



## طراحی و اعتباریابی الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی در شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور (مورد مطالعه: اینستاگرام) و سنجش تأثیر آن بر تاب‌آوری شناختی کاربران در برابر محتوای تحریف‌شده

<p>شیوه‌نامه: سید موسی، کامالی باغستانی، محمد، و حبیبی ماجپانی، حسن. (۱۴۰۴). طراحی و اعتباریابی الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی در شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور (مورد مطالعه: اینستاگرام) و سنجش تأثیر آن بر تاب‌آوری شناختی کاربران در برابر محتوای تحریف‌شده. یادگیری هوشمند و تحول مدیریت، ۳(۳)، ۱۹-۱.</p>	<p>تاریخ چاپ: ۱ شهریور ۱۴۰۴ تاریخ پذیرش: ۲۶ مرداد ۱۴۰۴ تاریخ بازنگری: ۱۷ مرداد ۱۴۰۴ تاریخ ارسال: ۱۴ اردیبهشت ۱۴۰۴</p>	<p>سید موسی رئیسی<sup>۱</sup> محمد کامالی باغستانی<sup>۲</sup> حسن حبیبی ماجپانی<sup>۳</sup></p>
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------

### چکیده

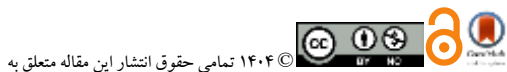
هدف پژوهش حاضر طراحی و اعتباریابی الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی در شبکه اجتماعی اینستاگرام و بررسی نقش آن در تبیین تاب‌آوری شناختی کاربران در مواجهه با محتوای تحریف‌شده بود. این پژوهش با رویکرد آمیخته اکتشافی متوالی انجام شد. در بخش کیفی، با ۱۸ نفر از متخصصان حوزه ارتباطات، سواد رسانه‌ای، روان‌شناسی رسانه و مطالعات فرهنگی مصاحبه نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت و داده‌ها با روش تحلیل مضمون تحلیل شدند. بر اساس یافته‌های کیفی و مبانی نظری، پرسشنامه محقق‌ساخته سواد رسانه‌ای انتقادی تدوین شد. در بخش کمی، ۴۲۰ نفر از کاربران فعال اینستاگرام در شهر تهران به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. برای بررسی روایی و پایایی ابزار از تحلیل عاملی اکتشافی، تحلیل عاملی تأییدی، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج‌شده استفاده شد. همچنین جهت آزمون روابط ساختاری میان ابعاد الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی و تاب‌آوری شناختی از مدل‌یابی معادلات ساختاری بهره گرفته شد. نتایج تحلیل عاملی تأییدی نشان داد که الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی از پنج بعد اصلی شامل تحلیل انتقادی محتوای تصویری، ارزیابی اعتبار منابع، تشخیص تحریف و دستکاری رسانه‌ای، آگاهی از سازوکار الگوریتمی پلتفرم و بازاندیشی شناختی در مواجهه با محتوا تشکیل شده است. شاخص‌های برازش مدل حاکی از برازش مطلوب ساختار پیشنهادی بودند ( $CFI=0.96$ ,  $TLI=0.95$ ,  $RMSEA=0.056$ ). نتایج مدل‌یابی معادلات ساختاری نشان داد که تمامی ابعاد الگو تأثیر مثبت و معناداری بر تاب‌آوری شناختی دارند. بیشترین اثر مربوط به تشخیص تحریف و دستکاری رسانه‌ای ( $\beta=0.38$ ) و پس از آن بازاندیشی شناختی ( $\beta=0.33$ ) بود. همچنین ابعاد الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی توانستند ۶۸ درصد از واریانس تاب‌آوری شناختی کاربران را تبیین کنند ( $R^2=0.68$ ). یافته‌های پژوهش نشان داد که سواد رسانه‌ای انتقادی در محیط اینستاگرام سازه‌های چندبعدی و مؤثر در ارتقای تاب‌آوری شناختی کاربران است. برخورداری از مهارت‌های تحلیل انتقادی، ارزیابی اعتبار منابع، تشخیص تحریف‌های رسانه‌ای، آگاهی الگوریتمی و بازاندیشی شناختی می‌تواند توانایی کاربران را در مقاومت در برابر اطلاعات نادرست و محتوای گمراه‌کننده افزایش دهد. بر این اساس، الگوی ارائه‌شده می‌تواند به عنوان چارچوبی معتبر برای طراحی برنامه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای در محیط‌های دیجیتال مورد استفاده قرار گیرد.

**واژگان کلیدی:** سواد رسانه‌ای انتقادی، اینستاگرام، شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور، تاب‌آوری شناختی، محتوای تحریف‌شده، سواد دیجیتال، مدل‌یابی معادلات ساختاری.

### مشخصات نویسندگان:

۱. گروه آموزشی علوم انسانی، دانشگاه ملی مهارت، تهران، ایران
۲. دکتری فرهنگ و ارتباطات، مدرس دانشگاه فرهنگیان استان هرمزگان، پردیس فاطمه الزهرا (س) و شهید بهشتی بندرعباس
۳. استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

پست الکترونیکی: iranjalil2020@gmail.com



© ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است.

نویسنده است.

انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی CC BY-NC 4.0 صورت گرفته است.



## Design and Validation of a Critical Media Literacy Model for Image-Based Social Networks (Case Study: Instagram) and Assessment of Its Impact on Users' Cognitive Resilience Against Distorted Content

Seyed Mousa. Raeisi<sup>1</sup>  
Mohammad. Kamali Baghestani<sup>2\*</sup>  
Hassan. Habibi Machiani<sup>3</sup>

Submit Date: 04 May 2025  
Revise Date: 08 August 2025  
Accept Date: 17 August 2025  
Publish Date: 23 August 2025

**How to cite:** Raeisi, S. M., Kamali Baghestani, M., & Habibi Machiani, H. (2025). Design and Validation of a Critical Media Literacy Model for Image-Based Social Networks (Case Study: Instagram) and Assessment of Its Impact on Users' Cognitive Resilience Against Distorted Content. *Intelligent Learning and Management Transformation*, 3(3), 1-19.

### Abstract

The present study aimed to design and validate a critical media literacy model for Instagram and examine its role in explaining users' cognitive resilience against distorted content. This study employed an exploratory sequential mixed-method design. In the qualitative phase, semi-structured interviews were conducted with 18 experts in communication studies, media literacy, media psychology, and cultural studies. The interview data were analyzed using thematic analysis. Based on the qualitative findings and theoretical foundations, a researcher-developed Critical Media Literacy Scale was constructed. In the quantitative phase, 420 active Instagram users from Tehran were selected through multistage cluster sampling. Exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis, composite reliability, and average variance extracted were used to assess the psychometric properties of the instrument. Structural equation modeling was applied to examine the relationships between the dimensions of critical media literacy and cognitive resilience. The results of confirmatory factor analysis indicated that the critical media literacy model consisted of five major dimensions: critical analysis of visual content, evaluation of source credibility, identification of media distortion and manipulation, awareness of platform algorithms, and cognitive reflection in response to media content. Model fit indices demonstrated satisfactory model fit (CFI=0.96, TLI=0.95, RMSEA=0.056). Structural equation modeling revealed that all dimensions had significant positive effects on cognitive resilience. The strongest effect was observed for identification of media distortion and manipulation ( $\beta=0.38$ ), followed by cognitive reflection ( $\beta=0.33$ ). Furthermore, the dimensions of critical media literacy collectively explained 68% of the variance in users' cognitive resilience ( $R^2=0.68$ ). The findings demonstrated that critical media literacy in Instagram is a multidimensional construct that plays a substantial role in enhancing users' cognitive resilience. Competencies related to critical analysis, source evaluation, identification of media distortions, algorithmic awareness, and cognitive reflection contribute significantly to users' ability to resist misinformation and misleading content. Therefore, the proposed model provides a valid framework for developing media literacy educational programs in contemporary digital environments.

**Keywords:** *Critical Media Literacy, Instagram, Image-Based Social Networks, Cognitive Resilience, Distorted Content, Digital Literacy, Structural Equation Modeling.*

**Authors' Information:**  
iranjalil2020@gmail.com

1. Department of Humanities, National University of Mathematics, Tehran, Iran
2. PhD in Culture and Communications, Lecturer at Farhangian University of Hormozgan Province, Fatemeh Al-zahra (s) and Shahid Beheshti Campus, Bandar Abbas
3. Assistant Professor, Department of Social Sciences, Payame Noor University, Tehran, Iran



© 2025 the authors. This is an open access article under the terms of the [CC BY-NC 4.0 License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

## مقدمه

تحول شتابان فناوری‌های دیجیتال در دو دهه اخیر، الگوهای تولید، انتشار و مصرف اطلاعات را به طور بنیادین دگرگون کرده است. در این میان، شبکه‌های اجتماعی به عنوان مهم‌ترین بسترهای ارتباطی عصر حاضر، نقش تعیین‌کننده‌ای در شکل‌دهی به نگرش‌ها، باورها و رفتارهای کاربران ایفا می‌کنند. توسعه روزافزون پلتفرم‌های مبتنی بر تصویر، به‌ویژه اینستاگرام، موجب شده است که بخش قابل توجهی از تعاملات اجتماعی، فرهنگی، آموزشی و حتی سیاسی افراد در قالب محتوای بصری صورت گیرد. این شبکه اجتماعی با فراهم کردن امکان اشتراک‌گذاری تصاویر، ویدئوها، استوری‌ها و محتوای چندرسانه‌ای، محیطی ایجاد کرده است که در آن پیام‌ها با سرعتی بسیار بالا تولید و بازنشر می‌شوند. در چنین فضایی، کاربران نه تنها مصرف‌کنندگان اطلاعات هستند، بلکه هم‌زمان در تولید و بازتولید معنا نیز مشارکت دارند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که اینستاگرام به یکی از تأثیرگذارترین محیط‌های رسانه‌ای برای شکل‌دهی ادراکات اجتماعی، هویت فردی و کنش‌های جمعی تبدیل شده است (Masur et al., 2023; Moreno et al., 2024). گسترش نقش این شبکه در حوزه‌های مختلف از آموزش و سلامت گرفته تا سیاست و مشارکت مدنی، اهمیت بررسی نحوه مواجهه کاربران با محتوای منتشرشده در آن را دوچندان کرده است (Borges et al., 2024; Hudia & Affandi, 2022; Moreno et al., 2024).

