

A Model of Effective Domestic Messaging Application with an Emphasis on the Role of User's Media Literacy

**Seyed Mohammad
Reza Maddah** 

PhD Candidate in Media Manageent, Kish
International Campus, University of Tehran, Tehran,
Iran

**Ehsan
Shahghasemi** *

Associate Proffesor, Department of Communication,
University of Tehran, Tehran, Iran

**Mozhgan Sabet
Teimouri** 

Assistant Professor, Department of Tourism
Management & Planning, Research Center for
Tourism, Jahad Daneshgahi, Tehran, Iran

Abstract

This study aims to develop a model for an effective domestic messaging application by focusing on users' media literacy, employing a literature review to identify 66 initial indicators which were refined through three rounds of fuzzy Delphi analysis with 14 media experts and university professors, resulting in 51 validated indicators categorized into seven key dimensions: (1) data protection and privacy, (2) user experience and capabilities, (3) support and sustainability, (4) social networking and collaboration, (5) technical advancement and compatibility, (6) performance and efficiency, and (7) access and usability. The findings reveal that developing an effective domestic messaging application requires prioritizing accessible resources and social collaboration tools, followed by enhancing technical performance and user adaptation, while also ensuring service stability, quality, and robust data protection. Practical recommendations include creating media literacy education platforms, conducting training workshops and webinars, implementing regular application updates, and establishing strong cybersecurity measures to safeguard user privacy and data security.

* Corresponding Author: shahghasemi@ut.ac.ir

How to Cite: Maddah, S. M. R., Shahghasemi, E., Sabet Teimouri, M. (2025). A Model of Effective Domestic Messaging Application with an Emphasis on the Role of User's Media Literacy, *Journal of New Media Studies*, 10(40), 201-241. DOI: 10.22054/nms.2025.82425.1769

Extended Abstract:

Introduction

This study develops an optimized model for domestic messaging platforms by focusing on users' media literacy as a critical success factor, addressing the growing national need for reliable local messaging services amid increasing digital communication demands. As messaging applications become essential tools in Iran's digital ecosystem, the research identifies key performance indicators and integrates media literacy components to propose a comprehensive development framework for domestic platforms that balances technical quality with user education.

Importance and Necessity of the Research

Messaging applications have become indispensable digital tools, serving critical functions in information dissemination, social communication, and commercial transactions. In Iran's unique digital landscape - characterized by widespread reliance on foreign platforms alongside growing privacy concerns and access restrictions - the imperative for developing robust domestic messaging solutions has intensified. Yet existing local platforms continue to underdeliver on user expectations, largely due to their failure to incorporate media literacy principles as foundational elements in platform design and development strategies.

Media Literacy and Its Role in Domestic Messaging Platforms

Media literacy encompasses the competencies to access, analyze, evaluate, and create media content, enabling users to critically interpret messages and engage with them intelligently. Within domestic messaging platforms, this literacy extends beyond content comprehension to include responsible content creation. Users require the skills to leverage messaging features effectively while mitigating risks associated with misinformation and harmful material. This study systematically identifies and categorizes the critical indicators influencing both platform efficiency and user media literacy development in domestic messaging environments.

Research Methodology

This study employed a descriptive-exploratory research design utilizing the fuzzy Delphi technique, beginning with a comprehensive literature review that identified 66 preliminary indicators of messaging platform efficiency, which were subsequently refined through three

iterative rounds of expert evaluation involving 14 media and communications specialists to yield 51 validated indicators categorized into seven core dimensions that collectively influence both media literacy development and platform effectiveness.

Key Identified Indicators

- 1. Data Protection and User Privacy:** As a fundamental requirement for messaging platforms, this dimension encompasses: (1) end-to-end message encryption, (2) compliance with international security standards (e.g., ISO/IEC 27001), and (3) robust user data protection protocols. These measures collectively address growing user concerns about personal information security in digital communication environments.
- 2. User Experience and Features:** An intuitive user experience with efficient features - including a user-friendly interface, robust multimedia file support, and advanced communication capabilities - serves as critical factors for both attracting new users and maintaining long-term engagement on messaging platforms.
- 3. Support and Stability:** Reliable technical assistance and consistently stable service performance constitute fundamental requirements for ensuring user satisfaction in messaging platforms.
- 4. Networking and Social Collaboration:** Platform capabilities including group management systems, channel-based communication, and integrated social tools actively foster meaningful interactions while enhancing user engagement metrics.
- 5. Technical Advancement and Compatibility:** Effective messaging platforms require continuous upgradability to meet evolving user demands while maintaining robust adaptability to technological advancements and industry shifts.
- 6. Technical Performance and Efficiency:** Optimal operational efficiency – characterized by seamless performance, uninterrupted stability, and high-speed responsiveness – constitutes essential requirements for sustaining user retention in messaging platforms.
- 7. Accessibility and Usability:** The messaging platform must ensure universal usability by accommodating diverse user needs, varying access requirements, and comprehensive accessibility features for individuals with disabilities.

Research Findings

The study identifies critical success factors for developing effective domestic messaging platforms: (1) Primacy of user security and

privacy through strict adherence to international standards like ISO/IEC 27001, (2) Optimization of user experience via intuitive interfaces and efficient functionality to drive adoption and retention, and (3) [additional factors from your research.

The study emphasizes media literacy education as a critical component for responsible platform engagement, recommending structured training initiatives - including workshops and skill-building programs - to enhance users' critical evaluation capabilities. These measures directly correlate with improved trust metrics and satisfaction levels in messaging platform utilization.

Implementation Recommendations

Based on the research findings, the study proposes these key measures for enhancing domestic messaging platforms:

- **Educational Development:** Conduct workshops and training programs to strengthen users' media literacy skills
- **Security Upgrades:** Implement advanced security mechanisms to safeguard user data and privacy
- **Experience Enhancement:** Deliver regular platform updates and improved technical features to increase user satisfaction
- **Social Features:** Develop integrated platforms for effective group interactions and social networking

Conclusion

This study establishes that effective domestic messaging platforms necessitate integrated attention to four critical dimensions: (1) robust security protocols, (2) optimized user experience, (3) reliable technical support, and (4) comprehensive user education. The research particularly highlights media literacy as a pivotal factor enhancing both platform efficacy and user safety, with demonstrated positive effects on engagement metrics. Implementation of the proposed framework can facilitate development of capable domestic messengers that simultaneously address core communication requirements while advancing users' digital media competencies through built-in educational components.

Keywords: Data Protection; Domestic Messaging Application; Media Literacy; User Privacy.



ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران

دانشجوی دکتری رشته مدیریت رسانه، پردیس بین‌المللی کیش دانشگاه
تهران، تهران، ایران

سید محمدرضا مداح  ID

دانشیار، دانشکده ارتباطات، دانشگاه تهران، تهران، ایران

احسان شاه قاسمی  ID *

استادیار، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی گردشگری، پژوهشکده
گردشگری جهاد دانشگاهی، ایران

مژگان ثابت تیموری  ID

چکیده

پیام‌رسان‌ها از ابزارهای اصلی برقراری ارتباطات اجتماعی و سازمانی محسوب می‌شوند. با توجه به اینکه استفاده آگاهانه از پیام‌رسان‌ها منوط به برخورداری از سواد رسانه‌ای است، بنابراین پژوهش حاضر، اصول و شاخص‌های کلیدی پیام‌رسان امن، کاربرپسند و آموزشی را شناسایی نموده، نسبت به ارائه الگوی یک پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران اقدام نمود. به این منظور، بومی‌سازی شاخص‌ها با استفاده از تکنیک دلفی فازی و تدقیق آن بر اساس نظر خبرگان صورت گرفت. از میان ۶۶ شاخص شناسایی شده، تعداد ۵۱ شاخص، مبنای تصمیم‌گیری در فضای فازی قرار گرفت که طی ۳ جلسه نظرسنجی خبرگانی با روش دلفی (۱۴ تن از خبرگان و اساتید حوزه رسانه)، شاخص‌های مؤثر بر سواد رسانه‌ای به ۷ دسته مجزا تفکیک شد. نتایج این پژوهش، بیانگر ضرورت توجه ویژه به فراهم نمودن شرایط دسترسی آسان و عادلانه به منابع، باهدف ایجاد بسترهای همکاری اجتماعی برای ایجاد یک پیام‌رسان کارآمد داخلی بود. همچنین، با اولویت بهبود عملکرد فنی و سازگاری با نیازهای روز کاربران، پایداری و کیفیت خدمات، حفاظت از داده‌ها و حریم خصوصی کاربران، مورد تأکید قرار گرفت. پیشنهاد شد به منظور افزایش سواد رسانه‌ای کاربران نسبت به ایجاد و توسعه پلتفرم‌های آموزشی، برگزاری کارگاه‌ها و وبینارهای آموزشی، به‌روزرسانی

مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری رشته مدیریت رسانه پردیس بین‌المللی کیش دانشگاه تهران می‌باشد.

* نویسنده مسئول: shahghasemi@ut.ac.ir

مستمر ابزارهای رسانه‌ای و پیاده‌سازی سیستم‌های امنیتی قوی برای حفاظت از داده‌ها و حریم خصوصی کاربران اقدام شود تا شرایط برای توسعه و پیاده‌سازی یک پیام‌رسان داخلی مؤثر و قابل اعتماد در جهت تأمین نیازهای ارتباطی و بهبود سواد رسانه‌ای کاربران فراهم شود.

کلیدواژه‌ها: پیام‌رسان داخلی، حفاظت داده‌ها، حریم خصوصی کاربران، سواد رسانه‌ای.

مقدمه

پیام‌رسان‌ها گونه‌ای جدید از انواع رسانه هستند که امروزه با اقبال زیادی در جهان مواجه شده‌اند. کشور ایران نیز از این قاعده مستثنی نبوده، درصد بالایی از پهنای باند اینترنتی کشور در اشغال پیام‌رسان‌های خارجی است؛ بنابراین با افزایش پیچیدگی و تنوع در فناوری‌های ارتباطات، نیاز به ارائه پیام‌رسان‌های محلی با امنیت بالا و قابلیت دسترسی آسان، باهدف جذب کاربران ایرانی، منتهی به تولید و معرفی تعدادی پیام‌رسان داخلی شد که البته در مقایسه با سایر پیام‌رسان‌های بین‌المللی از موفقیت مورد انتظار در جذب کاربران داخلی برخوردار نمی‌باشند. از مهم‌ترین دلایل ناکامی این پیام‌رسان‌ها می‌توان به طراحی نامطلوب و غیر کاربرپسند، عدم تناسب در پیاده‌سازی نرم‌افزار مطابق با سیستم‌های عامل مختلف، ناتوانی در پاسخگویی به نیاز کاربران، بی‌اعتمادی و نااطمینان بودن برای کاربران، وجود رقابت خارجی با کیفیت و فضای کاربرپسند پیام‌رسان‌های بین‌المللی و همخوانی با سیستم‌های عامل ویندوز، اندروید، آی.او.اس و قابلیت کار با دستگاه‌های مختلف اعم از تلفن همراه، تبلت، کامپیوتر، لپ‌تاپ، به‌صورت تحت وب یا سکو (پلتفرم)، اشاره نمود.

اما مهم‌ترین نکته‌ای که طراحان پیام‌رسان‌های داخلی از آن غفلت کرده‌اند، آگاهی کاربران از نحوه استفاده صحیح و ایمن از این ابزارها می‌باشد که به‌واسطه سواد رسانه‌ای ارتقا می‌یابد. سواد رسانه‌ای اجازه استفاده هوشمندانه و مسئولانه از پیام‌رسان‌ها را برای کاربران فراهم می‌نماید. این مفهوم برخلاف رسانه‌های سنتی، نیازمند مجموعه‌ای وسیع‌تر و عمیق‌تر از مهارت‌ها و شامل توانایی‌های اجتماعی و فرهنگی نیز می‌باشد (جانسون^۱ و همکاران، ۲۰۲۳). در تعریف سواد رسانه‌ای دیجیتال، کیفیت و محتوای تولیدات از اهمیت بسیاری برای برخوردار است، درحالی‌که تأکید رسانه‌های بومی عمدتاً بر توانایی درک پیام‌ها قرار گرفته است.

بر اساس آمار روابط عمومی وزارت ارتباطات (۱۴۰۲)، تاکنون فعالیت حدود ۲۲ میلیون کاربر در مجموعه پیام‌رسان‌های داخلی ثبت شده است که از این تعداد، ۱۵ میلیون

1. Johnson

و ۳۰۰ هزار نفر کاربران فعال رویکا، ۹ میلیون و ۲۰۰ هزار نفر کاربر ایتا، ۳ میلیون و ۳۰۰ هزار نفر کاربر بله و ۳ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر کاربر سروش پلاس بوده‌اند (مرکز رصد فرهنگی کشور، ۱۴۰۱). همچنین، برخلاف انتظار، این پیام‌رسان‌ها، فاقد الگوی کارآمدی از نقش و سواد رسانه‌ای کاربران در تولید و درک محتوا می‌باشند که خود از مهم‌ترین نقاط ضعف این پیام‌رسان‌ها محسوب می‌شود.

