

پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوای پیام‌رسان‌های داخلی با تأکید بر توسعه سواد فرهنگی: پژوهشی کیفی مبتنی بر تحلیل تماتیک با مطالعه پیام‌رسان به

منصور بنی‌عامریان ^۱ فاطمه عزیزآبادی فراهانی ^{۲*} محمد کمالی ^۳	تاریخ چاپ نهایی: ۱ اردیبهشت ۱۴۰۷ تاریخ چاپ اولیه: ۲۹ مرداد ۱۴۰۵ تاریخ پذیرش: ۲۸ خرداد ۱۴۰۵ تاریخ بازنگری: ۲۱ خرداد ۱۴۰۵ تاریخ ارسال: ۶ اسفند ۱۴۰۴	شیوه استناددهی: بنی‌عامریان، منصور، عزیزآبادی فراهانی، فاطمه، و کمالی، محمد. (۱۴۰۷). پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوای پیام‌رسان‌های داخلی با تأکید بر توسعه سواد فرهنگی: پژوهشی کیفی مبتنی بر تحلیل تماتیک با مطالعه پیام‌رسان به. یادگیری هوشمند و تحول مدیریت، ۱۶(۱)، ۲۷-۱.
--	---	--

چکیده

هدف پژوهش حاضر شناسایی و تبیین پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوای پیام‌رسان به با تأکید بر توسعه سواد فرهنگی کاربران بود. این پژوهش با رویکرد کیفی و در چارچوب پارادایم تفسیری — ساخت‌گرا انجام شد. مشارکت‌کنندگان شامل ۱۶ نفر از صاحب‌نظران حوزه‌های فرهنگ، ارتباطات، رسانه، حقوق، جامعه‌شناسی و مدیریت فرهنگی بودند که با روش نمونه‌گیری هدفمند و گلوله‌برفی انتخاب شدند. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد و فرایند جمع‌آوری داده‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. مصاحبه‌ها پس از پیاده‌سازی کامل، با استفاده از تحلیل تماتیک و فرایند کدگذاری باز، محوری و انتخابی به صورت دستی و با کمک نرم‌افزار MAXQDA تحلیل شدند. برای افزایش اعتبار یافته‌ها از بازبینی اعضا، بررسی همتای پژوهشی و سنجش پایایی بین‌کدگذاران استفاده شد. تحلیل داده‌ها نشان داد که پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوا به‌عنوان یکی از تم‌های اصلی الگوی پیشنهادی قابل استخراج است. در این تم، ده زیرمقاله اصلی شناسایی شد: شاخص‌های آگاهی، تنوع و اصالت فرهنگی؛ سلامت زبانی و رسانه‌ای؛ حمایت و تشویق تولید محتوای فرهنگی؛ مسئولانه و مناسب کودکان؛ همکاری با نهادهای فرهنگی؛ آموزشی و رسانه‌ای؛ تعادل و جذابیت محتوای آموزشی و سرگرمی؛ استفاده از قالب‌های چندرسانه‌ای؛ انجمن‌های کاربری فرهنگی؛ تعامل بین فرهنگی؛ حفظ تنوع زبانی؛ و نقش آموزش‌های آنلاین در ارتقای سواد فرهنگی. ضریب کاپای کوهن ۰.۸۲ نشان‌دهنده توافق بالای کدگذاران و اتکاپذیری فرایند تحلیل بود. نتایج نشان داد پیام‌رسان به در صورت بهره‌گیری هدفمند از ظرفیت‌های فناورانه، فرهنگی و نهادی می‌تواند از یک ابزار ارتباطی صرف به بستری فرهنگ‌محور برای تولید محتوای مسئولانه، تقویت هویت ایرانی — اسلامی، ارتقای سواد فرهنگی و افزایش مشارکت کاربران در زیست‌بوم دیجیتال ایران تبدیل شود.

واژگان کلیدی: نظام‌مندسازی محتوا؛ پیام‌رسان‌های داخلی؛ سواد فرهنگی؛ تحلیل تماتیک؛ پیام‌رسان به؛ محتوای فرهنگی.