با وجود فرصت‌های گسترده‌ای که رسانه‌های اجتماعی برای دسترسی آزاد به اطلاعات فراهم کرده‌اند، افزایش حجم داده‌ها و سهولت انتشار محتوا، زمینه را برای گسترش اطلاعات نادرست، اخبار جعلی، تحریف‌های رسانه‌ای و اشکال مختلف دستکاری شناختی نیز فراهم ساخته است. ویژگی‌های بصری اینستاگرام باعث شده است که تصاویر و ویدئوها اغلب بدون بررسی دقیق از سوی کاربران پذیرفته شوند و تأثیر هیجانی بیشتری نسبت به متون نوشتاری بر مخاطبان داشته باشند. از این رو، محتوای تحریف‌شده در محیط‌های تصویرمحور می‌تواند اثرات عمیق‌تری بر قضاوت‌ها و تصمیم‌گیری‌های افراد برجای گذارد. مطالعات متعددی نشان داده‌اند که انتشار اخبار جعلی و بازنمایی‌های تحریف‌شده در شبکه‌های اجتماعی یکی از مهم‌ترین چالش‌های ارتباطی عصر دیجیتال محسوب می‌شود و کاربران فاقد مهارت‌های انتقادی بیشتر در معرض پذیرش این نوع محتوا قرار دارند (Seraiocco, 2024; Tutters, 2020). همچنین پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه مقابله با اینفودمی و هجوم اطلاعات نادرست نشان داده‌اند که توسعه سواد دیجیتال و سواد رسانه‌ای می‌تواند نقش مؤثری در کاهش آسیب‌پذیری کاربران نسبت به اطلاعات جعلی داشته باشد (Astuti et al., 2023; Fardiah et al., 2023). در این چارچوب، مسئله اصلی دیگر صرفاً دسترسی به اطلاعات نیست، بلکه توانایی ارزیابی، تحلیل و تشخیص اعتبار اطلاعات به یک ضرورت اساسی تبدیل شده است.

در پاسخ به این تحولات، مفهوم سواد رسانه‌ای طی سال‌های اخیر از یک مهارت فنی ساده فراتر رفته و به مجموعه‌ای از توانایی‌های شناختی، تحلیلی و انتقادی گسترش یافته است. سواد رسانه‌ای انتقادی بر این فرض استوار است که کاربران باید بتوانند فراتر از ظاهر پیام‌های رسانه‌ای حرکت کنند

و اهداف، منافع، سوگیری‌ها و سازوکارهای پنهان تولید محتوا را شناسایی نمایند. این رویکرد بر تحلیل انتقادی متون چندوجهی، فهم روابط قدرت،

درک سازوکارهای بازنمایی و ارزیابی اعتبار منابع تأکید دارد (Dias-Trindade & Moreira, 2021; Hyun et al., 2022; Undrum, 2022).

در محیط‌هایی مانند اینستاگرام که محتوا عمدتاً در قالب تصویر و روایت‌های بصری ارائه می‌شود، سواد رسانه‌ای انتقادی مستلزم توانایی

خوانش انتقادی تصاویر، تحلیل عناصر دیداری، تشخیص دستکاری‌های تصویری و درک منطق الگوریتمی پلتفرم است. مطالعات اخیر نشان داده‌اند

که تولید و تحلیل روایت‌های چندرسانه‌ای در محیط اینستاگرام می‌تواند بستری مناسب برای ارتقای سواد انتقادی کاربران فراهم سازد

(Martínez-Gil et al., 2023; Undrum et al., 2024). همچنین پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه آموزش سواد رسانه‌ای در جوامع

مختلف حاکی از آن است که توسعه این مهارت‌ها می‌تواند توانایی افراد را در ارزیابی مستقل اطلاعات و مقاومت در برابر دستکاری‌های رسانه‌ای

افزایش دهد (Fitri et al., 2022; Marwantika et al., 2023; Safira & Anggraini, 2023).

یکی از ویژگی‌های مهم شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور، نقش روزافزون اینفلوئنسرها و تولیدکنندگان محتوا در شکل‌دهی نگرش‌ها و رفتارهای

مخاطبان است. کاربران اینستاگرام بخش عمده‌ای از اطلاعات روزمره خود را از طریق صفحات شخصی، اینفلوئنسرها و منابع غیررسمی دریافت

می‌کنند. این وضعیت موجب شده است که مرز میان اطلاعات معتبر و محتوای تبلیغاتی یا دستکاری‌شده به تدریج کمرنگ شود. پژوهش‌ها نشان

داده‌اند که نوجوانان و جوانان اغلب در تشخیص محتوای حمایت‌شده، تبلیغات پنهان و بازنمایی‌های جهت‌دار با دشواری مواجه هستند (Balaban

et al., 2022). همچنین اعتماد بیش از حد به اینفلوئنسرها می‌تواند موجب پذیرش بی‌چون‌وچرای اطلاعات منتشرشده توسط آنان شود

(Zitmane & Vorkule, 2022). از سوی دیگر، بازنمایی‌های خاص از بدن، سبک زندگی، موفقیت یا هویت اجتماعی در اینستاگرام می‌تواند

ادراک کاربران از واقعیت را تحت تأثیر قرار دهد و به شکل‌گیری باورهای نادرست منجر شود (Ahadzadeh et al., 2022; Castro-

Lemus et al., 2025). در چنین شرایطی، برخورداری از سواد رسانه‌ای انتقادی به کاربران کمک می‌کند تا بتوانند میان واقعیت و بازنمایی

رسانه‌ای تمایز قائل شوند و ارزیابی دقیق‌تری از اطلاعات دریافتی داشته باشند.

در سال‌های اخیر، مفهوم تاب‌آوری شناختی به عنوان یکی از سازه‌های مهم در مطالعات رسانه‌ای و روان‌شناختی مورد توجه قرار گرفته است.

تاب‌آوری شناختی به توانایی فرد برای حفظ تفکر منطقی، انعطاف‌پذیری ذهنی، بازنگری باورها و مقاومت در برابر اطلاعات گمراه‌کننده اشاره

دارد. در محیط‌های رسانه‌ای اشباع‌شده از اطلاعات، افراد دارای تاب‌آوری شناختی بالا قادرند در مواجهه با پیام‌های متناقض یا تحریف‌شده،

قضاوت‌های مستقل‌تری داشته باشند و کمتر تحت تأثیر هیجانات لحظه‌ای قرار گیرند. پژوهش‌های مرتبط با سواد سلامت رسانه‌ای، سواد دیجیتال

و سواد اطلاعاتی نشان داده‌اند که افزایش مهارت‌های تحلیلی و انتقادی می‌تواند به بهبود تصمیم‌گیری و رفتارهای مبتنی بر شواهد منجر شود

(Erlandsson et al., 2025; Wood & Salman, 2022). همچنین مطالعات انجام‌شده در حوزه سواد رسانه‌ای و یادگیری چندوجهی

نشان داده‌اند که مهارت‌های انتقادی و چندسوادگی نقش مهمی در توسعه ظرفیت شناختی افراد برای ارزیابی اطلاعات پیچیده ایفا می‌کنند (Payant & Kim, 2022; Sun & Hicks, 2022). از این منظر، تاب‌آوری شناختی را می‌توان یکی از پیامدهای مهم سواد رسانه‌ای انتقادی در محیط‌های دیجیتال دانست.

با وجود رشد پژوهش‌ها در حوزه سواد رسانه‌ای، بررسی مطالعات پیشین نشان می‌دهد که اغلب تحقیقات بر سواد دیجیتال عمومی، سواد اطلاعاتی یا سواد رسانه‌ای در محیط‌های آموزشی متمرکز بوده‌اند و کمتر به طراحی الگوهای اختصاصی برای شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور پرداخته‌اند (Dias-Trindade & Moreira, 2021; Kurniawan et al., 2022; Michelot, 2022). علاوه بر این، بسیاری از مطالعات موجود بر سنجش سطح سواد رسانه‌ای متمرکز بوده‌اند و کمتر به شناسایی سازوکارهای مؤثر بر تاب‌آوری شناختی کاربران در برابر محتوای تحریف‌شده پرداخته‌اند. در حالی که ویژگی‌های خاص اینستاگرام، از جمله سلطه تصویر، الگوریتم‌های شخصی‌سازی‌شده، فرهنگ اینفلوئنسری و سرعت بالای انتشار محتوا، مستلزم طراحی چارچوبی اختصاصی برای تحلیل انتقادی این محیط رسانه‌ای است (Kühn & Riesmeyer, 2021; Masur et al., 2023; Vizcaíno-Verdú et al., 2023). از سوی دیگر، پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه سواد بصری، سواد بلاغی تصویری و تحلیل انتقادی تصاویر سیاسی و اجتماعی نیز بر ضرورت توسعه مهارت‌های تخصصی برای تفسیر پیام‌های بصری تأکید کرده‌اند (Molek-Undrum et al., 2024; Kozakowska & Kampka, 2021). همچنین مطالعات مرتبط با مشارکت مدنی، فعالیت‌های شهروندی و آموزش عمومی از طریق رسانه‌های اجتماعی نشان داده‌اند که ارتقای آگاهی انتقادی می‌تواند نقش مؤثری در تقویت مشارکت مسئولانه کاربران ایفا کند (Borges et al., 2024; Purnama, 2021; Tarín-Pelló et al., 2026).