پیشرفت‌نمایی تکنولوژی‌های دیجیتال، شیوه ارتباط و یادگیری انسان را نیز به سرعت دچار تغییر نموده است. چشم‌انداز آموزشی در این حوزه، تغییرات چشمگیری نسبت به گذشته داشته، چراکه، امکان دسترسی به حجم انبوهی از اطلاعات در کوتاه‌ترین زمان ممکن، برای بیشتر افراد جامعه فراهم شده است (مریشو^۱، ۲۰۲۲). این شرایط، سبب شده که جامعه بدون تأمل درباره پیامدهای تکنولوژی‌های روزآمد و پیشرفته و بدون آموزش‌های لازم به کاربران، در خصوص چگونگی تجزیه و تحلیل جریان بی‌پایان پیام‌ها، به استقبال آن برود.

بنابراین محققان، سیاست‌گذاران و رهبران، نگرانی جدی درباره سواد دیجیتال و پیامدهای تکنولوژی داشته، بر مفهوم‌سازی سواد رسانه‌ای بر اساس درک نقش رسانه در جامعه متمرکز شده‌اند. پیرو این موضوع و اهمیت سواد رسانه‌های اجتماعی، مقاله حاضر، به دنبال ارائه الگویی برای پیام‌رسان‌های داخلی بود تا با توجه به نقش سواد رسانه‌ای جامعه به این دو سؤال پاسخگو باشد که:

-مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر محتوای پیام‌رسان‌های داخلی کدام‌اند؟

-الگوی مناسب دستیابی به پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای

کاربران کدام است؟

پیشینه پژوهش

با ورود به قرن بیست و یکم و ظهور جامعه دانایی محور، مفهوم سواد تغییر پیدا کرده است. سواد، دیگر معنای سنتی کسب دانش و مهارت‌های مناسب برای خواندن، تفسیر

متون و آثار مختلف و سپس مهارت‌آموزی و کسب دانش برای مواجهه با چالش‌ها، حل بحران‌های پیش روی افراد (دیویس^۱ و همکاران، ۲۰۲۳) نیست، بلکه مفهوم سواد در معنای جدید خود شامل سواد دیجیتالی، سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای می‌باشد. با توجه به این تغییر مفهومی و کارکردی در شکل و سطح سواد، تمامی افراد جامعه، نیازمند سوادآموزی در معنای جدید هستند. در عصر کنونی، فردی که سواد سنتی داشته، اما توانایی جستجو و استفاده از اینترنت، یا توان درک پیام‌های رسانه‌ای را ندارد، باسواد تلقی نمی‌شود (علی بخشی، ۱۴۰۲)؛ بنابراین، سواد رسانه‌ای، به معنای درک محتوای رسانه‌های روزآمد بوده و منبع اطلاعات، رشد و توانمندسازی فردی و اجتماعی می‌باشد.

جیمز پاتر^۲ (۲۰۰۵) معتقد است که بسیاری از افراد واژه «سواد» را با رسانه‌های چاپی مرتبط دانسته، آن را توانایی خواندن تلقی می‌نمایند. سواد رسانه‌ای در مفهوم سنتی، تنها بر رسانه‌های چاپی، صوتی، تصویری و مهارت‌های فردی درباره چگونگی بهره‌برداری از مسیرهای ارتباطی سنتی، تمرکز دارد، درحالی‌که بررسی ادبیات علمی آن از دیدگاه‌های مختلف، بر مفهوم بین‌رشته‌ای رسانه‌های نوین و نفوذ آن در بسیاری از ابعاد فرهنگی، تکنولوژیکی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی، تأکید دارد. دیگر، اصطلاحاتی مانند سواد رایانه‌ای و سواد خواندن، معادل «سواد رسانه‌ای» نمی‌باشد و صرفاً اجزای سازنده آن است. براین اساس، سواد رسانه‌ای شامل توانایی دسترسی، تجزیه و تحلیل، نقد، ارزیابی و ایجاد پیام‌های رسانه‌ای بوده (ترنر و هال^۳، ۲۰۲۲)، نقادی درباره محتوای کتاب، روزنامه، مجله، تلویزیون، رادیو، فیلم، موسیقی، تبلیغات، بازی‌های ویدئویی و اینترنت، نتیجه «تقویت تجربه رسانه‌ای» می‌باشد (نیکو خصال و همکاران، ۱۴۰۰).

همان‌طور که ناتوانی در خواندن، توانایی درک رسانه‌های چاپی را محدود نموده و عدم برخورداری از آداب دیداری، امکان دریافت مفهوم اطلاعات ارائه‌شده و استفاده از رایانه را ناممکن می‌سازد، ناتوانی در استفاده از رایانه نیز، مانع دریافت تغییرات مهم و تدریجی فضای رسانه‌ها خواهد شد. درواقع، سواد رسانه‌ای، مجموعه‌ای از چشم‌اندازها یا

1. Davis

2. Potter

3. Turner & Hall

جنبه‌های فکری است که فراتر و گسترده‌تر از تمامی توانایی‌ها، انسان را قادر به تفسیر فعالانه معنای پیام‌های دریافتی می‌نماید (باتنگار^۱ و همکاران، ۲۰۲۴).

بنابراین، استفاده فعالانه از رسانه‌ها به معنای آگاهی فرد از پیام‌ها بوده و به‌طور خودآگاه در تعامل با محتوای رسانه می‌باشد. از سبک سو، سواد رسانه‌ای به معنای توانایی تحلیل و ارزیابی محصولات رسانه‌ای و ایجاد ارتباط مؤثر و نگارش مطلوب‌بوده و به عبارتی، توانایی تحلیل و به‌کارگیری ماهرانه روزنامه‌نگاری چاپی، محصولات سینمایی، برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی و حتی اطلاعات و مبادلات رایانه‌ای می‌باشد (بختیاری و همکاران، ۱۴۰۲) از سوی دیگر، این مفهوم به سواد دیجیتال تغییر یافته، تمامی سیستم‌های عامل رسانه‌های دیجیتال را در بر گرفته است.

سواد رسانه‌ای، فرآیندی آموزشی است که مجوز استفاده خلاقانه و منتقدانه (در سطح تولید، توزیع و نظارت) جامعه از رسانه‌های تکنولوژیکی و سنتی را صادر نموده و امکان بهره‌مندی هوشمندانه همراه با توانایی ارزیابی، تجزیه و تحلیل از محتوای رسانه‌ای را برای جوانان فراهم می‌نماید (اسمیت^۲ و همکاران، ۲۰۲۳). هرچند، برخورداری والدین و معلمان از سواد رسانه‌ای، بسیار حائز اهمیت بوده، مدیریت و بیمه کاربران کودک و نوجوان را در برابر خشونت رسانه‌ای، ممکن می‌سازد (غیاثوند، ۱۳۹۴)، اما مهم‌ترین دلیل آن، سهولت دسترسی به فن‌آوری‌های دیجیتال و رسانه‌های جدید، به‌ویژه برای نسل جوان است، چراکه اغلب کاربران این گروه، از توانایی لازم برای ارزیابی، تجزیه و تحلیل محتوای رسانه‌ای برخوردار نمی‌باشند (طرفدار^۳ و همکاران، ۲۰۱۹).

همچنین، تأثیر توسعه سواد رسانه‌ای و فرهنگ رسانه بر قابلیت استفاده روزانه از رسانه‌های نوین با افزایش سن، افزایش می‌یابد که نتیجه آن، فراهم آوردن توسعه و آزادی فردی و اجتماعی، دستیابی به ارتباطات دموکراتیک و آزاد، افزایش مهارت‌های تفکر انتقادی و تحلیل محتوای ارائه‌شده برای کاربران رسانه‌ها و درنهایت بهبود عملکرد آن‌ها در جوامع به دنبال افزایش مشارکت جامعه در فرآیندهای دموکراتیک خواهد بود (کردلو،

1. Bhatnagar

2. Smith

3. Tarafdar

۱۴۰۲، نبی‌پور^۱ و همکاران، ۲۰۲۰). سواد رسانه‌ای، هدف رسانه‌های جمعی، مبنی بر تغییر دیدگاه‌ها، عقاید و فرهنگ‌سازی درخصوص اختلاف طبقاتی، نژاد و تعصب جنسیتی و مصرف‌گرایی را به چالش می‌کشد. برخی، سواد رسانه‌ای را بهترین راه دریافت اطلاعات و تحلیل عمیق و منتقدانه مصرف‌کنندگان چندرسانه‌ای می‌دانند. به گمان آن‌ها، سواد رسانه‌ای، مهارت‌های فردی مهمی برای حرکت در چشم‌انداز اشباع‌شده رسانه‌ای فعلی ارائه می‌نماید (لو^۲ و همکاران، ۲۰۲۰).

پیام‌رسان‌های نوین، ازجمله رسانه‌های روزآمد هستند که فعالیت در آن‌ها، نیاز به سواد رسانه‌ای مطلوب دارد. سواد رسانه‌ای، درک و تحلیل محتوای پیام‌رسان‌ها را افزایش داده، آگاهی جامعه را نسبت به محافظت خود در برابر اطلاعات مخرب، درک بهتر و لذت‌بردن از محتوای رسانه‌های روزآمد، با ارائه آموزش‌های لازم، افزایش داده، کاربران را در انتقاد از رسانه‌های مورد استفاده، توانمند نموده، نگرانی جامعه را از رواج شایعه‌ها، کاهش می‌دهد (قبله زاده و همکاران، ۱۴۰۱، انصاری و همکاران، ۱۴۰۳).

شبکه‌های اجتماعی مجازی یا پیام‌رسان‌های دیجیتال، یکی از پدیده‌های عصر حاضر است که با تغییر روش‌های ارتباطی، تأثیرات بحث‌برانگیزی بر افزایش روابط اجتماعی در محیط خود ایجاد می‌کنند. این ویژگی، سبب افزایش بهبود سرمایه اجتماعی شده، در معادلات اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و حتی اعتقادی افراد جامعه، نقشی بسیار تأثیرگذار داشته، بر ابعاد ساختاری-کارکردی سرمایه اجتماعی، تأثیری مثبت و معنادار و منجر به شادکامی دارد. نتیجه تحقیق پانکنا و همکاران (۱۳۹۹) نیز این شرایط را سبب افزایش قابلیت یادگیری سازمانی در کنش‌های یاری‌گرانه شبکه‌های مجازی می‌داند.

همچنین، تهدیدهای احتمالی و خطر تعرض به حریم شخصی در سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، طبق نظریه آنالیز حریم شخصی بسیار حائز اهمیت بوده، از عوامل تعیین‌کننده نظارت بر آزادی در انتخاب یک رسانه می‌باشد. رسانه نیز با دریافت اطلاعات از کاربر، قابلیت صدور مجوز ورود به آن رسانه را صادر می‌نماید؛ بنابراین، یکی از مهم‌ترین

1. Nabipour

2. Lu

شاخص‌های کلیدی پیام‌رسان اجتماعی، برخورداری از امنیت و حفظ حریم خصوصی است که در صورت ضعف امنیتی در پیام‌رسان‌ها، امکان نقض حریم خصوصی، حملات کاملاً ناشناس و غیرقابل شناسایی به شبکه و دسترسی به اطلاعات کاربران آن‌ها ایجاد خواهد شد (سنتیل کومار^۱ و همکاران، ۲۰۱۶). درحالی‌که برخورداری کاربر از سواد رسانه‌ای، امکان تحدید حریم خصوصی توسط کاربران -حتی برای افرادی که علاقه‌ای به مخفی کردن حریم خصوصی خود ندارند- را فراهم خواهد نمود، عدم آگاهی (سواد رسانه‌ای) کاربران از مسائل پیرامون یک پیام‌رسان، باعث ضعف در حفظ حریم شخصی در رسانه‌های اجتماعی شده، کمبودهای فنی رسانه‌ها را تشدید می‌کند؛ بنابراین، جامعه علاوه بر امنیت در فضای واقعی نیازمند امنیت در فضای مجازی نیز می‌باشد و ارتقای سطح سواد رسانه‌ای در کاربران یکی از راهکارهای افزایش امنیت در شبکه‌های اجتماعی است (نعمتی‌فر همکاران، ۱۳۹۷، خسروانی، ۱۳۹۵).