مشخصات نویسندگان:

۱. گروه علوم ارتباطات، واحد بین‌الملل کیش، دانشگاه آزاد اسلامی، جزیره کیش، ایران
۲. گروه مدیریت و برنامه‌ریزی فرهنگی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۳. گروه آموزش بهداشت، دانشگاه علوم پزشکی ایران، تهران، ایران

پست الکترونیکی: f.afarahani@iau.ir

Potentials and Facilitators of Content Systematization in Domestic Messengers with Emphasis on Cultural Literacy Development: A Qualitative Thematic Analysis of Bale Messenger

Mansour Baniamerian ¹ Fatemeh Azizabadi Farahani ^{2*} Mohammad Kamali ³	Submit Date: 25 February 2026 Revise Date: 11 June 2026 Accept Date: 18 June 2026 Initial Publish: 20 August 2026 Final Publish: 20 April 2028	How to cite: Baniamerian, M., Farahani, F. A., & Kamali, M. (2028). Potentials and Facilitators of Content Systematization in Domestic Messengers with Emphasis on Cultural Literacy Development: A Qualitative Thematic Analysis of Bale Messenger. <i>Intelligent Learning and Management Transformation</i> , 6(1), 1-27.
--	--	---

Abstract

This study aimed to identify and explain the potentials and facilitators of content systematization in Bale messenger with an emphasis on developing users' cultural literacy. This qualitative study was conducted within an interpretivist–constructivist paradigm. The participants consisted of 16 experts in culture, communication, media studies, law, sociology, and cultural management, selected through purposive and snowball sampling. Data were collected through in-depth semi-structured interviews and continued until theoretical saturation was achieved. After verbatim transcription, the interviews were analyzed using thematic analysis through open, axial, and selective coding, both manually and with the assistance of MAXQDA software. To enhance trustworthiness, member checking, peer review, and intercoder reliability assessment were applied. Data analysis indicated that the potentials and facilitators of content systematization constituted one of the main themes of the proposed model. Ten core subthemes were extracted under this theme: indicators of cultural awareness, diversity, and authenticity; linguistic and media health; support and encouragement for cultural, responsible, and child-appropriate content production; collaboration with cultural, educational, and media institutions; balance and attractiveness of educational and entertainment content; use of multimedia formats; cultural user communities; intercultural interaction; preservation of linguistic diversity; and the role of online education in promoting cultural literacy. The Cohen's kappa coefficient of 0.82 indicated strong agreement between coders and confirmed the reliability of the coding process. The findings suggest that Bale messenger, through the purposeful use of technological, cultural, and institutional capacities, can move beyond a mere communication tool and become a culture-oriented platform for responsible content production, reinforcement of Iranian–Islamic identity, promotion of cultural literacy, and enhancement of user participation in Iran's digital ecosystem.

Keywords: Content systematization; domestic messengers; cultural literacy; thematic analysis; Bale messenger; cultural content.

Authors' Information:

f.afarahani@iau.ir

1. Department of Communication Sciences, Ki.C., Islamic Azad University, Kish, Iran
2. Department of Cultural Management and Planning, SR.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran
3. Department of Health Education, Iran University of Medical Sciences, Tehran, Iran



© 2028 the authors. This is an open access article under the terms of the [CC BY-NC 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/) License.

مقدمه

گسترش رسانه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها در دهه اخیر، مناسبات ارتباطی، فرهنگی، آموزشی، اقتصادی و حتی حکمرانی جوامع را به گونه‌ای بنیادین دگرگون کرده است. پیام‌رسان‌ها دیگر صرفاً ابزارهایی برای انتقال پیام‌های فردی نیستند، بلکه به زیرساخت‌هایی اجتماعی و فرهنگی تبدیل شده‌اند که در آن‌ها هویت‌ها بازتولید می‌شوند، شبکه‌های اعتماد شکل می‌گیرند، ارزش‌ها بازنمایی می‌شوند، کنش‌های روزمره سامان می‌یابند و الگوهای جدید مشارکت اجتماعی، یادگیری و مصرف رسانه‌ای پدیدار می‌شود. مطالعات جدید نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی از حیث کارکرد، دامنه‌ای گسترده از ارتباطات فردی، سرگرمی، یادگیری، بازاریابی، کنشگری اجتماعی و مشارکت عمومی را دربر می‌گیرند و همین چندکارکردی بودن سبب شده است که نقش آن‌ها در زندگی روزمره افراد، به‌ویژه نسل‌های جوان، به‌طور فزاینده‌ای پررنگ شود (Tarigan et al., 2023).