علاوه بر این، ماهیت چندوجهی ارتباطات در اینستاگرام سبب شده است که کاربران هم‌زمان با تصاویر، ویدئوها، نمادها، زبان نوشتاری، هشتگ‌ها و نشانه‌های فرهنگی مواجه شوند. این ویژگی ضرورت بهره‌گیری از رویکردهای چندسوادگی و تحلیل چندوجهی را برجسته می‌کند (Hyun et al., 2022; Payant & Kim, 2022). پژوهش‌های مختلف نشان داده‌اند که توانایی تفسیر انتقادی نشانه‌های چندرسانه‌ای و درک ارتباط میان متن، تصویر و زمینه اجتماعی می‌تواند نقش مهمی در کاهش اثرگذاری محتوای تحریف‌شده داشته باشد (Martínez-Gil et al., 2023; Undrum, 2022). همچنین مطالعات مرتبط با زبان، فرهنگ دیجیتال و تعاملات شبکه‌ای بیانگر آن است که کاربران برای مواجهه مؤثر با چالش‌های ارتباطی عصر دیجیتال نیازمند مجموعه‌ای یکپارچه از مهارت‌های شناختی، رسانه‌ای و تحلیلی هستند (Hajduová et al., 2021; Ichim, 2022; Krismuntika et al., 2022). با وجود این ضرورت‌ها، هنوز الگوی جامع و اعتبارسنجی‌شده‌ای که بتواند ابعاد سواد رسانه‌ای انتقادی را در بستر اینستاگرام تبیین کرده و نقش آن را در ارتقای تاب‌آوری شناختی کاربران توضیح دهد، به اندازه کافی توسعه نیافته است.

بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف طراحی و اعتباریابی الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی در شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور با تأکید بر اینستاگرام و تبیین تأثیر آن بر تاب‌آوری شناختی کاربران در برابر محتوای تحریف‌شده انجام شد.

## روش‌شناسی

این پژوهش با هدف طراحی و اعتباریابی الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی در شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور با تأکید بر اینستاگرام و سنجش نقش آن در تبیین تاب‌آوری شناختی کاربران در برابر محتوای تحریف‌شده انجام شد. از نظر هدف، پژوهش حاضر کاربردی و از نظر شیوه اجرا، از نوع پژوهش‌های آمیخته اکتشافی متوالی بود. در مرحله کیفی، ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی استخراج شد و در مرحله کمی، الگوی تدوین‌شده اعتبارسنجی گردید و رابطه آن با تاب‌آوری شناختی کاربران بررسی شد. جامعه آماری بخش کیفی شامل خبرگان حوزه ارتباطات، سواد رسانه‌ای، روان‌شناسی رسانه، مطالعات فرهنگی و آموزش رسانه بود. نمونه‌گیری در این بخش به شیوه هدفمند انجام شد و تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت؛ به طوری که در نهایت با ۱۸ نفر از خبرگان مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. جامعه آماری بخش کمی شامل کاربران فعال اینستاگرام در شهر تهران در سال ۱۴۰۵ بود. ملاک ورود به پژوهش شامل سکونت در تهران، داشتن حداقل ۱۸ سال سن، استفاده مستمر از اینستاگرام به مدت حداقل یک سال، و صرف حداقل ۳۰ دقیقه در روز در این شبکه اجتماعی بود. بر اساس منطق نمونه‌گیری در مطالعات مدل‌یابی معادلات ساختاری و با توجه به تعداد شاخص‌های مدل، تعداد ۴۲۰ نفر از کاربران اینستاگرام به روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای انتخاب شدند. ابتدا مناطق شهر تهران به عنوان خوشه‌های اصلی در نظر گرفته شد، سپس از میان مناطق منتخب، نمونه‌ها بر اساس دسترسی به کاربران فعال اینستاگرام و رعایت معیارهای ورود انتخاب شدند. همه شرکت‌کنندگان پیش از ورود به پژوهش از هدف مطالعه، محرمانه بودن اطلاعات و اختیاری بودن مشارکت آگاه شدند و رضایت آگاهانه آنان دریافت شد.

برای گردآوری داده‌ها در مرحله کیفی از مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. محورهای مصاحبه شامل تجربه خبرگان از مواجهه کاربران با محتوای تصویری در اینستاگرام، مؤلفه‌های لازم برای تحلیل انتقادی پیام‌های دیداری، معیارهای تشخیص تحریف رسانه‌ای، نقش الگوریتم‌ها در جهت‌دهی شناختی کاربران، و شاخص‌های مقاومت شناختی در برابر محتوای گمراه‌کننده بود. داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها مبنای اولیه طراحی الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی قرار گرفت. در بخش کمی، از پرسشنامه محقق‌ساخته سواد رسانه‌ای انتقادی در شبکه اجتماعی اینستاگرام استفاده شد. این پرسشنامه بر اساس یافته‌های کیفی، مبنای نظری و نظر خبرگان تدوین شد و نسخه اولیه آن شامل ۵۸ گویه بود. پس از بررسی روایی محتوایی، اصلاح گویه‌های همپوشان و حذف گویه‌های ضعیف، نسخه نهایی پرسشنامه با ۴۶ گویه تنظیم شد. این ابزار پنج بعد اصلی شامل تحلیل انتقادی محتوای تصویری، ارزیابی اعتبار منبع، تشخیص تحریف و دستکاری رسانه‌ای، آگاهی از منطق الگوریتمی پلتفرم، و بازنمایشی شناختی در

مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای را می‌سنجد. پاسخ‌دهی به گویه‌ها بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت از کاملاً مخالفم تا کاملاً موافقم انجام شد و نمره بالاتر نشان‌دهنده سطح بالاتر سواد رسانه‌ای انتقادی بود.

برای سنجش تاب‌آوری شناختی کاربران در برابر محتوای تحریف‌شده نیز از پرسشنامه تاب‌آوری شناختی استفاده شد. در این پژوهش، تاب‌آوری شناختی به عنوان متغیر وابسته مدل در نظر گرفته شد و به توانایی کاربر در حفظ قضاوت منطقی، کنترل واکنش شناختی در برابر اطلاعات گمراه‌کننده، بازبینی باورهای اولیه، مقاومت در برابر اثرگذاری هیجانی محتوای تصویری و تشخیص سوگیری‌های پنهان در پیام‌های رسانه‌ای اشاره داشت. این پرسشنامه شامل ۲۵ گویه بود و پاسخ‌ها بر اساس طیف پنج‌درجه‌ای لیکرت نمره‌گذاری شدند. نمرات بالاتر در این ابزار بیانگر سطح بالاتر تاب‌آوری شناختی در برابر محتوای تحریف‌شده بود. برای بررسی روایی ابزارها از روایی صوری، روایی محتوایی و روایی سازه استفاده شد. روایی صوری و محتوایی با نظر متخصصان تأیید گردید و روایی سازه از طریق تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی بررسی شد. پایایی پرسشنامه‌ها نیز با استفاده از آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی ارزیابی شد.

داده‌های کیفی با استفاده از تحلیل مضمون بررسی شدند. در این فرایند، ابتدا متن مصاحبه‌ها چندین بار مطالعه شد، سپس کدهای اولیه استخراج گردید و کدهای مشابه در قالب مضامین پایه، سازمان‌دهنده و فراگیر طبقه‌بندی شدند. برای افزایش اعتبار داده‌های کیفی از بازبینی مشارکت‌کنندگان، بررسی همکار پژوهشگر و مقایسه مستمر داده‌ها استفاده شد. در بخش کمی، ابتدا داده‌ها از نظر مقادیر گمشده، داده‌های پرت، نرمال بودن توزیع و مفروضه‌های آماری بررسی شدند. سپس شاخص‌های توصیفی شامل میانگین، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی محاسبه شد. برای اعتبارسنجی الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی از تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد و برازش مدل با شاخص‌هایی مانند نسبت کای‌اسکوئر به درجه آزادی، شاخص برازش تطبیقی، شاخص تاکر-لوئیس، شاخص برازش افزایشی و ریشه میانگین مجذورات خطای تقریب ارزیابی گردید. در ادامه، برای بررسی اثر ابعاد سواد رسانه‌ای انتقادی بر تاب‌آوری شناختی کاربران، از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شد. در این مدل، ابعاد الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی به عنوان متغیرهای پیش‌بین و تاب‌آوری شناختی به عنوان متغیر وابسته وارد تحلیل شدند. تمامی تحلیل‌های آماری با استفاده از نرم‌افزارهای SPSS نسخه ۲۹ و AMOS نسخه ۲۶ و در سطح معناداری ۰.۰۵ انجام شد.

## یافته‌ها

در این پژوهش، تعداد ۴۲۰ نفر از کاربران فعال اینستاگرام در شهر تهران مشارکت داشتند. از این تعداد، ۲۲۸ نفر (۵۴.۳ درصد) زن و ۱۹۲ نفر (۴۵.۷ درصد) مرد بودند. میانگین سنی شرکت‌کنندگان ۲۹.۸۴ سال با انحراف معیار ۶.۷۲ سال بود. از نظر سطح تحصیلات، ۷۸ نفر (۱۸.۶ درصد) دارای مدرک دیپلم، ۱۰۴ نفر (۲۴.۸ درصد) دارای مدرک کاردانی یا کارشناسی ناتمام، ۱۸۷ نفر (۴۴.۵ درصد) دارای مدرک کارشناسی و ۵۱ نفر (۱۲.۱ درصد) دارای مدرک کارشناسی ارشد و بالاتر بودند. همچنین میانگین مدت استفاده روزانه از اینستاگرام ۲.۹۶ ساعت با انحراف معیار ۱.۲۴ ساعت

گزارش شد. بررسی شاخص‌های توصیفی نشان داد که توزیع داده‌ها از نظر سن، مدت استفاده از اینستاگرام و متغیرهای اصلی پژوهش در محدوده قابل قبول نرمال قرار داشت و هیچ داده پرت چندمتغیره معناداری مشاهده نشد.