کنفرانس بین‌المللی سواد رسانه‌ای (۱۹۹۰) تعریف سواد رسانه‌ای را «توانایی دسترسی و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای در اشکال مختلف» دانست. درحالی‌که اکدال^۲ و همکاران (۲۰۲۳) به نقل از مارین بارون، «توانایی رمزگشایی، درک، ارزیابی و کار با اشکال مختلف رسانه برای تولید متن، صدا و تصویر یا ترکیبی از این عناصر را از شاخص‌های فرد باسواد» بیان نمودند، الیزابت تامن و همکاران نیز سواد رسانه‌ای را همانند فیلتری داوری‌کننده عنوان می‌کنند که جهان متراکم از پیام‌ها، با عبور از لایه‌های فیلتر سواد رسانه‌ای، شکل مواجهه با پیام معنادار را رقم‌زند (نعمتی‌فر و همکاران، ۱۳۹۷).

با توجه به گذار انسان از فرهنگ شفاهی به مکتوب و افزایش توانایی انسان در کنترل زندگی و محیط پیرامونی، آموزش سواد رسانه‌ای در جامعه ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است؛ بنابراین، سواد رسانه‌ای، آمیزه‌ای از فنون و تکنیک‌های بهره‌برداری مؤثر از تولیدات رسانه‌ای و همچنین کسب بینش و نگرشی برای انتخاب وسایل ارتباط جمعی با قابلیت ارائه اطلاعات سودمند و ضروری برای افکار عمومی در عصر رقابت رسانه‌ای می‌باشد (جونز^۳ و

1. Senthil Kumar

2. Ekdale

3. Jones

همکاران، ۲۰۲۲).

یکی از اهداف کلیدی سواد رسانه‌ای در رسانه‌های جمعی، تحقق عدالت اجتماعی است که بایستی این مهارت در جوامع اهمیت یافته و از ضرورت‌ها باشد. براین اساس، سیاست‌های اجتماعی و فرهنگی هر حکومت، بایستی در راستای ارتقای این مهارت در میان شهروندان و مخاطبان رسانه‌ای، از طریق وسایل ارتباط جمعی باشد تا بتواند سرمایه‌های اجتماعی و پیوند اعتمادی خود با افکار عمومی را مستحکم نماید.

امنیت و حریم خصوصی: باوجود فیلتر بودن پیام‌رسان‌های بین‌المللی، بیش از ۷۸ درصد از کاربران شبکه‌های اجتماعی، متشکل از کاربران تحصیل کرده می‌باشد. این آمار بیانگر میزان محبوبیت و جایگاه ویژه شبکه‌ها و ارتباط از طریق پیام‌رسان‌های اجتماعی در این قشر از جامعه می‌باشد (علوی، ۱۳۹۶). هرچند شبکه‌های اجتماعی، مزایای قابل توجهی همچون، سهولت در ارتباطات و کاربرد، پایین بودن هزینه اشتراک و در دسترس بودن دارد، اما با توجه به افزایش سریع تعداد کاربران، با معایبی همچون افزایش امکان هک شدن، تعرض به حریم خصوصی و کاهش امنیت مواجه است که با برخورداری از سواد رسانه‌های اجتماعی می‌توان از شدت این مخاطرات کاسته و مدیریت نمود. می‌بایست متناسب با ورود شبکه‌های اجتماعی، نسبت به افزایش روزآمد آگاهی کاربران از این تکنولوژی به‌روز اقدام نموده، بهره‌برداری از آن‌ها را با فرهنگ‌سازی و ترغیب کاربران به استفاده صحیح محقق نمود و حتی آن را با پیام‌رسان‌های ایرانی جایگزین نمود.

شکرخواه و همکاران (۱۳۹۹) با استفاده از استراتژی داده بنیاد و رویکرد ساخت‌گرا، با استفاده از ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، طی مصاحبه با ۱۰ تن از صاحب‌نظران، خبرگان و اساتید دانشگاهی در حوزه مدیریت رسانه، جهانی شدن، افزایش سطح دانش عمومی، عدم وجود زیرساخت‌های حقوقی و قانونی، انحصار اطلاعاتی، قدرت مطلق حکومت، فیلترینگ، اشاعه محتوای نامناسب، سواد رسانه‌ای، استفاده مقامات از شبکه‌های مجازی، آگاهی‌بخشی، شفافیت و پاسخگویی، بهبود سرمایه اجتماعی، تقویت صدای عامه، دموکراسی طلبی، ایجاد جامعه شبکه‌ای و جامعه مدنی را از مؤلفه‌های مهم مدل پیشنهادی

خود عنوان کردند.

عباسی و ضیایی‌پرور (۱۴۰۲) با مقایسه عوامل جامعه‌شناختی گرایش جوانان به پیام‌رسان‌های داخلی و خارجی، به مقایسه ایتا و تلگرام پرداختند. جامعه آماری شامل ۳۸۴ جوان ۱۵ تا ۲۹ ساله ساکن استان قم بودند که پیام‌رسان تلگرام را به دلیل برخورداری از شاخص‌های اعتماد اجتماعی، آزادی‌های اجتماعی، جنسیت، تحصیلات و سهولت دسترسی و کاربرد آن نسبت به ایتا، در اولویت قرار داده بودند.

کومالکی و همکاران (۱۴۰۲)، اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای توسط معلمان در مدارس را مورد بررسی قرار دادند. نتیجه این مطالعه، معرفی جایگاه کلیدی آموزش سواد رسانه‌ای به نوجوانان توسط معلمان بود که سواد رسانه‌ای را عامل کسب مهارت‌های تحقیق و توانمندشدن در تحلیل و ارزیابی رسانه‌ها و کمک به بیان عقاید شخصی در عصر جهانی‌شدن، دانسته، برخورداری از آن را در عصر ارتباطات و اطلاعات برای انتخاب آگاهانه پیام‌ها و کاهش اثرات منفی رسانه‌های جمعی نوجوانان، ضروری می‌داند.

حلاج دهقانی و کریمی (۱۴۰۲) با مطالعه در خصوص تأثیر استفاده از فناوری‌های ارتباطی بر سواد رسانه‌ای در هنرستان‌های ناحیه یک شهر اصفهان، به این نتیجه دست یافتند که استفاده از فناوری‌های ارتباطی تأثیر معناداری بر افزایش سواد رسانه‌ای در این هنرستان‌ها داشته است. همچنین، بهره‌گیری از سواد رسانه‌ای (فناوری اطلاعات) بر اثربخشی تدریس معلمان ابتدایی ناحیه یک زاهدان نیز تأثیری معنادار داشت (رفیق‌دوست و همکاران، ۱۴۰۲). به‌طوری‌که ادغام سواد رسانه‌ای در تمامی حوزه‌ها بر کاربرد محتوای ارائه‌شده توسط معلمان شرکت‌کننده در دوره توسعه حرفه‌ای آنلاین، بیانگر بروز تغییرات جزئی در شیوه آموزشی پیشین آن‌ها بوده، شرکت در دوره‌های آنلاین بر شیوه تدریس با استفاده از روش‌های نوین آموزشی مؤثر ارزیابی شد (Willson, 2019).

چالشگر کردآسیابی و همکاران (۲۰۲۳) نیز با ارزیابی سواد رسانه‌ای بین دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی مازندران، میزان سواد رسانه‌ای دانشجویان را متوسط ارزیابی نموده، آن‌ها را فاقد درک مناسب از محتوای پیام‌رسان‌ها دانسته، تفکر انتقادی آن‌ها را نامطلوب

عنوان نمودند.

این نتایج، ضرورت آموزش مهارت‌های سواد رسانه‌ای در مؤسسات، دانشگاه‌ها و مدارس را یادآور می‌شود. با توجه به اینکه فضای پیام‌رسان‌ها از قابلیت ترویج اطلاعات نادرست، شایعات و اخبار غیرمستند به‌ویژه در صورت بی‌اعتمادی جامعه نسبت به رسانه‌های ملی برخوردار است؛ بنابراین، راهکار کلیدی برای هدایت منطقی شبکه‌های اجتماعی، همگام شدن با آن‌ها بوده، محدود کردن و فیلترینگ آن‌ها چاره کار نخواهد بود، بلکه بالابردن سواد رسانه‌ای می‌تواند سبب بهبود شرایط حاکم بر پیام‌رسان‌های اجتماعی (پارسائیان، ۱۴۰۰) با بهبود سرمایه اجتماعی و گامی مؤثر در توسعه دموکراسی باشد (انصاری و همکاران، ۱۴۰۳)، لذا، افزایش نفوذ اینترنت، عدم برخورداری از سواد پیام‌رسان‌های اجتماعی مشتمل بر سواد رسانه و سواد رایانه، می‌تواند عملکردی بسیار مخرب فردی و اجتماعی در پی داشته باشد (سالمی و همکاران، ۱۴۰۱، فرشید و همکاران، ۱۴۰۱، قبله زاده و همکاران، ۱۴۰۱).

آنچه مسلم است، شاخص‌های پیام‌رسان‌ها بایستی به گونه‌ای باشد که آموزش‌های مرتبط با آن، سهل‌الوصول بوده، سبب افزایش سواد رسانه‌ای شود؛ بنابراین هدف از انجام این پژوهش، شناسایی شاخص‌های مؤثر بر سواد رسانه و ارائه الگوی شاخص‌های پیام‌رسان‌های اجتماعی مؤثر بر سواد رسانه‌ای بود که یکی از آن‌ها می‌تواند امنیت و حفظ محتوای حریم شخصی کاربران پیام‌رسان‌ها باشد.

روش

پژوهش حاضر از نظر هدف از نوع پژوهش‌های کاربردی، از نظر گردآوری داده‌ها، پژوهشی توصیفی و از نوع اکتشافی محسوب می‌شود. روش تحلیل بر اساس تکنیک دلفی فازی بود. جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از پرسش‌نامه ساختاریافته متناسب انجام شد. جامعه آماری این پژوهش، متشکل از تمامی خبرگان فعال در بخش پیام‌رسان‌ها و پژوهشگران حوزه ارتباطات و اعضای هیئت علمی دانشگاه‌ها بودند. این افراد از دانش مطالعاتی برای ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران برخوردار

بودند. از میان نخبگان باتجربه و خبرگان و صاحب‌نظران و مسئولین، به شیوه قضاوتی هدفمند، ۱۴ نفر (۸ نفر از اساتید دانشگاه و ۶ نفر فعال رسانه‌ای)، با درجه دکتری انتخاب شده و با آن‌ها مصاحبه شد. جدول ۱ بیانگر مشخصات مصاحبه‌شوندگان می‌باشد.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه‌شوندگان در بخش کیفی

متغیر سمت	فراوانی	متغیر تحصیلات و جنسیت	طبقه	فراوانی	متغیر سن و سوابق	طبقه سنی	فراوانی
محل خدمت	اساتید دانشگاه	۸	تحصیلات	دکتری تخصصی	۱۴	کمتر از ۳۹ سال	۳
	فعال رسانه	۶	جنسیت	زن	۳	۴۰ تا ۴۵ سال	۵
				مرد	۱۱	۴۶ تا ۵۰ سال	۲
						بالای ۵۰ سال	۴
						بین ۵ تا ۱۰ سال	۹
						بیشتر از ۱۰ سال	۶
					سابقه کار		

روش دلفی فازی در دهه ۱۹۸۰ میلادی توسط کافمن و گویتا ابداع شد. کاربرد این روش به‌منظور تصمیم‌گیری و اجماع درباره مسائلی است که اهداف و پارامترها به‌صراحت مشخص نباشد (میرسپاسی و همکاران، ۱۳۸۹: ۹). با توجه به اینکه هدف از این روش، دسترسی به مطمئن‌ترین توافق گروهی خبرگان در مورد موضوعی خاص می‌باشد، با استفاده از پرسش‌نامه و نظرخواهی از خبرگان و با توجه به بازخورد حاصل از آن‌ها، اجماع تا رسیدن به حداکثر توافق، تکرار می‌شود.

درواقع این شیوه، بررسی کاملی بر عقاید خبرگان، با سه ویژگی اصلی است: پاسخ بی‌طرفانه به سؤالات پرسش‌نامه، تکرار دفعات ارسال سؤالات پرسش‌نامه و دریافت

ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران؛ مداح و همکاران | ۲۱۷

بازخورد از آن‌ها و تجزیه و تحلیل آماری از پاسخ به سؤالات به صورت گروهی. در روش دلفی، داده‌های ذهنی افراد خبره با استفاده از تحلیل‌های آماری به داده‌های عینی تبدیل می‌شود. این روش منجر به اجماع در تصمیم‌گیری می‌گردد (جعفری، منتظر، ۱۳۸۷).

در این مقاله نیز، اجرا و تحلیل دلفی فازی، طی چهار گام انجام شد.

