۹-۲۳۳.

References

- Anthony, C. M. (2009). Images of girls and women in the media: A media literacy project to mitigate the influence of beauty product advertising for girl scouts. Gonzaga University.
- Amin, A. M., Adiansyah, R., & Hujjatusnaini, N. (2023). The contribution of communication and digital literacy skills to critical thinking. *Jurnal Pendidikan Sains Indonesia (Indonesian Journal of Science Education)*, 11(3), 697-712.
- Asady, N. (2020). Analyzing the Relationship between News Consumption and Media Literacy of High School Students in Tehran. *Religion & Communication*, 27(1), 17-56. doi: 10.30497/rc.2020.75515(in Persian)
- Astarki, Akbar. (2012) Virtual Social Networks, *Information Society Quarterly*, 4(1):43-83. (in Persian)
- Azizi, Z., & Moradi, M. (2024). Investigating the Role of Media Literacy in the Ability of Public Library Librarians to Detect Fake News. *Sciences and Techniques of Information Management*, 10(2), 61-76(in Persian)
- Bolboli, Elham Sadat and Torbati, Sarvnaz. (2014). Investigating the relationship between the use of new communication technologies and media literacy, *Journal of Media Studies*, 9(26), 19-28(in Persian)
- Chenari Mahin, Shabestani Azam.(2011). Predicting the level of familiarity with ethics in cyberspace using media literacy and technological competencies. *Ethics in Science and Technology*; 16 (1): 155-158(in Persian)
- Craft, S.; Ashley, S. & Maksl, A. (2020). Elements of News Literacy: A Focus Group Study of How Teenagers Define News and Why They Consume It. *Journal of Electronic News*, Vol. 10 (3) 143-160.
- Esmaili, A. , Rahimi, S. and Moradi, M. (2019). The relationship between information literacy and the ability of library users to spot fake news based on the components of IFLA infographic. *Librarianship and Information Organization Studies*, 30(1), 7-26. doi: 10.30484/nastinfo.2019.2304(in Persian)
- Fakouhi, Nasser (1400). *History of Thought and Anthropological Theories*, Tehran: Ney Publishing, 13th edition(in Persian)
- FathiVajargah,Kourosh,HasanPardakhtchi,Mohammad,Rabeeyi,Mehdi.(2011).Effectiveness Evaluation of Virtual Learning Courses in High Education System of Iran (Case of Ferdowsi University) .*Information and Communication Technology in Educational Sciences*,4(1),5-21(in Persian)

Faraj pahlo, A. and zavareghi, R. (2007). Assessment of opecs web bonyad iran of dramatic features and user interface. *Foundations of Education*, 07(1), -. doi: 10.22067/fe.v7i1.1831(in Persian)

Forghani, M. M. and Mohajeri, R. (2018). the relationship between the use of figurative communication networks and the changes in the life style of youth. *New Media Studies*, 4(13), 259-292. doi: 10.22054/cs.2018.24690.293(in Persian)

Ghanetani, Atefeh, Pirzehi, Mahsa, and Khanjarkhani, Masoud. (2018). The relationship between the use of cyberspace and media literacy, 9th Conference of the Iranian Society of Philosophy of Education, Zahedan(in Persian)

Jafariharandi, R., & bahrami, S. (2019). The Effects of Internet Addiction, Mental Health and Spiritual Well-being of Students at Qom University. *Sciences and Techniques of Information Management*, 5(1), 55-77. doi: 10.22091/stim.2019.1376(in Persian)

Kamani, P. (2015). The application of social media tools in academic libraries. Proceedings of the IATUL Conferences. Paper 5. Retrieved December 6, 2015 from <http://docs.lib.purdue.edu/iatul/2015/posters/5>

Li, R., & Suh, A . (2015). Factors Influencing Information credibility on Social Media Platforms: Evidence from Facebook Pages. *Procedia Computer Science*, 72, 314-328. doi:<https://doi.org/10.1016/j.procs.2015.12.146>