### جدول ۱. نتایج تحلیل عاملی تأییدی ابعاد الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی

ابعاد الگو	تعداد گویه	بار عاملی استاندارد	مقدار t	AVE	CR
تحلیل انتقادی محتوای تصویری	۱۰	۰.۸۱	۱۴.۹۲	۰.۶۳	۰.۹۱
ارزیابی اعتبار منابع	۹	۰.۷۸	۱۳.۷۴	۰.۶۰	۰.۸۹
تشخیص تحریف و دستکاری رسانه‌ای	۱۱	۰.۸۴	۱۵.۶۳	۰.۶۷	۰.۹۳
آگاهی از سازوکار الگوریتمی پلتفرم	۸	۰.۷۶	۱۲.۸۵	۰.۵۸	۰.۸۷
بازاندیشی شناختی در مواجهه با محتوا	۸	۰.۸۲	۱۴.۳۶	۰.۶۵	۰.۹۰

نتایج جدول ۱ نشان می‌دهد که تمامی ابعاد الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی از بارهای عاملی مطلوب و معنادار برخوردار هستند. کمترین بار عاملی مربوط به بعد آگاهی از سازوکار الگوریتمی پلتفرم با مقدار ۰.۷۶ و بیشترین بار عاملی مربوط به بعد تشخیص تحریف و دستکاری رسانه‌ای با مقدار ۰.۸۴ بود. تمامی مقادیر t بزرگ‌تر از ۱.۹۶ بوده و بیانگر معناداری روابط میان گویه‌ها و سازه‌های پنهان هستند. همچنین مقادیر میانگین واریانس استخراج شده (AVE) برای تمامی ابعاد بیشتر از ۰.۵۰ و پایایی ترکیبی (CR) نیز بالاتر از ۰.۷۰ به دست آمد که نشان‌دهنده برخوردار بودن مدل از روایی همگرا و پایایی سازه‌ای مطلوب است. این نتایج حاکی از آن است که ابعاد استخراج شده توانسته‌اند ساختار مفهومی سواد رسانه‌ای انتقادی در محیط اینستاگرام را به خوبی تبیین کنند.

### جدول ۲. شاخص‌های توصیفی و همبستگی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار	۱	۲	۳	۴	۵	۶
تحلیل انتقادی محتوا	۳.۷۴	۰.۶۸	۱					
ارزیابی اعتبار منابع	۳.۶۹	۰.۷۱	۰.۵۸	۱				
تشخیص تحریف رسانه‌ای	۳.۸۱	۰.۶۴	۰.۶۳	۰.۶۱	۱			
آگاهی الگوریتمی	۳.۵۵	۰.۷۳	۰.۴۷	۰.۵۳	۰.۵۵	۱		
بازاندیشی شناختی	۳.۷۷	۰.۶۶	۰.۵۹	۰.۵۶	۰.۶۵	۰.۵۱	۱	
تاب‌آوری شناختی	۳.۸۹	۰.۶۱	۰.۶۴	۰.۵۹	۰.۷۱	۰.۵۲	۰.۶۹	۱

تمامی ضرایب همبستگی در سطح ۰.۰۱ معنادار هستند.

نتایج جدول ۲ نشان می‌دهد که میانگین تمامی ابعاد سواد رسانه‌ای انتقادی و تاب‌آوری شناختی بالاتر از نقطه میانی مقیاس بوده است. بیشترین میانگین مربوط به تاب‌آوری شناختی با مقدار ۳.۸۹ و کمترین میانگین مربوط به آگاهی الگوریتمی با مقدار ۳.۵۵ بود. همچنین تمامی ضرایب همبستگی میان متغیرها مثبت و معنادار بودند. قوی‌ترین رابطه مشاهده شده میان تشخیص تحریف رسانه‌ای و تاب‌آوری شناختی با ضریب ۰.۷۱ و

پس از آن میان بازاندیشی شناختی و تاب‌آوری شناختی با ضریب ۰.۶۹ مشاهده شد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که افزایش توانایی کاربران در شناسایی تحریف‌ها و بازاندیشی انتقادی می‌تواند با سطوح بالاتر تاب‌آوری شناختی همراه باشد.

### جدول ۳. شاخص‌های برازش مدل نهایی سواد رسانه‌ای انتقادی و تاب‌آوری شناختی

شاخص برازش	مقدار به‌دست‌آمده	مقدار مطلوب
$\chi^2/df$	۲.۳۱	کمتر از ۳
GFI	۰.۹۳	بیشتر از ۰.۹۰
AGFI	۰.۹۱	بیشتر از ۰.۹۰
CFI	۰.۹۶	بیشتر از ۰.۹۰
IFI	۰.۹۶	بیشتر از ۰.۹۰
TLI	۰.۹۵	بیشتر از ۰.۹۰
RMSEA	۰.۰۵۶	کمتر از ۰.۰۸
SRMR	۰.۰۴۸	کمتر از ۰.۰۸

بررسی شاخص‌های برازش ارائه‌شده در جدول ۳ نشان می‌دهد که مدل نهایی پژوهش از برازش مطلوبی برخوردار است. نسبت کای‌اسکوئر به درجه آزادی برابر با ۲.۳۱ بود که در محدوده قابل قبول قرار دارد. همچنین شاخص‌های GFI، AGFI، CFI، IFI و TLI همگی بزرگ‌تر از ۰.۹۰ بوده‌اند و بیانگر انطباق مناسب مدل نظری با داده‌های تجربی هستند. مقدار RMSEA برابر با ۰.۰۵۶ و SRMR برابر با ۰.۰۴۸ نیز نشان‌دهنده خطای پایین مدل است. بر این اساس می‌توان نتیجه گرفت که ساختار مفهومی استخراج‌شده از مرحله کیفی از حمایت تجربی مناسبی برخوردار بوده و توانسته است روابط میان ابعاد سواد رسانه‌ای انتقادی و تاب‌آوری شناختی را به‌درستی تبیین کند.

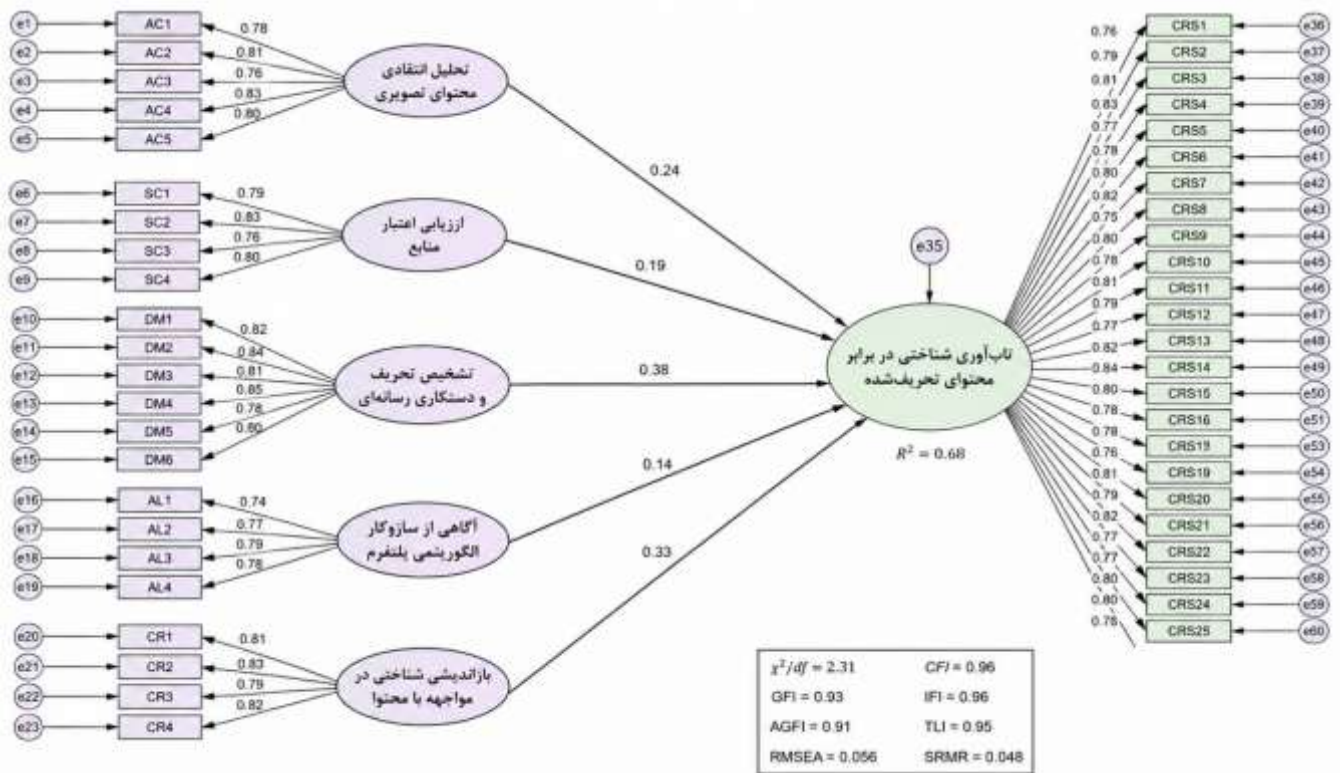
تفسیر مدل ساختاری نشان داد که تمامی ابعاد الگوی پیشنهادی به صورت مستقیم و معنادار بر تاب‌آوری شناختی کاربران اثرگذار هستند. بیشترین سهم در تبیین تاب‌آوری شناختی مربوط به بعد تشخیص تحریف و دستکاری رسانه‌ای و پس از آن بازاندیشی شناختی بود. این موضوع بیانگر آن است که توانایی کاربران در شناسایی نشانه‌های تحریف اطلاعاتی و ارزیابی مجدد پیام‌های رسانه‌ای نقش محوری در مقاومت شناختی آنان در برابر اطلاعات نادرست و گمراه‌کننده ایفا می‌کند.