در گام اول با استفاده از مرور جامع مبانی نظری پژوهش و مشورت با خبرگان، نسبت به شناسایی شاخص‌های مورد استفاده در پژوهش اقدام شد. در گام دوم، پس از شناسایی شاخص‌ها، جلسه خبرگانی برای تصمیم‌گیری درباره غربالگری و تدقیق شاخص‌های شناسایی شده با موضوع اصلی پژوهش تشکیل شد. برای بیان اهمیت هر معیار از اعداد فازی مثلثی متغیرهای زبانی پرسشنامه مطابق جدول ۲ استفاده شد.

جدول ۲. متغیرهای کلامی فازی ۵ تایی

متغیر کلامی	علامت اختصاری	عدد فازی
خیلی مهم (Very Important)	VI	(0.75, 1, 1)
مهم (Important)	I	(0.5, 0.75, 1)
متوسط مهم (Moderately Important)	MI	(0.25, 0.5, 0.75)
بدون اهمیت (Unimportant)	U	(0, 0.25, 0.5)
خیلی بدون اهمیت (Very Unimportant)	VU	(0, 0, 0.25)

در گام بعد، فرآیند غیرفازی کردن (فازی زدایی) به منظور استفاده از نتایج حاصله در فرآیند رتبه‌بندی هر مؤلفه، برای تعیین سطح اهمیت آن انجام شد. فرآیند رتبه‌بندی برای حفظ یا حذف مؤلفه‌های غربال شده، انجام می‌شود. برای اجرای این گام، با استفاده از فرمول (۱) اعداد فازی به اعداد قطعی تبدیل شدند. میانگین نمره‌های فازی برای فرآیند غیر فازی کردن با m_1 و m_2 و m_3 نشان داده شدند.

$$A_{\max} = \frac{1}{3}(m_1 + m_2 + m_3) \quad \text{فرمول (۱):}$$

افرازبندی متغیرهای کلامی و عدد فازی معادل هر متغیر کلامی و متوسط اعداد فازی در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول ۳. افرازبندی متغیرهای کلامی و عدد فازی معادل هر متغیر کلامی

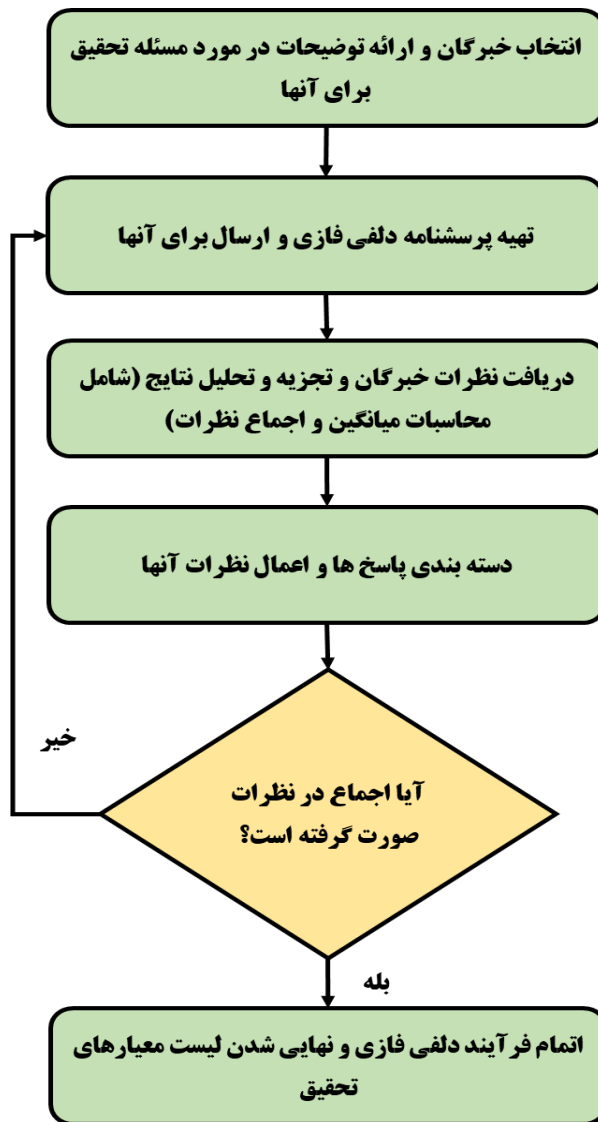
متغیر کلامی	نمره لیکرت	اعداد فازی متناظر با نمره لیکرت			متوسط اعداد فازی
		n1	n2	n3	
خیلی کم	۱	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۲۵	۰/۰۸
کم	۲	۰/۰۰	۰/۲۵	۰/۵	۰/۲۵
متوسط	۳	۰/۲۵	۰/۵	۰/۷۵	۰/۵۰
زیاد	۴	۰/۵	۰/۷۵	۱/۰۰	۰/۷۵
خیلی زیاد	۵	۰/۷۵	۱/۰۰	۱/۰۰	۰/۹۲

در گام سوم، نسبت به تأیید و غربالگری شاخص‌ها اقدام شد. بر اساس نظر خبرگان و مطالعات مشابه، آستانه ارزش اکتسابی برای مقایسه شاخص‌ها، ۰/۷ تعیین شد. به این ترتیب، ابتدا مقادیر فازی مثلی نظرهای خبرگان با استفاده از میانگین حسابی نظرات، محاسبه شده و از فرمول ۲ به عدد قطعی تبدیل شد.

$$f_{fuzzy} = (l, m, u) \quad \text{فرمول (۲)}$$

$$f_{crisp} = \frac{l + 2m + u}{4}$$

در گام آخر که مرحله اجماع و پایانی دلفی فازی است، تصمیم‌گیری کلی در مورد شاخص‌ها نیز توسط خبرگان انجام شد. لازم به ذکر است که مبنای اجماع نظرات خبرگان (تبدیل شده به اعداد crisp) برای تمامی شاخص‌ها، اختلاف میانگین کمتر از ۰/۲ طی دو مرحله متوالی بود. الگوریتم کلی دلفی فازی در نمودار شکل ۱ ارائه شده است.



شکل ۱. الگوریتم کلی روش دلفی فازی

یافته‌ها

در این پژوهش، روش دلفی فازی طی سه دور به اتمام رسید. نتایج دوره‌ای انجام‌شده بیانگر اتفاق نظر میان اعضای پنل به دلیل درصد توافق بیش از ۰/۷۵ برای تمامی مؤلفه‌های

دو مرحله دلفی بود که امکان پایان تکرار دلفی را مجاز می‌داند. همچنین، درصد توافق اعضای پنل در خصوص ابعاد و مؤلفه‌های الگوی پیام‌رسان داخلی برای دور اول و دوم به ترتیب ۰/۸۷ و ۰/۹۱ بود (جدول ۴)؛ بنابراین، با توجه به اختلاف ناچیز نتایج در دور دوم و سوم، الزامی به تکرار فرآیند دلفی نبود.

جدول ۴. درصد توافق اعضای پنل خبرگانی

عوامل	دور اول	دور دوم	دور سوم
عوامل مؤثر بر الگوی پیام‌رسان داخلی	۰/۸۷	۰/۹۱	۰/۸۹

جدول ۵. نتایج دور اول و دوم دلفی فازی

ردیف	کدهای محوری	کدهای باز	فازی زدایی مرحله اول	فازی زدایی مرحله دوم	اختلاف مرحله اول و دوم
۱	حفاظت داده‌ها و حریم کاربران	امنیت و حریم خصوصی	۸/۴۶	۸/۲۵	۰/۲۱
۲		تضمین محتوای معتبر	۸/۱۴	۷/۵۹	۰/۵۵
۳		امکان تنظیم حریم خصوصی و کنترل دسترسی	۷/۳۲	۷/۳۰	۰/۰۲
۴		پشتیبانی از استانداردهای امنیتی بین‌المللی	۷/۵۴	۷/۲۴	۰/۳
۵		پشتیبانی از اتصالات امن VPN	۵/۸۹	۵/۷۸	۰/۱۱
۶		امنیت پیام‌ها	۵/۷۱	۵/۴۱	۰/۳
۷		پشتیبانی از چت‌های مخفی	۶/۵۷	۶/۳۵	۰/۲۲
۸		هشدار برای پیام‌های ناشناس	۷/۰۷	۷/۰۰	۰/۰۷
۹		به‌روزرسانی‌های منظم امنیتی	۶/۴۶	۶/۳۲	۰/۱۴
۱۰		پیام‌های خود تخریب‌شونده و خونابینا	۶/۶۱	۶/۵۹	۰/۰۲
۱۱		تشخیص و مدیریت هرزنامه	۷/۱۴	۶/۸۹	۰/۲۵
۱۲	تجربه کاربری و قابلیت‌ها	رابط کاربری ساده و کاربرپسند	۶/۵۴	۶/۲۳	۰/۳۱
۱۳		قابلیت‌های ارتباطی پیشرفته	۶/۶۴	۶/۵۸	۰/۰۶

ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران؛ مداح و همکاران | ۲۲۱

ردیف	کدهای محوری	کدهای باز	فازی زدایی مرحله اول	فازی زدایی مرحله دوم	اختلاف مرحله اول و دوم
۱۴		مدیریت محتوا	۶/۷۱	۶/۳۵	۰/۳۶
۱۵		قابلیت‌های اضافی (مانند استیکرها و اموجی‌ها)	۶/۶۸	۶/۵۴	۰/۱۴
۱۶		پشتیبانی از انواع فایل‌ها	۷/۲۱	۷/۱۱	۰/۱
۱۷		امکان شخصی‌سازی	۶/۱۸	۶/۰۰	۰/۱۸
۱۸		حالت شب	۶/۵۴	۶/۲۱	۰/۳۳
۱۹		پشتیبانی از ویدئو کال	۶/۲۵	۶/۱۸	۰/۰۷
۲۰		نوتیفیکیشن‌های هوشمند	۶/۵۴	۶/۳۵	۰/۱۹
۲۱		استفاده کم از داده‌های تلفن همراه	۷/۶۴	۷/۳۵	۰/۲۹
۲۲		امکان بازیابی پیام‌ها	۶/۱۱	۶/۱۰	۰/۰۱
۲۳		مدیریت چندپلتفرمی	۶/۶۸	۶/۵۷	۰/۱۱
۲۴		پشتیبانی از ارسال پیام چند رسانه‌ای	۶/۷۱	۶/۵۷	۰/۱۴
۲۵		پشتیبانی از پیام‌های صوتی	۶/۸۶	۶/۷۴	۰/۱۲
۲۶		قابلیت انتقال تماس	۶/۷۱	۶/۵۲	۰/۱۹
۲۷		پشتیبانی از اعلان‌های هوشمند	۷/۸۲	۷/۶۸	۰/۱۴
۲۸		قابلیت مدیریت پیام‌های بدون صدا	۶/۳۹	۰/۳۱	۰/۰۸
۲۹		پشتیبانی از اتصالات NFC	۶/۱۸	۵/۹۸	۰/۲
۳۰		امکان اجرا بر روی انواع دستگاه‌ها	۶/۱۱	۵/۹۸	۰/۱۳
۳۱		پشتیبانی از امضا الکترونیکی	۷/۱۸	۶/۹۹	۰/۱۹
۳۲	پشتیبانی و پایداری	پاسخ‌گویی سریع	۶/۷۱	۶/۵۶	۰/۱۵
۳۳		پشتیبانی ۷/۲۴	۵/۸۹	۵/۵۶	۰/۳۳
۳۴		پشتیبانی از زبان‌های محلی	۷/۵	۷/۳۹	۰/۱۱
۳۵	شبکه‌سازی و همکاری اجتماعی	تعاملات اجتماعی و گروهی	۷/۲۵	۷/۱۱	۰/۱۴
۳۶		مدیریت هوشمند کانال‌ها و گروه‌ها	۶/۳۲	۶/۲۰	۰/۱۲
۳۷		قابلیت نظرسنجی و رأی‌گیری	۶/۴۵	۶/۳۵	۰/۱
۳۸		پشتیبانی از ویدئو کنفرانس	۷/۵۲	۷/۴۹	۰/۰۳
۳۹		امکان اجرای کمپین‌های اطلاع‌رسانی	۶/۱۵	۶/۱۵	0/00
۴۰		ارتباط با سیستم‌های CRM	۷/۳۲	۷/۲۱	۰/۱۱