Miri, Anis. Bani Hashem, Zahra. (2019). The effect of media literacy dimensions on the amount and type of use of cyberspace messengers. Shamseh: Electronic publication of the Organization of Libraries, Museums and Documentation Center of Astan Quds Razavi, 11 (42-43), 28-42(in Persian)

Mohammad-Esmaeil, Sedigheh, Kazemi-Koohbanani, Somayyeh. (2011). A comparative study on the usability of national library websites at Iran, Iraq and Turkey. *Journal of Knowledge Studies*, 11(3), 91-115(in Persian)

Newman, N.; Fletcher R.; Kalogeropoulos A. & Kleis Nielse, R. (2019). Reuters Institute Digital News, Report 2019, https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/sites/default/files/2019-06/DNR_2019_FINAL_0.pdf

Papaioannou, T. (2017). Assessing digital media literacy among youth through their use of social networking sites. *Revista de Informatica Sociala*, 8(15), 36-48.

Potter, James. (2012). *Media Literacy Theory, A Cognitive Approach*, translated by Naser Asadi, Mohammad Soltanifar, Shahnaz Hashemi, Tehran: Simay Shargh(in Persian)

Potter, W. J. (1998). *Media Literacy*, Sage Publication, Inc. Primack, Brian A; Fine, Danielle; Yang, Christopher, K; Wicket, Dustin, Zickmund, Susan. Adolescents impressions of antismoking media literacy education. *Health Education Research* 2009; 24(4): 608-621.

Robert, L. (2016). Holistic Media Education: An Assessment of the Effectiveness of a College Course in Media Literacy. *Communication Quarterly*, 56 (1), 49-68.

Salemi, A. , Khaniki, H. , Sabouri Khosrowshahi, H. and Hashemi, S. (2021). The Relationship between Social Media Consumption by the Users and Media Literacy (in the Domain of Tehran's Health). *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 4(12), 5-36. doi: 10.22034/jiscm.2021.296970.1243(in Persian)

Sedighi, Z. , Isfandyari-Moghaddam, A. and Zarei, A. (2020). Evaluation Criteria for digital Libraries providers' services to the blind and visually impaired user interface: Librarians Attitude at blind digital libraries in Iran. *Journal of Studies in Library and Information Science*, 12(2), 160-181. doi: 10.22055/slis.2020.19492.1283(in Persian)

Shahbazi, R., Ghasemzadeh, A., Mehri, N., & Dadashzadeh, M. (2024). Structural Equation Modeling of the Relationship between Media Literacy and Information Literacy with the Acceptance of E-Learning during the COVID-19 Pandemic Period (Case Study: Students of Tabriz Islamic Art University). *Sciences and Techniques of Information Management*, 10(1), 61-88. doi: 10.22091/stim.2022.8492.1839(in Persian)

Sharghi, M. and Jafari, A. (2024). The Relationship Between Media Literacy and the Amount of Use of Virtual Space and Acceptance of Media News Among Female Students of the Second Year of High School. *Communication Research*, 31(117), 105-135. doi: 10.22082/cr.2023.561781.2413(in Persian)

Taghipour, A. A. , Mohammad Taheri, M. R. and Soltanifar, M. (2021). The relationship between media literacy and the level of acceptance of rumors among social media audiences. *Religion & Communication*, 28(First Special Issue; Religion, media and media literacy), 126-94. doi: 10.30497/rc.2021.75912(in Persian)

Valizadeh, K. and Ja'fari, A. (2020). The Role of "Thinking and Media Literacy" Book in Promoting Media Literacy Dimensions of high School Students in Ardabil. *Communication Research*, 26(100), 209-233. doi: 10.22082/cr.2019.109529.1859(in Persian)

Vraga, E.; Tully, M.; Kotcher, J. E.; Smithson, A. B. & Broeckelman-Post, M. (2019). A Multi-Dimensional Approach to Measuring News Media Literacy. *Journal of Media Literacy Education* 7 (3), 41 -53.

Yin, C., & Zhang, X. (2020). Incorporating message format into user evaluation of microblog information credibility: A nonlinear perspective. *Information Processing & Management*, 57(6), 102345. doi:https://doi.org/10.1016/j.ipm.2020.102345