### جدول ۴. ضرایب مسیر مدل ساختاری و اثر ابعاد سواد رسانه‌ای انتقادی بر تاب‌آوری شناختی

مسیر	ضریب استاندارد $\beta$	مقدار t	سطح معناداری
تحلیل انتقادی محتوا ← تاب‌آوری شناختی	۰.۲۴	۴.۶۷	۰.۰۰۱
ارزیابی اعتبار منابع ← تاب‌آوری شناختی	۰.۱۹	۳.۹۴	۰.۰۰۱
تشخیص تحریف رسانه‌ای ← تاب‌آوری شناختی	۰.۳۸	۷.۲۱	۰.۰۰۱
آگاهی الگوریتمی ← تاب‌آوری شناختی	۰.۱۴	۲.۹۸	۰.۰۰۳
بازاندیشی شناختی ← تاب‌آوری شناختی	۰.۳۳	۶.۵۴	۰.۰۰۱

ضریب تعیین تاب‌آوری شناختی  $(R^2) = ۰.۶۸$

نتایج جدول ۴ نشان می‌دهد که تمامی مسیرهای ساختاری مدل در سطح ۰.۰۱ معنادار هستند. بیشترین اثر مستقیم بر تاب‌آوری شناختی مربوط به بعد تشخیص تحریف رسانه‌ای با ضریب استاندارد ۰.۳۸ بود. پس از آن بازاندیشی شناختی با ضریب ۰.۳۳، تحلیل انتقادی محتوا با ضریب ۰.۲۴، ارزیابی اعتبار منابع با ضریب ۰.۱۹ و آگاهی الگوریتمی با ضریب ۰.۱۴ قرار گرفتند. همچنین مقدار ضریب تعیین برابر با ۰.۶۸ نشان داد که ابعاد الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی توانسته‌اند ۶۸ درصد از واریانس تاب‌آوری شناختی کاربران را تبیین کنند. این میزان تبیین، قدرت پیش‌بینی بالای مدل را نشان می‌دهد و مؤید آن است که توسعه مهارت‌های سواد رسانه‌ای انتقادی می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در افزایش توانایی کاربران برای مقابله شناختی با اطلاعات تحریف‌شده، اخبار جعلی، تصاویر دستکاری‌شده و پیام‌های گمراه‌کننده در شبکه‌های اجتماعی تصویر محور داشته باشد. به طور کلی یافته‌های پژوهش حاکی از اعتبار مناسب الگوی طراحی شده و نقش مؤثر آن در تبیین تاب‌آوری شناختی کاربران اینستاگرام در مواجهه با محتوای تحریف‌شده است.



شکل ۱. مدل نهایی نقش مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای انتقادی در شبکه اجتماعی اینستاگرام در تاب‌آوری شناختی کاربران در برابر

محتوای تحریف‌شده

## بحث و نتیجه‌گیری

هدف اصلی پژوهش حاضر طراحی و اعتباریابی الگوی سواد رسانه‌ای انتقادی در شبکه‌های اجتماعی تصویر محور با تأکید بر اینستاگرام و بررسی نقش آن در تبیین تاب‌آوری شناختی کاربران در برابر محتوای تحریف‌شده بود. نتایج حاصل از تحلیل عاملی اکتشافی و تأییدی نشان داد که الگوی

استخراج شده از پنج بعد اصلی شامل تحلیل انتقادی محتوای تصویری، ارزیابی اعتبار منابع، تشخیص تحریف و دستکاری رسانه‌ای، آگاهی از سازوکار الگوریتمی پلتفرم و بازاندیشی شناختی در مواجهه با محتوا تشکیل شده است و این ابعاد از روایی و پایایی مطلوبی برخوردار هستند. همچنین شاخص‌های برازش مدل بیانگر آن بود که ساختار نظری تدوین شده از انطباق مناسبی با داده‌های تجربی برخوردار است. این یافته نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای انتقادی در محیط اینستاگرام یک سازه چندبعدی است که تنها به توانایی دسترسی یا استفاده از رسانه محدود نمی‌شود، بلکه شامل مجموعه‌ای از مهارت‌های تحلیلی، ارزیابانه و بازاندیشانه است که کاربران را در مواجهه با پیچیدگی‌های رسانه‌های دیجیتال توانمند می‌سازد. این نتیجه با دیدگاه‌های مطرح شده در حوزه سواد رسانه‌ای انتقادی و چندسوادگی همخوانی دارد که تأکید می‌کنند در محیط‌های رسانه‌ای جدید، افراد باید توانایی تحلیل لایه‌های پنهان پیام‌های رسانه‌ای، شناسایی اهداف تولیدکنندگان محتوا و ارزیابی انتقادی ساختارهای قدرت و بازنمایی را داشته باشند (Dias-Trindade & Moreira, 2021; Hyun et al., 2022; Undrum, 2022). همچنین یافته حاضر با پژوهش‌هایی که بر اهمیت سواد چندوجهی و توانایی تحلیل محتوای بصری در رسانه‌های اجتماعی تأکید کرده‌اند همسو است (Martínez-Gil et al., 2023; Undrum et al., 2024).

یکی دیگر از یافته‌های مهم پژوهش، وجود روابط مثبت و معنادار میان تمامی ابعاد سواد رسانه‌ای انتقادی و تاب‌آوری شناختی بود. نتایج نشان داد هرچه کاربران از توانایی بیشتری در تحلیل انتقادی محتوا، ارزیابی اعتبار منابع و تشخیص تحریف‌های رسانه‌ای برخوردار باشند، توانایی بالاتری در حفظ قضاوت منطقی و مقاومت در برابر اطلاعات گمراه‌کننده خواهند داشت. این یافته را می‌توان بر اساس نظریه‌های پردازش اطلاعات تبیین کرد. بر اساس این دیدگاه، افراد دارای مهارت‌های انتقادی، اطلاعات دریافتی را به صورت فعال پردازش می‌کنند و به جای پذیرش منفعلانه پیام‌ها، اعتبار و منطق آنها را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. در نتیجه، احتمال تأثیرپذیری آنان از اخبار جعلی، تبلیغات پنهان و روایت‌های تحریف شده کاهش می‌یابد. این نتیجه با یافته‌های پژوهش‌های انجام شده در زمینه سواد دیجیتال، سواد سلامت رسانه‌ای و سواد اطلاعاتی همسو است که نشان داده‌اند مهارت‌های رسانه‌ای پیشرفته با تصمیم‌گیری آگاهانه‌تر و مقاومت بیشتر در برابر اطلاعات نادرست ارتباط دارند (Erlandsson et al., 2025; Safira & Anggraini, 2023; Wood & Salman, 2022). همچنین نتایج با مطالعاتی که نقش آموزش سواد رسانه‌ای را در افزایش توانایی تشخیص اخبار جعلی و مقابله با اینفوادمی تأیید کرده‌اند، هماهنگ است (Astuti et al., 2023; Fardiah et al., 2023).

یافته‌های مدل ساختاری نشان داد که بعد تشخیص تحریف و دستکاری رسانه‌ای قوی‌ترین اثر مستقیم را بر تاب‌آوری شناختی دارد. این نتیجه از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ زیرا نشان می‌دهد در محیطی مانند اینستاگرام که تصاویر و ویدئوها به آسانی قابل ویرایش و دستکاری هستند، توانایی کاربران در تشخیص نشانه‌های تحریف نقش کلیدی در محافظت از آنان در برابر تأثیرات شناختی اطلاعات نادرست ایفا می‌کند. محتوای تصویری معمولاً از قدرت اقناعی بالاتری نسبت به محتوای متنی برخوردار است و بسیاری از کاربران به دلیل اعتماد به ظاهر واقع‌گرایانه تصاویر،

کمتر احتمال می‌دهند که آنها دستکاری شده باشند. در چنین شرایطی، مهارت تشخیص تحریف به عنوان یک سپر شناختی عمل می‌کند و مانع پذیرش بی‌چون و چرای پیام‌های رسانه‌ای می‌شود. این یافته با مطالعاتی که بر خطرات ناشی از اخبار جعلی، بازنمایی‌های تحریف‌شده و اطلاعات نادرست در رسانه‌های اجتماعی تأکید کرده‌اند همخوانی دارد (Seraiocco, 2024; Tuters, 2020). همچنین نتایج با پژوهش‌های مربوط به سواد بصری و بلاغت تصویری همسو است که نشان داده‌اند توانایی تحلیل انتقادی تصاویر یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای در عصر دیجیتال محسوب می‌شود (Molek-Kozakowska & Kampka, 2021; Undrum et al., 2024).