ردیف	کدهای محوری	کدهای باز	فازی زدایی مرحله اول	فازی زدایی مرحله دوم	اختلاف مرحله اول و دوم
۴۱	آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای	آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای	۶/۵۴	۶/۳۵	۰/۱۹
۴۲		ترویج استفاده مسئولانه	۵/۹۱	۵/۶۵	۰/۲۶
۴۳	پیشرفت و سازگاری فنی	توسعه‌پذیری و نوآوری	۷/۵۶	۷/۵۴	۰/۰۲
۴۴		یکپارچگی با سایر خدمات	۷/۳۲	۷/۲۶	۰/۰۶
۴۵		پشتیبانی از ابزارهای بهره‌وری	۷/۴۵	۷/۳۲	۰/۱۳
۴۶		ادغام با ابزارهای همکاری آنلاین	۶/۶۱	۶/۵۲	۰/۰۹
۴۷		قابلیت توسعه سفارشی	۸/۳۲	۸/۲۰	۰/۱۲
۴۸		پایداری و سرعت بالا	۷/۲۱	۷/۱۱	۰/۱۰
۴۹	عملکرد و کارایی فنی	مدیریت داده‌ها و تحلیل‌ها	۷/۱۲	۷/۱۰	۰/۰۲
۵۰		سیستم گزارش‌دهی کاربر	۶/۲۳	۶/۱۲	۰/۱۱
۵۱		ارائه آمار و گزارش‌گیری	۶/۴۳	۶/۳۸	۰/۰۵
۵۲		اطلاع‌رسانی‌های خودکار	۷/۵۸	۷/۴۸	۰/۱۰
۵۳		همگام‌سازی چند دستگاهی	۷/۶۵	۷/۴۸	۰/۱۷
۵۴		مدیریت رویدادها	۶/۳۵	۶/۲۳	۰/۱۲
۵۵		پشتیبانی از اتصالات امن	۷/۴۵	۷/۳۴	۰/۱۱
۵۶		امکان اتصال به شبکه‌های اجتماعی	۶/۴۱	۶/۲۹	۰/۱۲
۵۷		قابلیت پیگیری وضعیت پیام	۶/۳۲	۶/۲۳	۰/۰۹
۵۸		امکان اشتراک‌گذاری فایل‌های بزرگ	۶/۵۲	۶/۴۵	۰/۰۷
۵۹		قابلیت انتقال آسان اطلاعات	۶/۸۲	۶/۶۶	۰/۱۶
۶۰		امکان نصب و استفاده در سرورهای خود	۵/۹۸	۵/۱۲	۰/۸۶
۶۱		قابلیت همکاری در زمان واقعی	۷/۶۴	۸/۴۹	۰/۱۵
۶۲		مدیریت کاربران پیشرفته	۷/۲۸	۷/۱۰	۰/۱۸
۶۳		امکان مدیریت نقش و دسترسی	۷/۶۴	۷/۵۶	۰/۰۸
۶۴	دسترسی و استفاده	دسترسی‌پذیری	۶/۹۴	۶/۸۹	۰/۰۵
۶۵		پشتیبانی از چند زبان	۶/۵۲	۶/۳۲	۰/۲۰
۶۶		حالت آفلاین	۷/۴۳	۷/۱۲	۰/۳۱

ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران؛ مداح و همکاران | ۲۲۳

پس از مقایسه میانگین نظرات مرحله اول و دوم، مرحله سوم برای ۱۶ شاخص اجرا گردید. در این مرحله، اقدام به نظرسنجی مجدد برای شاخص‌هایی شد که خبرگان در مورد آن‌ها به اجماع نرسیده بودند. پس از جمع‌آوری و تحلیل نتایج، اختلاف میانگین مرحله سوم و مرحله دوم بررسی شد تا در صورت لزوم مرحله چهارم اجرا گردد.

جدول ۶. نتایج دور سوم دلفی فازی

ردیف	شاخص‌ها	فازی زدایی مرحله دوم	فازی زدایی مرحله سوم	اختلاف
۱	امنیت و حریم خصوصی	۸/۲۵	۸/۲۳	۰/۰۲
۲	تضمین محتوای معتبر	۷/۵۹	۷/۴۲	۰/۱۷
۳	پشتیبانی از استانداردهای امنیتی بین‌المللی	۷/۲۴	۷/۱۲	۰/۱۲
۴	امنیت پیام‌ها	۵/۴۱	۵/۴۱	۰
۵	پشتیبانی از چت‌های مخفی	۶/۳۵	۶/۳۴	۰/۰۱
۶	تشخیص و مدیریت هرزنامه	۶/۸۹	۶/۸۷	۰/۰۲
۷	رابط کاربری ساده و کاربرپسند	۶/۲۳	۶/۱۲	۰/۱۱
۸	مدیریت محتوا	۶/۳۵	۶/۳۵	۰
۹	حالت شب	۶/۲۱	۶/۱۸	۰/۰۳
۱۰	استفاده کم از داده‌های تلفن همراه	۷/۳۵	۷/۲۱	۰/۱۴
۱۱	پشتیبانی از اتصالات NFC	۵/۹۸	۵/۸۴	۰/۱۴
۱۲	پشتیبانی ۷/۲۴	۵/۵۶	۵/۳۹	۰/۱۷
۱۳	ترویج استفاده مسئولانه	۵/۶۵	۵/۶۵	۰
۱۴	امکان نصب و استفاده در سرورهای خود	۵/۱۲	۴/۹۸	۰/۱۴
۱۵	پشتیبانی از چند زبان	۶/۳۲	۶/۲۸	۰/۰۴
۱۶	حالت آفلاین	۷/۱۲	۷/۱۰	۰/۰۲

در نهایت، شاخص‌های الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد، با توافق خبرگان به این ترتیب تعیین شد. کمینه و بیشینه امتیازات به ترتیب ۱/۵ و ۸/۵ به دست آمد و دوسوم (۶۷ درصد) فاصله کمینه و بیشینه در نقطه ۶/۲ نیز به عنوان حد امتیاز قابل قبول به دست آمد. براین اساس،

امتیاز نهایی و رد/قبول شدن شاخص‌های الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد در جدول ۷ ارائه شد.

جدول ۷. امتیاز نهایی و نتیجه رد/قبول شاخص‌ها

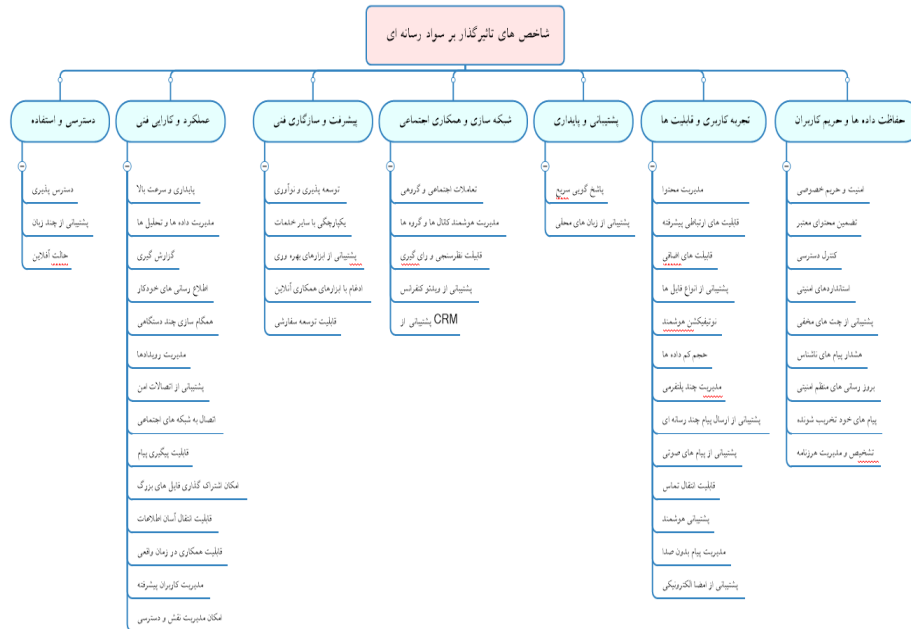
ردیف	کدهای محوری	کدهای باز	امتیاز نهایی	نتیجه
۱	حفاظت داده‌ها و حریم کاربران	امنیت و حریم خصوصی	۸/۲۳	تأیید
۲		تضمین محتوای معتبر	۷/۴۲	تأیید
۳		امکان تنظیم حریم خصوصی و کنترل دسترسی	۷/۳۰	تأیید
۴		پشتیبانی از استانداردهای امنیتی بین‌المللی	۷/۱۲	تأیید
۵		پشتیبانی از اتصالات امن VPN	۵/۷۸	رد
۶		امنیت پیام‌ها	۵/۴۱	رد
۷		پشتیبانی از چت‌های مخفی	۶/۳۴	تأیید
۸		هشدار برای پیام‌های ناشناس	۷	تأیید
۹		به‌روزرسانی‌های منظم امنیتی	۶/۳۲	تأیید
۱۰		پیام‌های خود تخریب‌شونده و خودنابینا	۶/۵۹	تأیید
۱۱		تشخیص و مدیریت هرزنامه	۶/۸۷	تأیید
۱۲	تجربه کاربری و قابلیت‌ها	رابط کاربری ساده و کاربرپسند	۶/۱۲	رد
۱۳		قابلیت‌های ارتباطی پیشرفته	۶/۵۸	تأیید
۱۴		مدیریت محتوا	۶/۳۵	تأیید
۱۵		قابلیت‌های اضافی (مانند استیکرها و اموجی‌ها)	۶/۵۴	تأیید
۱۶		پشتیبانی از انواع فایل‌ها	۷/۱۱	تأیید
۱۷		امکان شخصی‌سازی	۶/۰۰	رد
۱۸		حالت شب	۶/۱۸	رد
۱۹		پشتیبانی از ویدئو کال	۶/۱۸	رد
۲۰		نوتیفیکیشن‌های هوشمند	۶/۳۵	تأیید
۲۱		استفاده کم از داده‌های تلفن همراه	۷/۲۱	تأیید
۲۲		امکان بازیابی پیام‌ها	۶/۱	رد
۲۳		مدیریت چندپلتفرمی	۶/۵۷	تأیید

ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران؛ مداح و همکاران | ۲۲۵

ردیف	کدهای محوری	کدهای باز	امتیاز نهایی	نتیجه
۲۴		پشتیبانی از ارسال پیام چند رسانه‌ای	۶/۵۷	تأیید
۲۵		پشتیبانی از پیام‌های صوتی	۶/۷۴	تأیید
۲۶		قابلیت انتقال تماس	۶/۵۲	تأیید
۲۷		پشتیبانی از اعلان‌های هوشمند	۷/۶۸	تأیید
۲۸		قابلیت مدیریت پیام‌های بدون صدا	۶/۳۱	تأیید
۲۹		پشتیبانی از اتصالات NFC	۵/۹۸	رد
۳۰		امکان اجرا بر روی انواع دستگاه‌ها	۵/۹۸	رد
۳۱		پشتیبانی از امضا الکترونیکی	۶/۹۹	تأیید
۳۲	پشتیبانی و پایداری	پاسخ‌گویی سریع	۶/۵۶	تأیید
۳۳		پشتیبانی ۷/۲۴	۵/۸۴	رد
۳۴		پشتیبانی از زبان‌های محلی	۷/۳۹	تأیید
۳۵	شبکه‌سازی و همکاری اجتماعی	تعاملات اجتماعی و گروهی	۷/۱۱	تأیید
۳۶		مدیریت هوشمند کانال‌ها و گروه‌ها	۶/۲	تأیید
۳۷		قابلیت نظرسنجی و رأی‌گیری	۶/۳۵	تأیید
۳۸		پشتیبانی از ویدئو کنفرانس	۷/۴۹	تأیید
۳۹		امکان اجرای کمپین‌های اطلاع‌رسانی	۶/۱۵	رد
۴۰		ارتباط با سیستم‌های CRM	۷/۲۱	تأیید
۴۱	آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای	آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای	۵/۳۹	رد
۴۲		ترویج استفاده مسئولانه	۵/۶۵	رد
۴۳	پیشرفت و سازگاری فنی	توسعه‌پذیری و نوآوری	۷/۵۴	تأیید
۴۴		یکپارچگی با سایر خدمات	۷/۲۶	تأیید
۴۵		پشتیبانی از ابزارهای بهره‌وری	۷/۳۲	تأیید
۴۶		ادغام با ابزارهای همکاری آنلاین	۶/۵۲	تأیید
۴۷		قابلیت توسعه سفارشی	۸/۲	تأیید
۴۸	عملکرد و کارایی فنی	پایداری و سرعت بالا	۷/۱۱	تأیید
۴۹		مدیریت داده‌ها و تحلیل‌ها	۷/۱۰	تأیید
۵۰		سیستم گزارش‌دهی کاربر	۶/۱۲	رد

ردیف	کدهای محوری	کدهای باز	امتیاز نهایی	نتیجه
۵۱		ارائه آمار و گزارش گیری	۶/۳۸	تأیید
۵۲		اطلاع‌رسانی‌های خودکار	۷/۴۸	تأیید
۵۳		همگام‌سازی چند دستگاهی	۷/۴۸	تأیید
۵۴		مدیریت رویدادها	۶/۲۳	تأیید
۵۵		پشتیبانی از اتصالات امن	۷/۳۴	تأیید
۵۶		امکان اتصال به شبکه‌های اجتماعی	۶/۲۹	تأیید
۵۷		قابلیت پیگیری وضعیت پیام	۶/۲۳	تأیید
۵۸		امکان اشتراک‌گذاری فایل‌های بزرگ	۶/۴۵	تأیید
۵۹		قابلیت انتقال آسان اطلاعات	۶/۶۶	تأیید
۶۰		امکان نصب و استفاده در سرورهای خود	۴/۹۸	رد
۶۱		قابلیت همکاری در زمان واقعی	۷/۴۹	تأیید
۶۲		مدیریت کاربران پیشرفته	۷/۱۰	تأیید
۶۳		امکان مدیریت نقش و دسترسی	۷/۵۶	تأیید
۶۴	دسترسی و استفاده	دسترسی‌پذیری	۶/۸۹	تأیید
۶۵		پشتیبانی از چند زبان	۶/۲۸	تأیید
۶۶		حالت آفلاین	۷/۱۰	تأیید

شاخص‌های نهایی تأثیرگذار بر سواد رسانه‌ای به شرح نمودار شکل ۲ می‌باشد.



شکل ۲. شاخص‌های نهایی تأثیرگذار بر سواد رسانه‌ای

براین اساس، الگوی شاخص‌های تأثیرگذار بر سواد رسانه‌ای در هفت دسته، قرار گرفتند. عملکرد و کارایی فنی با ۱۴ زیرشاخص، تجربه کاربری و قابلیت‌ها با ۱۳ زیرشاخص و حفاظت داده‌ها و حریم کاربران با ۹ زیرشاخص، یادآور اهمیت بسیار زیاد امنیت و اعتمادسازی پیام‌رسان‌ها برای کاربران بود؛ بنابراین، برخورداری از دانش و آگاهی از این زیرشاخص‌ها که همان سواد رسانه‌ای می‌باشد، به منظور پیگیری مشکلات پیام‌رسان‌های مورد استفاده، چگونگی ارتباط با سیستم پشتیبان برای به کاهش چالش‌های ناشی از فعالیت در محیط پیام‌رسان‌ها و حتی انتخاب پیام‌رسان مطلوب، بسیار ضرورت دارد.

بحث و نتیجه‌گیری

بر اساس نتایج به دست آمده، شاخص‌های کلیدی تأثیرگذار در طراحی و توسعه یک پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای، عبارت‌اند از: امنیت و حریم خصوصی، تجربه کاربری و قابلیت‌ها، پشتیبانی و پایداری، تعاملات اجتماعی و گروهی،

آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای، توسعه‌پذیری و نوآوری، عملکرد و کارایی فنی، دسترسی و استفاده.

بر اساس این نتایج، هریک از این شاخص‌ها، نقشی کلیدی در بهبود و کارایی کلی پیام‌رسان‌ها ایفا می‌کند و بر توانایی پیام‌رسان‌ها در ارائه خدمات مؤثر و متناسب با نیازهای کاربران تأثیرگذار است.

باتوجه به تحلیل عمیق نیازهای کاربران و الزامات کلیدی برای طراحی و توسعه یک پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه، نتایج این مقاله، بر هفت دسته اصلی از شاخص‌ها متمرکز شد که به تفکیک، تشکیل‌دهنده زیرساخت‌های اساسی برای یک سیستم پیام‌رسان مؤثر می‌باشند.

امنیت و حریم خصوصی: یکی از بزرگ‌ترین دغدغه‌های کاربران در استفاده از پیام‌رسان‌ها، امنیت اطلاعات شخصی و حفظ حریم خصوصی تعیین شد. نتایج نشان داد که توجه به حفاظت داده‌ها، پشتیبانی از استانداردهای امنیتی بین‌المللی و امکاناتی مانند پیام‌های خود تخریب‌شونده و چت‌های مخفی، برای کاربران بسیار حیاتی است. این نیازها به وضوح بیانگر اهمیت ایجاد محیطی امن برای تبادل اطلاعات است که اطمینان از حفظ حریم خصوصی و امنیت اطلاعات، توسط کاربران احساس شود که در این خصوص، نتایج این مقاله با پژوهش‌های لی^۱ و همکاران (۲۰۲۰) و الامین^۲ و همکاران (۲۰۱۸) مطابقت دارد. این محققان، با بررسی اهمیت امنیت و حریم خصوصی در پیام‌رسان‌ها، حفاظت از داده‌ها و حریم خصوصی برای جذب و نگهداری کاربران را حیاتی اعلام نموده، بر اهمیت پشتیبانی از استانداردهای امنیتی بین‌المللی و ابزارهای حفاظتی مشابه تأکید داشتند.

تجربه کاربری و قابلیت‌ها: تجربه کاربری مطلوب شامل ویژگی‌های کلیدی مانند کاربری ساده و کاربرپسند، قابلیت‌های ارتباطی پیشرفته و امکان شخصی‌سازی، تأثیر

1. Lu

2. Al-Ameen

زیادی بر جذب و نگهداری کاربران دارد. همچنین، عواملی همچون پشتیبانی از انواع فایل‌ها، قابلیت‌های اضافی مانند استیکرها و ایموجی‌ها (برچسب‌ها و شکلک‌ها) و امکان مدیریت چند پلتفرمی بر بهبود تجربه کاربری و افزایش رضایت کاربران تأثیرگذار شناخته شد. طراحی یک رابط کاربری ساده و کاربرپسند به کاربران این امکان را می‌دهد که بدون پیچیدگی، از امکانات مختلف پیام‌رسان بهره‌مند شوند. بر اساس این نتایج، رابط کاربری ساده و کاربرپسند و قابلیت‌های ارتباطی پیشرفته، از جمله عواملی هستند که تسهیل تجربه کاربری را بهبود می‌بخشند. این نتایج با یافته‌های پژوهش‌های واسلو^۱ و همکاران (۲۰۰۸) و تورل^۲ و همکاران (۲۰۱۸)، مبنی بر اهمیت جایگاه طراحی کاربرپسند و قابلیت‌های پیشرفته در پذیرش و استفاده از پیام‌رسان‌ها مطابقت دارد اما دانش کافی درخصوص ماهیت، روش و کارکرد رسانه‌های نوین و شناخت روش‌های جدید تبلیغاتی که بر تمامی ابعاد زندگی فردی و اجتماعی سایه انداخته، ضرورت داشته، شناخت و تمایز رسانه‌های واقعیت‌نما با شبه واقعیت‌نما، مبتنی بر شایعات، دروغ‌پردازی و دستکاری محتوای اطلاعاتی بسیار دشوار است که سواد پیام‌رسان‌ها، اینجا کمکی بزرگ به حرکت در مسیر صحیح خواهند نمود (پارسائیان، ۱۴۰۰).

پشتیبانی و پایداری: برای اطمینان از رضایت کاربران و استفاده مداوم از پیام‌رسان‌ها، پشتیبانی فنی و پاسخ‌گویی سریع از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این عوامل هم‌راستا با نتایج تحقیق خان^۳ (۲۰۲۱) و طرفدار^۴ و همکاران (۲۰۱۹) بوده، بیانگر اهمیت تأثیر خدمات پشتیبانی مؤثر و قابلیت پاسخگویی سریع به مشکلات و نیازهای کاربران می‌باشد و بر اهمیت پشتیبانی فنی و قابلیت پاسخگویی سریع برای بهبود تجربه کاربری و کاهش مشکلات فنی تأکید دارد.

تعاملات اجتماعی و گروهی: این شاخص از طریق ویژگی‌هایی مانند مدیریت هوشمند

1. Vasalou

2. Turel

3. Khan

4. Tarafdar

کانال‌ها و گروه‌ها، قابلیت نظرسنجی و رأی‌گیری و پشتیبانی از ویدئوکنفرانس، به تقویت روابط اجتماعی و همکاری‌های گروهی کمک می‌کند. این عوامل به کاربران امکان تعامل مؤثر و هماهنگ با یکدیگر را ارائه نموده، پروژه‌ها و فعالیت‌های مشترک را مدیریت می‌نماید. بررسی ویژگی‌های تسهیل‌کننده تعاملات گروهی و اجتماعی در بستر پیام‌رسان‌ها توسط کلارک^۱ (۲۰۲۰) و هاتورنویت^۲ (۲۰۰۲) نیز این موضوع را تأیید می‌نماید.

آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای: این شاخص، مبحثی کلیدی در تقویت توانمندی‌های کاربران در استفاده از پیام‌رسان‌ها شناخته می‌شود. ترویج استفاده مسئولانه و افزایش آگاهی کاربران از امکانات و خطرات مرتبط با پیام‌رسان‌ها، به بهبود امنیت و کارایی کلی استفاده از این ابزارها (برخورداری از سواد رسانه‌ای) کمک می‌کند. نتایج مطالعات جاکوبسن و آنسون^۳ (۲۰۰۴) و کاریسون^۴ و همکاران (۲۰۱۰) نیز مؤید تأثیر ویژه اهمیت آموزش و افزایش آگاهی و سواد رسانه‌ای کاربران در استفاده مؤثر از فناوری‌های نوین می‌باشد.

پیشرفت و سازگاری فنی: این شاخص، مبین توسعه‌پذیری، نوآوری و عملکرد بهینه، کارایی فنی مطلوب و توانایی پیام‌رسان برای ارتقا و به‌روزرسانی قابلیت‌ها و ارائه عملکرد روان و بدون مشکل است. پیشرفت و سازگاری فنی پیام‌رسان، به کاربران اطمینان می‌دهد که پیام‌رسان به‌روز بوده و از توانایی پاسخگویی به نیازهای جدید و تغییرات فناوری برخوردار است.

دسترسی و استفاده: این شاخص کلیدی شامل ویژگی‌هایی مانند دسترسی‌پذیری و امکان اجرا بر روی انواع دستگاه‌ها است. این عوامل اطمینان می‌دهند که پیام‌رسان به‌طور گسترده و در شرایط مختلف قابل استفاده بوده و نیازهای مختلف کاربران را برآورده می‌کند.

1. Clark

2. Haythornthwaite

3. Jacobson & Anson

4. Garrison

ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران؛ مداح و همکاران | ۲۳۱

درمجموع، نتایج این پژوهش بر امنیت، تجربه کاربری، پشتیبانی، تعاملات اجتماعی، آموزش و ارتقای سواد رسانه‌ای و پیشرفت فنی یک پیام‌رسان داخلی کارآمد تأکید دارد که بتواند پاسخگوی نیازهای گسترده کاربران و محیط‌های مختلف باشد.

درنهایت نتایج به‌دست آمده، بیانگر ضرورت طراحی و توسعه یک پیام‌رسان داخلی کارآمد، با توجه به شاخص‌های کلیدی نظیر امنیت و حریم خصوصی، تجربه کاربری، پشتیبانی فنی، تعاملات اجتماعی و گروهی، آموزش سواد رسانه‌ای و پیشرفت فنی می‌باشد، به‌طوری که علاوه بر بهبود کارایی و عملکرد پیام‌رسان، نقش مهمی در افزایش رضایت کاربران و تأمین نیازهای آن‌ها خواهد داشت. همچنین، درحالی که تجربه کاربری ساده و کاربرپسند، نقش مهمی در جذب و نگهداری کاربران دارد، امنیت و حریم خصوصی، به‌عنوان یکی از دغدغه‌های اصلی کاربران، باید به‌طور ویژه موردتوجه قرار گیرد.

لازم به ذکر است که توجه به پشتیبانی و پایداری فنی، همراه با امکان تعاملات اجتماعی و گروهی مؤثر، به کاربران اطمینان می‌دهد که پیام‌رسان مورداستفاده آن‌ها علاوه بر تأمین نیازهای کنونی آن‌ها، قابلیت پاسخگویی به تغییرات و نیازهای آینده را نیز دارد. علاوه بر این، ارتقای سواد رسانه‌ای کاربران از طریق آموزش‌های مستمر امکان استفاده مسئولانه و ایمن از این ابزارها را بیش‌ازپیش فراهم می‌نماید.

در پایان، یک پیام‌رسان داخلی موفق بایستی رویکردی جامع و هم‌زمان به تمامی این شاخص‌ها داشته باشد تا بتواند به‌طور مؤثر و پایدار کاربران مختلف را به‌عنوان کاربر وفادار جذب نماید. آنچه به تسریع این فرآیند کمک می‌کند، سواد رسانه‌ای است که به افزایش روابط دیجیتال در سطوح مختلف جامعه، بهبود می‌بخشد.

پیشنهادهای

یافته‌های پژوهش بیانگر ضرورت نیاز به مجموعه‌ای از عوامل کلیدی برای ایجاد یک پیام‌رسان داخلی کارآمد است که علاوه بر ایجاد تجربه کاربری ساده و قابلیت‌های کارآمد که نقش مهمی در جذب و نگهداشت کاربران دارد، بر حفظ امنیت و حریم خصوصی کاربران تأکید داشته، به‌طورجدی از استانداردهای بین‌المللی امنیتی استفاده

نماید.