نتیجه مهم دیگر پژوهش آن بود که بازانندیشی شناختی پس از تشخیص تحریف، بیشترین سهم را در تبیین تاب‌آوری شناختی داشت. بازانندیشی شناختی به توانایی فرد برای بازنگری باورها، ارزیابی مجدد فرضیات و اصلاح برداشت‌های اولیه اشاره دارد. این ویژگی سبب می‌شود کاربران در مواجهه با اطلاعات جدید یا متناقض، انعطاف‌پذیری بیشتری نشان دهند و کمتر گرفتار سوگیری‌های شناختی شوند. از منظر روان‌شناسی شناختی، بازانندیشی شناختی یکی از عناصر اصلی تفکر انتقادی محسوب می‌شود و نقش مهمی در مقابله با اثرات اطلاعات گمراه‌کننده دارد. یافته حاضر نشان می‌دهد صرف تشخیص تحریف کافی نیست، بلکه کاربران باید بتوانند برداشت‌های اولیه خود را نیز مورد بازبینی قرار دهند. این نتیجه با مطالعات مربوط به سواد انتقادی، چندسوادگی و آموزش مبتنی بر تفکر تحلیلی همسو است که بر نقش بازتاب و تأمل شناختی در یادگیری و ارزیابی اطلاعات تأکید کرده‌اند (Hyun et al., 2022; Payant & Kim, 2022; Sun & Hicks, 2022). همچنین با پژوهش‌های مرتبط با تحلیل انتقادی متون رسانه‌ای در شبکه‌های اجتماعی هماهنگ است (Undrum, 2022; Undrum et al., 2024).

یافته دیگر پژوهش نشان داد که تحلیل انتقادی محتوای تصویری تأثیر معناداری بر تاب‌آوری شناختی دارد. این نتیجه حاکی از آن است که توانایی رمزگشایی عناصر بصری، شناسایی تکنیک‌های اقناع، درک روابط میان تصویر و متن و تحلیل اهداف پنهان تولیدکنندگان محتوا می‌تواند کاربران را در برابر تأثیرات شناختی پیام‌های تحریف‌شده مقاوم‌تر سازد. در اینستاگرام، بسیاری از پیام‌ها از طریق روایت‌های تصویری منتقل می‌شوند و کاربران در معرض حجم عظیمی از تصاویر هدفمند قرار دارند. تحلیل انتقادی این تصاویر به کاربران کمک می‌کند تا فراتر از ظاهر جذاب محتوا حرکت کرده و معانی ضمنی آن را درک کنند. این نتیجه با پژوهش‌هایی که نقش روایت‌های بصری و سواد چندوجهی را در ارتقای درک انتقادی کاربران بررسی کرده‌اند، مطابقت دارد (Dias-Trindade & Moreira, 2021; Martínez-Gil et al., 2023). همچنین با مطالعاتی که تأثیر تصاویر رسانه‌ای بر ادراک کاربران از واقعیت اجتماعی را نشان داده‌اند، همسو است (Ahadzadeh et al., 2022; Castro-Lemus et al., 2025).

نتایج پژوهش همچنین نشان داد که ارزیابی اعتبار منابع یکی از پیش‌بین‌های مهم تاب‌آوری شناختی است. این یافته بیانگر آن است که کاربران زمانی می‌توانند در برابر اطلاعات نادرست مقاومت کنند که توانایی تشخیص منابع معتبر از منابع نامعتبر را داشته باشند. در محیط‌های رسانه‌ای

امروز، کاربران با طیف گسترده‌ای از منابع رسمی، نیمه‌رسمی و غیررسمی مواجه هستند و بسیاری از اطلاعات بدون نظارت حرفه‌ای منتشر می‌شوند. بنابراین، مهارت ارزیابی اعتبار منبع یکی از مهم‌ترین مؤلفه‌های سواد رسانه‌ای محسوب می‌شود. این نتیجه با مطالعات مربوط به سواد دیجیتال و ارزیابی اطلاعات در محیط‌های آنلاین مطابقت دارد (Erlandsson et al., 2025; Michelot, 2022). همچنین یافته حاضر با پژوهش‌هایی که بر ضرورت راستی‌آزمایی اطلاعات و مفهوم تبیین در مواجهه با اخبار رسانه‌ای تأکید کرده‌اند، همسو است (Astuti et al., 2023; Purnama, 2021).

از دیگر نتایج قابل توجه پژوهش، تأثیر مثبت آگاهی از سازوکار الگوریتمی پلتفرم بر تاب‌آوری شناختی بود. هرچند این بعد نسبت به سایر ابعاد ضریب اثر کمتری داشت، اما همچنان نقش معناداری در تبیین تاب‌آوری شناختی ایفا کرد. این یافته نشان می‌دهد کاربرانی که نسبت به نحوه عملکرد الگوریتم‌های پیشنهاد محتوا، شخصی‌سازی اطلاعات و مدیریت جریان اخبار آگاهی بیشتری دارند، کمتر تحت تأثیر سوگیری‌های ناشی از فیلترهای الگوریتمی قرار می‌گیرند. آگاهی از اینکه محتوای مشاهده‌شده الزاماً بازتابی از واقعیت عینی نیست و تحت تأثیر سازوکارهای پلتفرم انتخاب می‌شود، می‌تواند کاربران را نسبت به اطلاعات دریافتی محتاط‌تر سازد. این نتیجه با مطالعاتی که بر نقش آگاهی رسانه‌ای در فهم ساختارهای پنهان شبکه‌های اجتماعی تأکید کرده‌اند همخوانی دارد (Masur et al., 2023; Vizcaíno-Verdú et al., 2023). همچنین با پژوهش‌هایی که اثرات الگوهای تعامل کاربران با اینفلوئنسرها و محتوای حمایت‌شده را بررسی کرده‌اند هماهنگ است (Balaban et al., 2022; Kühn, 2022; Riesmeyer, 2021; Zitmane & Vorkule, 2022).

به طور کلی، یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که سواد رسانه‌ای انتقادی می‌تواند به عنوان یک سازوکار شناختی مؤثر در افزایش تاب‌آوری کاربران در برابر محتوای تحریف‌شده عمل کند. تبیین ۶۸ درصد از واریانس تاب‌آوری شناختی توسط ابعاد الگوی پیشنهادی نشان‌دهنده قدرت بالای مدل طراحی شده است. این نتیجه بیانگر آن است که در عصر رسانه‌های اجتماعی، توسعه مهارت‌های انتقادی، تحلیلی و بازاندیشانه نه تنها یک نیاز آموزشی، بلکه ضرورتی برای حفظ سلامت شناختی کاربران محسوب می‌شود. در واقع، هرچه افراد توانایی بیشتری در تحلیل محتوای رسانه‌ای، ارزیابی اعتبار اطلاعات و شناسایی سازوکارهای پنهان تولید پیام داشته باشند، آمادگی بیشتری برای مقابله با اخبار جعلی، اطلاعات گمراه‌کننده و دستکاری‌های شناختی خواهند داشت. بنابراین، الگوی ارائه‌شده می‌تواند به عنوان چارچوبی نظری و کاربردی برای طراحی برنامه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای در محیط‌های دیجیتال مورد استفاده قرار گیرد.

یکی از محدودیت‌های پژوهش حاضر، تمرکز نمونه آماری بر کاربران شهر تهران بود که ممکن است تعمیم نتایج به سایر مناطق جغرافیایی با ویژگی‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی متفاوت را با احتیاط همراه سازد. همچنین داده‌ها بر اساس ابزارهای خودگزارشی گردآوری شدند و احتمال وجود سوگیری ناشی از تمایل پاسخ‌دهندگان به ارائه پاسخ‌های مطلوب اجتماعی وجود دارد. از سوی دیگر، پژوهش حاضر تنها بر شبکه

اجتماعی اینستاگرام متمرکز بود و تفاوت‌های احتمالی میان سایر شبکه‌های اجتماعی تصویرمحور یا متن‌محور مورد بررسی قرار نگرفت. علاوه بر این، ماهیت مقطعی بخش کمی پژوهش امکان بررسی تغییرات بلندمدت در سطح تاب‌آوری شناختی کاربران را فراهم نکرد. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده الگوی حاضر در سایر شبکه‌های اجتماعی نظیر تیک‌تاک، یوتیوب و ایکس مورد آزمون قرار گیرد تا امکان مقایسه میان پلتفرم‌های مختلف فراهم شود. همچنین بررسی نقش متغیرهای میانجی و تعدیل‌گر مانند تفکر انتقادی، هوش رسانه‌ای، خودکارآمدی دیجیتال و سبک‌های پردازش اطلاعات می‌تواند به توسعه مدل‌های جامع‌تر منجر شود. اجرای مطالعات طولی برای بررسی پایداری اثرات سواد رسانه‌ای انتقادی بر تاب‌آوری شناختی و استفاده از روش‌های آزمایشی برای ارزیابی اثربخشی برنامه‌های آموزشی مبتنی بر الگوی حاضر نیز از دیگر پیشنهاد‌های مهم برای تحقیقات آینده است.

بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهاد می‌شود برنامه‌های آموزشی سواد رسانه‌ای در مدارس، دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی با تأکید ویژه بر تحلیل انتقادی محتوای تصویری، تشخیص تحریف رسانه‌ای و آگاهی از سازوکارهای الگوریتمی شبکه‌های اجتماعی طراحی شوند. همچنین نهادهای فرهنگی و آموزشی می‌توانند از الگوی تدوین‌شده به عنوان چارچوبی برای تولید بسته‌های آموزشی، دوره‌های توانمندسازی دیجیتال و کارگاه‌های ارتقای تاب‌آوری شناختی استفاده کنند. توسعه محتوای آموزشی تعاملی در بستر خود شبکه‌های اجتماعی و آموزش مهارت‌های راستی‌آزمایی اطلاعات، ارزیابی اعتبار منابع و بازاندیشی شناختی نیز می‌تواند به افزایش مقاومت کاربران در برابر اطلاعات نادرست و محتوای تحریف‌شده کمک کند.

### مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

### تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

### موازین اخلاقی

در تمامی مراحل پژوهش حاضر اصول اخلاقی مرتبط با نشر و انجام پژوهش رعایت گردیده است.

### تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در انجام این پژوهش ما را همراهی کردند تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

## Extended Abstract

### **Introduction**

The rapid expansion of digital communication technologies has transformed the way individuals access, interpret, and disseminate information. Among contemporary digital platforms, Instagram has emerged as one of the most influential image-based social networks, shaping social perceptions, cultural values, political attitudes, and everyday decision-making processes. Unlike traditional media environments, Instagram relies heavily on visual communication, enabling users to consume and share information through images, videos, stories, reels, and multimodal narratives. While these affordances facilitate engagement and participation, they also create fertile conditions for the dissemination of misinformation, manipulated visual content, deceptive narratives, and algorithmically amplified distortions. Consequently, the challenge facing contemporary societies is no longer limited to information access but extends to the capacity of individuals to critically evaluate and resist misleading content (Borges et al., 2024; Masur et al., 2023; Moreno et al., 2024).

The growing prevalence of misinformation, fake news, and visual manipulation across social media platforms has highlighted the importance of media literacy as a fundamental competency in the digital age. Research has demonstrated that digital literacy and media literacy play essential roles in helping users evaluate online information, identify misleading content, and engage more responsibly in digital environments (Astuti et al., 2023; Fardiah et al., 2023; Safira & Anggraini, 2023). However, recent scholarship suggests that conventional media literacy frameworks may be insufficient to address the complexities of contemporary image-based platforms. Critical media literacy extends beyond technical skills and emphasizes the ability to analyze power relations, identify ideological assumptions, evaluate source credibility, and critically interpret multimodal messages (Dias-Trindade & Moreira, 2021; Hyun et al., 2022; Undrum, 2022). In visual social networks such as Instagram, critical media literacy requires competencies related to image interpretation, recognition of manipulation techniques, understanding of algorithmic systems, and awareness of the persuasive strategies employed by influencers and content creators (Balaban et al., 2022; Vizcaíno-Verdú et al., 2023; Zitmane & Vorkule, 2022).

The importance of critical media literacy becomes even more evident when considering the concept of cognitive resilience. Cognitive resilience refers to an individual's capacity to maintain rational judgment, critically reassess information, resist cognitive manipulation, and adapt to complex informational environments. Individuals with higher cognitive resilience are less susceptible to misinformation and are better able to evaluate competing claims, recognize biases, and revise inaccurate beliefs. Previous studies have indicated that digital literacy, health literacy, and media literacy can strengthen cognitive capacities associated with informed decision-making and critical evaluation of information (Erlandsson et al., 2025; Wood & Salman, 2022). Moreover, research on multimodal literacy and critical learning environments has emphasized the role of reflective thinking and critical engagement in fostering resilience against misleading narratives

(Payant & Kim, 2022; Sun & Hicks, 2022). Despite these developments, there remains a significant gap in the literature regarding comprehensive and validated models specifically designed for critical media literacy in image-based social media environments and their relationship with cognitive resilience.

Instagram represents a particularly relevant context for such investigation because of its visual orientation, algorithmic personalization, influencer culture, and widespread use among young adults. Studies have demonstrated that visual narratives on Instagram significantly influence users' perceptions of health, politics, social norms, body image, and public discourse (Ahadzadeh et al., 2022; Castro-Lemus et al., 2025; Hudia & Affandi, 2022). Furthermore, research has shown that visual rhetorical literacy and multimodal critical literacy are increasingly necessary for understanding how digital content shapes social realities (Molek-Kozakowska & Kampka, 2021; Undrum et al., 2024). Therefore, developing a validated model of critical media literacy capable of enhancing users' cognitive resilience against distorted content represents both a theoretical and practical necessity. Accordingly, the present study aimed to design and validate a critical media literacy model for Instagram and examine its role in explaining users' cognitive resilience against distorted content (Kurniawan et al., 2022; Marwantika et al., 2023; Tarín-Pelló et al., 2026).

### Methods and Materials

This study employed an exploratory sequential mixed-method design. The qualitative phase focused on identifying the dimensions and components of critical media literacy in image-based social networks. Semi-structured interviews were conducted with 18 experts in media literacy, communication studies, educational sciences, digital culture, and media psychology. Participants were selected using purposive sampling, and data collection continued until theoretical saturation was achieved. Interview transcripts were analyzed using thematic analysis, leading to the extraction of key dimensions and indicators of critical media literacy relevant to Instagram.

Based on the qualitative findings and an extensive review of theoretical literature, a researcher-developed Critical Media Literacy Scale for Instagram was constructed. The preliminary instrument contained 58 items, which were refined following expert evaluation and psychometric analysis. The final version consisted of 46 items distributed across five dimensions: critical analysis of visual content, evaluation of source credibility, identification of media distortion and manipulation, awareness of platform algorithms, and cognitive reflection in response to media content.

The quantitative phase involved 420 active Instagram users residing in Tehran. Participants were selected through multistage cluster sampling. Eligibility criteria included being at least 18 years old, residing in Tehran, having at least one year of continuous Instagram use, and spending a minimum of 30 minutes daily on the platform. Cognitive resilience was measured using a standardized Cognitive Resilience Scale consisting of 25 items rated on a five-point Likert scale.

Data analysis proceeded in several stages. Qualitative data were analyzed through thematic coding procedures. Quantitative data were screened for normality, missing values, and outliers. Exploratory factor analysis and

confirmatory factor analysis were conducted to assess construct validity. Reliability was examined through Cronbach's alpha, composite reliability, and average variance extracted. Structural equation modeling was employed to test the relationships between the dimensions of critical media literacy and cognitive resilience. Statistical analyses were conducted using SPSS version 29 and AMOS version 26.

### Findings

The sample consisted of 420 Instagram users, including 228 women and 192 men. The mean age of participants was 29.84 years. Psychometric analyses confirmed the adequacy of the proposed model. Confirmatory factor analysis demonstrated that all five dimensions exhibited satisfactory factor loadings ranging from 0.76 to 0.84. Composite reliability values ranged from 0.87 to 0.93, while average variance extracted values exceeded the acceptable threshold of 0.50 for all dimensions, indicating strong convergent validity and internal consistency. Descriptive analyses revealed that all dimensions of critical media literacy and cognitive resilience were above the midpoint of the scale. Significant positive correlations were observed among all variables. The strongest correlation emerged between identification of media distortion and cognitive resilience ( $r = 0.71$ ), followed by cognitive reflection and cognitive resilience ( $r = 0.69$ ).

The structural model demonstrated satisfactory fit to the data. Model fit indices indicated excellent adequacy, including  $\chi^2/df = 2.31$ , GFI = 0.93, AGFI = 0.91, CFI = 0.96, IFI = 0.96, TLI = 0.95, RMSEA = 0.056, and SRMR = 0.048. All structural paths were statistically significant. Identification of media distortion emerged as the strongest predictor of cognitive resilience ( $\beta = 0.38$ ), followed by cognitive reflection ( $\beta = 0.33$ ), critical analysis of visual content ( $\beta = 0.24$ ), evaluation of source credibility ( $\beta = 0.19$ ), and awareness of platform algorithms ( $\beta = 0.14$ ). Collectively, the five dimensions explained 68% of the variance in cognitive resilience ( $R^2 = 0.68$ ), indicating substantial predictive power.

The findings confirmed that critical media literacy in Instagram is a multidimensional construct composed of interrelated analytical, evaluative, and reflective competencies. Furthermore, the results demonstrated that higher levels of critical media literacy are associated with greater cognitive resilience against distorted content, misinformation, and manipulative visual narratives.

### Discussion and Conclusion

The findings provide strong empirical support for the proposed critical media literacy model and demonstrate its relevance within image-based social media environments. The emergence of five interrelated dimensions highlights the complexity of media literacy in contemporary digital ecosystems. Rather than representing a single skill, critical media literacy encompasses analytical competencies, evaluative judgments, algorithmic awareness, and reflective thinking processes that collectively empower users to navigate complex informational environments.

The results suggest that the ability to identify media distortion is particularly important in protecting users from cognitive manipulation. In image-based platforms such as Instagram, visual content often carries persuasive power that exceeds textual information. Consequently, individuals capable of recognizing visual

manipulation, misleading framing, and deceptive representations are better equipped to maintain rational judgment and resist misinformation. Similarly, the strong influence of cognitive reflection indicates that resilience against distorted content depends not only on identifying problematic information but also on actively reassessing initial assumptions and beliefs.

The positive effects of source evaluation and algorithmic awareness further emphasize the importance of understanding how digital information ecosystems operate. Users who recognize the mechanisms behind content distribution, personalization, and visibility are less likely to accept information uncritically. Likewise, the ability to evaluate source credibility serves as an essential safeguard against exposure to unreliable or intentionally misleading content.

The substantial proportion of explained variance in cognitive resilience demonstrates that critical media literacy functions as a powerful protective factor in digital environments. These findings suggest that educational institutions, media organizations, and policymakers should prioritize the development of critical media literacy competencies as part of broader digital citizenship initiatives. Educational programs should move beyond technical digital skills and focus on cultivating analytical reasoning, reflective judgment, visual literacy, and awareness of algorithmic influence.

In conclusion, the present study successfully developed and validated a comprehensive critical media literacy model for Instagram and demonstrated its significant contribution to users' cognitive resilience against distorted content. The findings underscore the necessity of equipping social media users with advanced critical competencies capable of fostering informed, reflective, and resilient engagement in increasingly complex digital information environments. Such competencies are essential for promoting individual autonomy, protecting cognitive well-being, and strengthening society's collective capacity to respond effectively to misinformation and media manipulation.