از سوی دیگر، آموزش سواد رسانه‌ای به کاربران به‌عنوان یکی از عناصر مهم در استفاده هوشمندانه و ایمن از پیام‌رسان‌ها مطرح است که می‌توان با برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی به‌منظور ارتقای سواد رسانه‌ای کاربران، افزایش اعتماد و رضایت کاربران را نیز بهبود بخشید.

به‌طور خلاصه، بر اساس نتایج به‌دست آمده، به‌منظور بهبود و توسعه پیام‌رسان‌های داخلی می‌توان نسبت به اجرای موارد زیر اقدام نمود:

- ایجاد پلتفرم‌های آموزشی: برگزاری کارگاه‌ها و دوره‌های آموزشی برای افزایش سواد رسانه‌ای کاربران.
- ارتقای امنیت: پیاده‌سازی سیستم‌های امنیتی پیشرفته برای حفاظت از اطلاعات کاربران و حریم خصوصی آن‌ها.
- بهبود تجربه کاربری: ارائه به‌روزرسانی‌های منظم و بهبود قابلیت‌های فنی پیام‌رسان به‌منظور افزایش رضایت کاربران.
- تقویت شبکه‌سازی اجتماعی: ایجاد بسترهای مناسب برای تعاملات اجتماعی و گروهی در پیام‌رسان.

طراحی و توسعه پیام‌رسان‌های داخلی کارآمد نیازمند توجه هم‌زمان به امنیت، تجربه کاربری، پشتیبانی فنی و آموزش کاربران است. سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از عوامل مهم در ارتقای کارایی و ایمنی پیام‌رسان‌ها شناخته‌شده و توجه به آن می‌تواند تأثیر مثبتی بر پذیرش و استفاده کاربران داشته باشد. با اجرای پیشنهادهای ارائه‌شده، می‌توان به توسعه پیام‌رسان‌های داخلی قابل اعتماد و کارآمد امیدوار بود که نه تنها نیازهای ارتباطی کاربران را برآورده می‌کنند، بلکه به ارتقای سطح سواد رسانه‌ای و استفاده هوشمندانه از رسانه‌های دیجیتال نیز کمک می‌کنند.

ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران؛ مداح و همکاران | ۲۳۳

تعارض منافع

نویسندگان مقاله تعارض منافع ندارند.

سپاسگزاری

بدین وسیله از معاونت محترم پژوهشی دانشگاه متبوع خود که حمایت مادی و معنوی پژوهش را متقبل شدند، تقدیر می‌شود.

ORCID

Seyed Mohammad Reza
Maddah



<http://orcid.org/0009-0003-1586-4696>

Ehsan Shahghasemi



<http://orcid.org/0000-0002-8716-5806>

Mozhgan Sabet Teimouri



<https://orcid.org/0000-0001-7539-4081>

منابع

- اژدری، بهناز. (۱۳۹۷). نقش سواد رسانه‌ای در هویت‌یابی و ضرورت آموزش آن در رشته علوم سیاسی. *جستارهای سیاسی معاصر*. ۹(۲)، ۸۱-۱۰۴. doi 10.30465/cps.2018.3408
- اسدی کرم، آذر و برکت، محیا. (۱۳۹۶). نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتقای سواد رسانه‌ای جامعه، *فرهنگ رسانه*. ۶(۲۲)، ۱۱-۲۸. DOR: 20.1001.1.38552322.1396.6.22
- آکار، خدیجه، کیانی، محمدرضا و سنگری، محمود. (۱۴۰۳). امنیت و حریم خصوصی کاربران شبکه‌های اجتماعی: بررسی عوامل فردی. *تعامل انسان و اطلاعات*. ۱۱(۲)، ۳۱-۳۹. URL: <http://hii.khu.ac.ir/article-1-3139-fa>.
- انصاری جعفری، محمد حسین، رسولی، محمدرضا و خواجه نوری، نسترن. (۱۴۰۳). نقش تفکر انتقادی در بهبود کارکرد سواد رسانه‌ای با تکیه بر منظومه شناختی مخاطب. *مطالعات رسانه‌های نوین*. ۱۰(۳۷)، ۱۵۲-۱۱۹. doi:10.22054/nms.2022.65975.1348
- باباخانی، شیلا، مجیدی، نسیم و اسدی، عباس. (۱۴۰۳). الگوی مطلوب فرهنگ سیاسی کاربران رسانه‌های نوین در ایران. *مطالعات رسانه‌های نوین*. ۱۰(۳۸)، ۱۰۹-۱۴۲. doi: 10.22054/nms.2022.69980.1457
- بختیاری رنانی، اعظم و نصوحی، ساجده. (۱۴۰۲). تأثیر سواد رسانه‌ای بر همکاری گروهی دانش‌آموزان، *شانزدهمین کنفرانس بین‌المللی روانشناسی، مشاوره و علوم تربیتی*.
- بهادری خسروشاهی، جعفر و برقی، عیسی. (۱۳۹۷). نقش سواد رسانه‌ای والدین و هویت اجتماعی بر مصرف رسانه‌ای دانش‌آموزان. *مطالعات رسانه‌های نوین*. ۴(۱۴)، ۱۸۷-۱۰۲. doi: 10.22054/nms.2018.20409.187
- پارسائیان، سیده فهیمه. (۱۴۰۰). «بر روی لینک زیر کلیک کنید و به کانال ما بپیوندید»: بررسی تکنیک‌های اقناعی «تبلیغ کانال» در شبکه اجتماعی تلگرام و ایتا. *مطالعات رسانه‌های نوین*. ۷(۲۵)، ۱۶۳-۱۹۶. doi: 10.22054/nms.2019.33452.517
- پاکنهاد، فاطمه، تقی‌پوریان، محمدجواد، فرخ‌سرشت، بهزاد و سلیمیان، معصومعلی. (۱۳۹۹). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر سرمایه اجتماعی و قابلیت‌های یادگیری سازمانی با نقش میانجی کنش‌های یاریگرانه. *فصلنامه رفاه اجتماعی*، سال بیستم، ۲۰(۷۸): ۴۷-۷۴.
- حلاج دهقانی، عادل و کریمی، رحیم. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر استفاده از فناوری‌های ارتباطی بر سواد رسانه‌ای در هنرستان‌های ناحیه یک شهر اصفهان. *مجله پیشرفت‌های نوین در*

ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران؛ مداح و همکاران | ۲۳۵

روانشناسی، علوم تربیتی و آموزش و پرورش ۶(۶۲)، ۴۷-۵۶.

چالشگر کردآسیابی، مشرفه، عباسی شوازی، معصومه، کریمی، ام البنین، حسن پوری یلمه، سهیلا، لخی، حنیفه و نیکوکاران، جلال. (۱۴۰۰). شادکامی و خودکارآمدی در دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی مازندران. *طلوع بهداشت*، ۲۰(۶)، ۱۶-۲۷. SID.

<https://sid.ir/paper/1002311/fa>

خسروانی، عباس. (۱۳۹۹). نقش سواد رسانه‌ای در ارتقاء امنیت عمومی شبکه‌های اجتماعی از دیدگاه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی اراک سال ۱۳۹۵. *مطالعات فرهنگی و ارتباطات*.

doi: 10.22034/jcsc.2020.6

رفیق دوست، فاطمه، تاجی، مهدی، جهانگیری، حمیده، سالارزهی، صفیه و نجاری، مرتضی. (۱۴۰۲). بررسی تأثیرگذاری بهره‌گیری از سواد رسانه‌ای (فناوری اطلاعات) بر رشد اثربخشی تدریس (محوریت معلمان ابتدایی ناحیه ۱ زاهدان). *پنجمین همایش ملی پژوهش‌های حرفه‌ای در روانشناسی و مشاوره با رویکرد از نگاه معلم*.

<https://civilica.com/doc/1760675>

سالمی، آزاده، خانیکی، هادی، صبوری خسروشاهی، حبیب و هاشمی، شهناز. (۱۴۰۱). الگوی تحلیل مسیر سواد رسانه‌ای سلامت و ارتباط آن با مصرف رسانه‌های اجتماعی در تهران. *مطالعات رسانه‌های نوین*. ۸(۲۹)، ۷۴-۴۱. 1258.62608.2022.10.22054/nms.

شجاعی، ثاراله، دهداری، طاهره، دوران، بهناز، نوری، کرامت و شجاعی، محمد. (۱۳۹۵). تأثیر آموزش سواد رسانه‌ای بر پرخاشگری و نگرش به خشونت در کاربران نوجوان بازی‌های رایانه‌ای خشن. *مطالعات رسانه‌های نوین*. ۲(۱): ۱۷۳-۲۰۱.

doi:10.22054/cs.2017.15548.107

شکرخواه، یونس، سعیدآبادی، محمدرضا و نام‌آور، عبدالرضا. (۱۳۹۹). ارائه مدلی برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر توسعه دموکراسی در ایران: یک مطالعه داده‌بنیاد. *مطالعات*

رسانه‌های نوین، ۶(۲۴): ۳۶-۱۰. doi:10.22054/nms.2021.47781.856

عباسی، حمزه، ضیایی پرور، حمید و نعیم آبادی، وحیده. (۱۴۰۲). مقایسه عوامل جامعه‌شناختی گرایش جوانان به پیام‌رسان‌های داخلی و خارجی: بررسی ایتا و تلگرام. *پژوهش‌های رسانه*

و ارتباطات. ۱۱(۱)، ۸۷-۱۱۲. 181954.2023.10.22034/mcr. doi:

علوی، سیدمرتضی. (۱۳۹۶). مطالعه و تحلیل شبکه‌های اجتماعی. *کنفرانس ملی فناوری‌های نوین در مهندسی برق و کامپیوتر*، ۲۷ دیماه، موسسه آموزش عالی جهاد دانشگاهی استان

اصفهان.

علی‌بخشی، میترا، (۱۴۰۲)، ضرورت برخورداری از سواد رسانه‌ای برای معلمان ابتدایی، دوازدهمین کنفرانس بین‌المللی دستاوردهای نوین پژوهشی در علوم تربیتی، روانشناسی و

علوم اجتماعی، تهران. <https://civilica.com/doc/1708258>.

غیاثوند، احمد. (۱۳۹۴). مطالعه اینترنتی در بین مردم شهر تهران و عوامل مؤثر بر آن. *مطالعات*

رسانه‌های نوین، ۱ (۲)، ۸۷-۱۱۷. doi: 10.22054/cs.2015.4523

فرشید، راضیه، بحرالعلوم طباطبائی، فائزه‌سادات و ریاحی نیا، نصرت. (۱۴۰۱). مقایسه تحلیل مفاهیم سواد رسانه‌ای و سواد رایانه‌ای در پایگاه وب آو ساینس. *مطالعات رسانه‌های نوین*.

doi: 10.22054/nms.2022.65657.1338.۶۵-۳۷، (۳۰) ۸

قبله زاده، سیدحسام، افشانی، سیدعلیرضا و اسلامی، حسین. (۱۴۰۱). لبه تیغ کژکارکرد خبری در فضای مجازی: روایت جوانان شهر یزد از شیوع شایعه در فضای مجازی. *مطالعات*

رسانه‌های نوین. ۸ (۳۲)، ۴۵۰-۴۱۹. doi:10.22054/nms.2022.57213.1096

کردلو، حامد، (۱۴۰۲)، بررسی ضرورت‌ها و چالش‌های آموزش سواد رسانه‌ای به دانش‌آموزان و ارائه راهکارها و راهبردهایی در جهت آماده‌سازی آن‌ها برای زندگی در اجتماع، پنجمین همایش ملی پژوهش‌های حرفه‌ای در روانشناسی و مشاوره با رویکرد از نگاه معلم.