## References

- Ahadzadeh, A. S., Wu, S. L., Ong, F. S., Deng, R., & Lee, K.-F. (2022). A Moderated Mediation Model of Perceived Effect of Fitspiration Images on Self: The Influence of Media Literacy and BMI. *International journal of environmental research and public health*, 19(9), 5077. <https://doi.org/10.3390/ijerph19095077>
- Astuti, Y. D., Attaymini, R., Dewi, M. S. R., & Zuhri, A. (2023). Combating the Disinfodemic and Spreading Digital Literacy in Indonesia: Analyzing Japelidi's #Japelidivshoakscovid19 Campaign. *Channel Jurnal Komunikasi*, 11(1). <https://doi.org/10.12928/channel.v11i1.179>
- Balaban, D. C., Mucundorfeanu, M., & Mureşan, L. I. (2022). Adolescents' Understanding of the Model of Sponsored Content of Social Media Influencer Instagram Stories. *Media and Communication*, 10(1), 305-316. <https://doi.org/10.17645/mac.v10i1.4652>
- Borges, G., Sigiliano, D., & Lima, C. A. R. (2024). #FandomsPeloVoto (#FandomsfortheVote): Fan Activism for Youth Voter Engagement in the 2022 Brazilian Elections. *Palabra Clave*, 26(4), 1-28. <https://doi.org/10.5294/pacla.2023.26.4.4>
- Castro-Lemus, N., Ortiz-Romero, M., & Ruiz, Á. R. (2025). Women Athletes' Representation on Instagram: A Feminist Critical Discourse Analysis of Spanish Media Coverage During the Paris 2024 Olympics. *International Review for the Sociology of Sport*. <https://doi.org/10.1177/10126902251343318>
- Dias-Trindade, S., & Moreira, J. A. (2021). Competencias Digitales Y Alfabetización Mediática Para Una Educación Abierta Y en Línea. *Obra Digital*(21), 10-15. <https://doi.org/10.25029/od.2021.341.21>
- Erlandsson, L. C., Bocchino, A., Palazón-Fernández, J. L., Lepiani, I., Rebollo, E. C., & Alonso, R. Q. (2025). Validation of the Adapted eHEALS Questionnaire for Assessing Digital Health Literacy in Social Media: A Pilot Study. *Nursing Reports*, 15(9), 330. <https://doi.org/10.3390/nursrep15090330>

- Fardiah, D., Darmawan, F., Rinawati, R., Cholifah, Y. W., & Abdullah, S. I. (2023). The Impact of Hoax Educational Content on Instagram in Improving People's Digital Literacy Skills. *Kne Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v8i18.14332>
- Fitri, F., Fitri, A. N., & Ni'mah, N. (2022). Strategy of Fadhlul Fadhlan Pesantren in Developing Media Literacy. *Santri Journal of Pesantren and Fiqh Sosial*, 3(2), 191-206. <https://doi.org/10.35878/santri.v3i2.521>
- Hajduová, Z., Hutmanová, N., Jusko, L., & Molitoris, L. (2021). The Influence of Advertising on Children's Buying Behaviour: A Case Study in Slovakia. *Marketing and Management of Innovations*, 5(3), 199-210. <https://doi.org/10.21272/mmi.2021.3-17>
- Hudia, R., & Affandi, I. (2022). Students' Perceptions of the Use of Instagram Social Media as One of Generation Z's Political Education Facilities. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220108.057>
- Hyun, J., Heidt, E. B., & Prasad, G. (2022). Designing Critical Multilingual Multiliteracies Projects in Two-Way Immersion Classrooms: Affordances and Impacts on Students. *Canadian Journal of Applied Linguistics*, 25(3), 1-32. <https://doi.org/10.37213/cjal.2022.32599>
- Ichim, A. S. (2022). Noms D'occupations Empruntés À L'anglais Dans Le Jargon Roumain De La Mode. *Studii Şi Cercetări De Onomastică Şi Lexicologie*, 28(1-2), 332-348. <https://doi.org/10.52846/scol.2021.1-2-22>
- Krismuntika, W., Kusri, N., & Ikhtiarti, E. (2022). Le Mélange Et L'Alternance Codique Du Français en Anglais Dans L'Instagram. *Hexagone Jurnal Pendidikan Linguistik Budaya Dan Sastra Perancis*, 11(1), 1. <https://doi.org/10.24114/hxg.v11i1.34522>
- Kühn, J., & Riesmeyer, C. (2021). Brand Endorsers With Role Model Function. *Medienpädagogik Zeitschrift Für Theorie Und Praxis Der Medienbildung*, 43, 67-96. <https://doi.org/10.21240/mpaed/43/2021.07.25.x>
- Kurniawan, F., Gunawan, R., & Qodariah, L. (2022). The Relationship of Infographic Learning Media and Instagram Media to Students' Digital Literacy Ability in Social Studies Learning at SMP Shidqia Islamic School Bekasi. *Edumaspul - Jurnal Pendidikan*, 6(2), 2129-2135. <https://doi.org/10.33487/edumaspul.v6i2.4555>
- Martínez-Gil, T., Fernández, R. G., Calderón-Garrido, D., & Piñol, C. M. (2023). Virtual Learning Communities Mediated Through Instagram: Pre-Teachers as Creators of Environments Through Visual Narratives. *International Journal of Instruction*, 16(4), 827-844. <https://doi.org/10.29333/iji.2023.16446a>
- Marwantika, A. I., Prabowo, G. A., & Fauzi, A. F. (2023). Social Media Literacy Assistance to Ponorogo Instagram Admins as Citizen Journalism Activities. *Amalee Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 4(2), 555-569. <https://doi.org/10.37680/amalee.v4i2.2287>
- Masur, P. K., Bazarova, N. N., & DiFranzo, D. (2023). The Impact of What Others Do, Approve Of, and Expect You to Do: An in-Depth Analysis of Social Norms and Self-Disclosure on Social Media. *Social Media + Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20563051231156401>
- Michelot, F. (2022). Pour Faire Face Aux Défis Informationnels, Numériques Et Médiatiques Du 21e Siècle. *Revue Hybride De L'Éducation*, 5(2), 1-27. <https://doi.org/10.1522/rhe.v5i2.1235>
- Molek-Kozakowska, K., & Kampka, A. (2021). Creative Reconstructions of Political Imagery in an Instagram-Based Election Campaign: Implications for Visual Rhetorical Literacy. *Creativity Studies*, 14(2), 307-322. <https://doi.org/10.3846/cs.2021.14524>
- Moreno, M. P. M., Cuéllar, M. P., & Moreno, P. d. C. (2024). Instagram, the Tool of E-Patients With Multiple Sclerosis. *Index Comunicació*, 14(1), 207-227. <https://doi.org/10.62008/ixc/14/01instag>
- Payant, C., & Kim, Y. (2022). Writing Pedagogy With Linguistically Diverse Language Learners and Users: The Nexus of Multilingualism, Multiliteracies and Multimodalities. *Canadian Journal of Applied Linguistics*, 25(3), i-xix. <https://doi.org/10.37213/cjal.2022.33398>
- Purnama, R. F. (2021). The Concept of Tabayūn in the Qur'ān: Efforts to Address the Spread of Information on Social Media. *Jurnal at-Tibyan Jurnal Ilmu Alqur'an Dan Tafsir*, 6(1), 40-58. <https://doi.org/10.32505/at-tibyan.v6i1.2372>
- Safira, I., & Anggraini, C. (2023). Digital Literacy Analysis of Corporate Social Responsibility Conducted by Pt Olahkarsa Inovasi Indonesia. *Ekspressi Dan Persepsi Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 317-327. <https://doi.org/10.33822/jep.v6i2.4788>
- Seraiocco, N. (2024). Redocumentarisation en Ligne Et Fausses Nouvelles : Le Cas Canadien Du « Convoi De La Liberté ». *Revue Internationale Animation Territoires Et Pratiques Socioculturelles*(24), 1-22. <https://doi.org/10.55765/atps.i24.2178>
- Sun, X., & Hicks, T. W. (2022). "It Improves Our Writing Enthusiasm": Exploring Multimodal Resources for Teaching Contemporary College English Writing in China. *Educatio Siglo Xxi*, 40(3), 199-226. <https://doi.org/10.6018/educatio.535051>
- Tarín-Pelló, A., Fernández-Álvarez, S., Suay-García, B., Marco-Crespo, E., Bueso-Bordils, J. I., Galiana-Roselló, C., & Pérez-Gracia, M. T. (2026). The New Flemings Now Sing: A Methodological Evaluation of Gamification and Citizen Science Strategies to Raise Awareness on Antimicrobial Resistance. *Immunology and Cell Biology*. <https://doi.org/10.1111/imcb.70094>
- Tuters, M. (2020). Fake News and the Dutch YouTube Political Debate Space. 217-238. <https://doi.org/10.2307/j.ctv1b0fvs5.9>
- Undrum, L. V. M. (2022). Kritisk Tilnærming Til Tekster I Sosiale Medier. *Acta Didactica Norden*, 16(2). <https://doi.org/10.5617/adno.8990>
- Undrum, L. V. M., Burgess, M. Ø., & Veum, A. (2024). Norse Gods on Instagram - Developing Critical Literacy Through Multimodal Text Production. *Multimodality & Society*, 5(2), 200-222. <https://doi.org/10.1177/26349795241299763>
- Vizcaíno-Verdú, A., Aguaded, I., & Tudela, J. M. O. (2023). "No Moral Integrity": Influencer Sharenting and Parental Protective Perception. *Anàlisi*, 69, 11-31. <https://doi.org/10.5565/rev/analisi.3611>
- Wood, A. J., & Salman, A. (2022). Media Health Literacy on Preventive Health Behavior Among Indonesian Women. *International Journal of Media and Communication Research*, 3(1), 44-52. <https://doi.org/10.25299/ijmcr.v3i1.8138>
- Zitmane, M., & Vorkule, M. (2022). Should Influencers Be Trusted? Analysis of Influencers' Interaction With Children and Adolescents on Instagram and Youtube. 108-120. <https://doi.org/10.22364/htqe.2022.08>