<https://civilica.com/doc/1760842>

کومالکی، سارا و ترتیب، رقیه و نورانی، سیده زهرا. (۱۴۰۲). اهمیت آموزش سواد رسانه‌ای توسط معلمان در مدارس، هفدهمین همایش ملی علمی پژوهشی روانشناسی و علوم تربیتی،

شیروان. <https://civilica.com/doc/1791499>,

مرکز رصد فرهنگی کشور، ۱۴۰۱. <http://ircud.ir/pihhcj>

نعمتی‌فر، نصرت‌اله، خجسته باقرزاده، حسن و کاظمی، هاجر. (۱۳۹۷). مطالعه سطح سواد رسانه‌ای در کاربران رسانه‌های اجتماعی (مطالعه موردی شبکه اجتماعی تلگرام). *مطالعات*

رسانه‌های نوین. ۴ (۱۶)، ۱۴۳-۱۷۵. doi: 10.22054/nms.2019.24432.282

نقدی، هانیه؛ تقی‌پور، فائزه و ابراهیم‌زاده دستجردی، رضا (۱۴۰۳). ارائه مدل ارتقای فرهنگ شهروندی مبتنی بر استفاده از شبکه‌های اجتماعی در میان شهروندان تهرانی. *مطالعات*

رسانه‌های نوین. ۱۰ (۳۸)، ۳۳۶-۲۹۷. doi:10.22054/nms.2024.60091.1180

نیکو خصال، تانیا و عرفانیان خانزاد، حمید و احمدی، مسعود. (۱۴۰۰). مدل سازی حکمرانی

ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران؛ مداح و همکاران | ۲۳۷

شبکه‌های اجتماعی پیام‌رسان داخلی (مورد مطالعه: شهر مشهد). مطالعات

فرهنگی اجتماعی خراسان. ۱۵(۴)، ۱۵۱-۱۷۹.

doi:10.22034/fakh.2021.273461.1453

References

- Al-Ameen, M. N., Liu, J., & Kwak, K. S. (2018). *Security and privacy issues in wireless sensor networks: A survey*. IEEE Access, 6, 28701-28713.
- Bhatnagar, N., & Chen, T. (2024). Media literacy as a foundation for effective internal communication in global organizations. *Global Media Journal*, 22(1), 78-95. <https://doi.org/10.4128/GMJ-2024-22-1-7>.
- Clark, M., Scull, N., & Barnes, S. (2020). Social interactions and group management in online messaging applications. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 25(4), 225-239.
- Davis, A. L., & Watkins, K. R. (2023). *Personalization in internal communications: Leveraging media literacy for more effective messaging*. Corporate Communications: An International Journal, 28(1), 140-157. <https://doi.org/10.1108/CCIJ-09-2022-0098>
- Ekdale, B., Tully, M., & Young, S. (2023). Understanding media literacy in the digital age: The role of internal communication strategies. *Journal of Media Literacy Education*, 15(2), 225-240. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2023-15-2-5>.
- Garrison, D. R., Anderson, T., & Archer, W. (2010). *Theoretical framework for online learning*. Handbook of Distance Education, 2, 105-123.
- Haythornthwaite, C. (2002). *Strong, weak, and latent ties and the impact of new media*. The Information Society, 18(5), 385-400.
- Jacobson, T. L., & Anson, R. (2004). *The role of media literacy in the democratic process*. Journal of Media Literacy Education, 1(1), 1-13.
- Johnson, K. T., & Williams, P. (2023). *Media literacy and internal communications: Bridging the gap for enhanced organizational transparency*. Journal of Public Relations Research, 35(2), 130-145. <https://doi.org/10.1080/1062726X.2023.2174328>.
- Jones, D. A., & Parker, M. (2022). *Effective internal communication models for modern organizations: Integrating media literacy*. International Journal of Business Communication, 59(4), 582-601. <https://doi.org/10.1177/23294884221092612>
- Khan, M. A., Khan, S. U., & Khan, N. (2021). *The impact of technical support on user satisfaction in messaging apps*. Journal of Information Technology, 38(2), 167-180.
- Lu, Y., & Liu, J. (2020). *Security and privacy in messaging apps: A review*. IEEE Communications Surveys & Tutorials, 22(1), 123-145.

- Mrisho, D. H. & Dominic, N. A. (2023). *Media Literacy: Concept, Theoretical Explanation, and its Importance in the Digital Age*. East African Journal of Arts and Social Sciences, 6(1), 78-85. <https://doi.org/10.37284/eajass.6.1.1087>
- Nabipour A, Rahmani J, Taghipour F. (2020). *Designing a Media Literacy Curriculum Model for Teacher Training Centers*. Iranian Journal of Educational Sociology. 3 (3): 19 -29.
- Potter, James W. (2022). *Media Literacy: A Cognitive Approach*. 3rd Edition. SAGE Publications.
- Senthil Kumar, N., Saravanakumar, K., Deepa, K. (2016). On Privacy and Security in Social Media—A Comprehensive Study. *International Conference on Information Security & Privacy (ICISP2015)*, 11-12 December 2015, Nagpur, INDIA. ScienceDirect, Procedia Computer Science 78. 114 – 119. doi: 10.1016/j.procs.2016.02.019.
- Smith, R. G., & Lopez, M. (2023). *The impact of media literacy on employee engagement through internal messaging platforms*. Journal of Organizational Communication, 18(3), 345-367. <https://doi.org/10.1080/13527266.2023.2056211>
- Tarafdar, M., Gupta, A., & Turel, O. (2019). *The impact of technical support on user experience: A study of messaging applications*. Information Systems Research, 30(3), 730-746.
- Turel, O., & Serenko, A. (2018). User acceptance of mobile messaging applications. *Journal of Information Systems Research*, 29(4), 123-140.
- Turner, L., & Hall, E. (2022). *Navigating the digital landscape: Enhancing internal communications with media literacy education*. Communication Research Reports, 39(4), 280-290. <https://doi.org/10.1080/08824096.2022.2101032>
- Vasalou, A., Joinson, A. N., Bänziger, T., et al. (2008). *Avatars in social media: Balancing accuracy, playfulness and embodied messages*. *International Journal of Human-Computer Studies*, 66(11), 1024-1035. 0604.1297
- Wilson, C. (2019). *Media and Information Literacy: Challenges and Opportunities for the World of Education*, the Canadian Commission for UNESCO's IdeaLab, Canada.

References [In persian]

- Abbasi, H., Ziaee parvar, H., & Naeemabadi, V. (2023). Comparison of sociological factors of youth tendency to domestic and foreign media (Case study: Eitaa / Telegram). *Media and Communication Research*, 1(1), 87-112. doi: 10.22034/mcr.2023.181954.
- Akar K, kiani M R, sangari M. Security and privacy of social network users:

- investigation of individual factors. *Human Information Interaction* 2024; 11 (2).URL: <http://hii.khu.ac.ir/article-1-3139-fa.html>.
- Alavi, S.M., (2017). Study and Analysis of social networks. National conferece of new technologies in electronic and computer engineering, Ministry of science, Research and Technology, Institute of Higher Education, Academic of Isfahan, ACECR.
- Ali Bakhshi, M. (1402). The necessity of media literacy for elementary teachers, 12th International Conference on Modern Research Achievements in Education Science, Psychology and Social Science, Tehran, <https://civilica.com/doc/1708258>.
- Ansari Jafari, M. H., rasooli, M., & Khajeh Noori, N. (2024). The Role of Critical Thinking to Improve the Efficiency of Media Literacy by Emphasizing the Audience's Cognitive System. *New Media Studies*, 10(37), 152-119. doi: 10.22054/nms.2022.65975.1348.
- Asadi karam, A., & barekat, M. (2017). The Role of Social Networks in Promoting Media Literacy. *Society Culture Media*, 6(22), 11-28. DOR:20.1001.1.38552322.1396.6.22.
- Azhdari, B. (2018). The role of media litreacy in gaining identity and importance for teaching it in political science. *Contemporary Political Studies*, 9(2), 81-104. doi: 10.30465/cps.2018.3408
- Babakhani, S., Majidi, N., & asadi, A. (2024). The Ideal Model of Political Culture of New Media Users in Iran. *New Media Studies*, 10(38), 142-109. doi: 10.22054/nms.2022.69980.1457.
- Bahadorikhosroshahi, J., & bargi, I. (2018). The role of Media literacy for parents and social identity with media consumption students. *New Media Studies*, 4(14), 290-316. doi: 10.22054/nms.2018.20409.187
- Bakhtiari Renani, A., & Nasouhi, S. (2023). The effect of media literacy on students' group cooperation, 16th International Conference on Psychology, Counseling and Educational Sciences.
- Chaleshgar kordasiabi, M, Abbasi shavazi, M, Karimi, O, Hasanpoore yolme, S, Lakhi, H, & Nikokaran, J. (2022). Happiness and Self-efficacy among Students of Mazandaran University of Medical Sciences. *The Journal of Toloo-e-Behdasht*, 20(6), 16-27. URL: <http://tbj.ssu.ac.ir/article-1-3271-fa.html>
- Farshid, R., bahrololoumi tabatabai, F., & riahinia, N. (2022). Compare concepts of media literacy and computer literacy in Web of Science. *New Media Studies*, 8(30), 65-37. doi: 10.22054/nms.2022.65657.1338
- Gheblezade, S., Afshani, S., & Eslami, H. (2022). The Razor's Edge of the News Malfunction in Cyberspace: The Narrative of the Yazdian Youth about the Spread of Rumors in Cyberspace. *New Media Studies*, 8(32), 450-419. doi: 10.22054/nms.2022.57213.1096.

- Ghiasvand, A. (2013). Internet Study among the People of Tehran and factors affecting on it. ۱۱۷-۸۷، (۲) \doi: 10.22054/cs.2015.4523
- Hallaj Dehghani, A. & Karimi, R. (2022), Investigating the effect of using communication technologies on media literacy in art schools in the first district of Isfahan. *Journal of New Advances in Psychology, Educational Sciences and Education* 6(62), 47-56.
- khosravani, A. (2020). The role of media literacy in promoting public security of social networks from the perspective of Arak Islamic Azad University students in 1395. *Cultural Studies & Communication*,. doi: 10.22034/jcsc.2020.60604.1297
- Komalki, S., Sared, R., & Noorani, S.Z. (2023). The Importance of Teaching Media Literacy by Teachers in Schools, *The 17th National Scientific Research Conference on Psychology and Educational Sciences*, Shirvan, <https://civilica.com/doc/1791499>
- Kordloo, H. (2023). Investigating the Necessities and Challenges of Teaching Media Literacy to Students and Providing Solutions and Strategies to Prepare Them for Life in Society. *The Fifth National Conference of Professional Researches in Psychology and Counseling with a Teacher's Perspective*, <https://civilica.com/doc/1760842>
- Naghdi, H., Taghipour, F., & Ebrahimzadeh Dastjerdi, R. (2024). Offer the Model of Citizenship Culture Promotion Based on the Use of Social Networks Among Tehran Citizens. *New Media Studies*, 10(38), 336-297. doi: 10.22054/nms.2024.60091.1180
- NematiFar, N. A., Khojasteh, H., & Kazemi, H. (2019). Study of Media Literacy in Social Network Users (Case Study of Telegram Social Network). *New Media Studies*, 4(16), 143-175. doi: 10.22054/nms.2019.24432.282.
- Nikokhesal, T., Erfanian Khanzad, H. & Ahmadi, M. (2021). The Modeling of Governance of of Internal Messaging Social Networks (Case Study: Mashhad City). *Journal of Socio-Cultural Studies of Khorasan*, 15(4), 151-179. doi: 10.22034/fakh.2021.273461.1453
- Paknahad, F., Taghipoorian, M.J., Soleimani, B., Farrokhseresht, & Soleimani, M. (2022). Investigating the Impact of Virtual Social Networks on Social Capital and Organizational Learning Capabilities with the Mediating Role of Helpful Activitie. *Social Welfare. Quarterly*, 20(78), 47-74.
- Parsaiyan, S.F. (2021). "Click on the Following Link to Join Our Channel": Persuasion Techniques Deployed in "Channel Advertising" in Telegram and Eitaa Messengers. *New Media Studies*, 7(25), 196-163. doi: 10.22054/nms.2019.33452.517.
- Rafiq Doost, F., Taji, M., Jahangiri, H., Salarzehi, S., & Najari, M., (2023). Studying the impact of using media literacy (information technology)

- on the growth of teaching effectiveness (focusing on elementary teachers in Zahedan District 1), *The fifth national conference of professional researches in psychology and counseling with a teacher's perspective*, <https://civilica.com/doc/1760675>
- Salemi, A., Khaniki, H., Habib Sabouri KhosrowShahi, H., & Hashemi, S. (2022). A Path Analysis on Media Health Literacy and its relation to Social Media Consumption in Tehran. *New Media Studies*, 8(29), 74-41. doi: 10.22054/nms.2022.62608.1258
- Shojaee, S., Dehdari, T., Douran, B., Noori, K., & Shojaee, M. (2017). Impact of media literacy education on aggression and attitudes towards violence in adolescents' users of violent computer games in qom. *New Media Studies*, 2(8), 173-201. doi: 10.22054/cs.2017.15548.107
- Shokrkhah, Y., Saeidabadi, M., & namavar, A. (2020). presenting a pattern for The Impact of Social Networks on Democracy Development in Iran:. *New Media Studies*, 6(24), 36-1. doi: 10.22054/nms.2021.47781.856.

استناد به این مقاله: مداح، سید محمدرضا، شاه قاسمی، احسان، ثابت تیموری، مژگان. (۱۴۰۳). ارائه الگوی پیام‌رسان داخلی کارآمد با تأکید بر نقش سواد رسانه‌ای کاربران، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۱۰(۴۰)، ۲۰۱-۲۴۱
DOI: 10.22054/nms.2025.82425.1769



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..