در سطح کلان نیز دولت‌ها و نهادهای عمومی از شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی برای بازتعریف رابطه خود با شهروندان، تسهیل اطلاع‌رسانی، افزایش شفافیت و پیشبرد تحول دیجیتال استفاده می‌کنند؛ ازاین‌رو، پیام‌رسان‌ها و پلتفرم‌های اجتماعی به بخشی از معماری نوین حکمرانی دیجیتال تبدیل شده‌اند (Yuan et al., 2023). در ایران نیز رشد استفاده از پیام‌رسان‌های داخلی، به‌ویژه در پی سیاست‌های جایگزینی پلتفرم‌های خارجی، این پرسش را برجسته کرده است که چگونه می‌توان این بسترها را نه فقط به ابزار ارتباطی، بلکه به زیست‌بوم‌هایی فرهنگی، ایمن، مسئولانه و توانمندساز تبدیل کرد (Askari et al., 2023).

در چنین زمینه‌ای، مسئله نظام‌مندسازی محتوا در پیام‌رسان‌های داخلی اهمیت ویژه‌ای می‌یابد. نظام‌مندسازی محتوا به معنای صرف کنترل، محدودسازی یا نظارت سلبی نیست، بلکه شامل مجموعه‌ای از سازوکارهای راهبردی، فرهنگی، فناورانه و آموزشی است که هدف آن ارتقای کیفیت محتوا، افزایش اعتماد عمومی، کاهش آسیب‌های ارتباطی، حمایت از تولید محتوای مسئولانه و تقویت توان کاربران در مواجهه آگاهانه با فضای دیجیتال است. تجربه ایران نشان داده است که سیاست‌گذاری در حوزه پیام‌رسان‌های داخلی، اگر صرفاً بر جایگزینی پلتفرم‌ها یا ایجاد محدودیت برای پلتفرم‌های خارجی تمرکز کند، بدون توجه به اعتماد کاربران، کیفیت خدمات، امنیت داده‌ها، جذابیت محتوا و ظرفیت فرهنگی پلتفرم‌ها، با چالش‌های جدی مواجه خواهد شد (Askari et al., 2023). از سوی دیگر، تحلیل عوامل مؤثر بر بهبود حکمرانی فضای مجازی در ایران نشان می‌دهد که عملکرد موفق در این حوزه مستلزم ترکیب سیاست‌گذاری متسجم، هماهنگی نهادی، مشارکت ذی‌نفعان، اعتمادسازی اجتماعی و توجه همزمان به ابعاد فنی، حقوقی، فرهنگی و آموزشی است (Ghorbani et al., 2022). بنابراین، نظام‌مندسازی محتوای پیام‌رسان‌های داخلی باید به‌عنوان فرایندی چندسطحی و فرهنگ‌محور فهم شود که در آن کاربران، تولیدکنندگان محتوا، مدیران پلتفرم، نهادهای فرهنگی، نهادهای آموزشی و سیاست‌گذاران همگی نقش فعال دارند.

اهمیت این موضوع زمانی آشکارتر می‌شود که به نفوذ روزافزون پیام‌رسان‌های داخلی در زندگی کاربران ایرانی توجه شود. گزارش‌های عمومی درباره میزان استفاده از پیام‌رسان‌های ایرانی نشان می‌دهد که این پلتفرم‌ها توانسته‌اند بخش قابل‌توجهی از کاربران را جذب کنند و به یکی از عرصه‌های اصلی تبادل پیام، محتوا، خدمات و تعاملات روزمره تبدیل شوند (Donya-e, 2023). در همین حال، پژوهش‌های داخلی نشان داده‌اند که رسانه‌های نوین و تلفن همراه، هویت، سبک زندگی، الگوهای ارتباطی و شیوه‌های گذران اوقات فراغت جوانان را تحت تأثیر قرار داده‌اند و از سطح ابزارهای ارتباطی فراتر رفته‌اند (Kalantari & Hasani, 2022). همچنین، استفاده از اینترنت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی با سبک زندگی دانشجویان و شیوه تعامل آنان با محیط اجتماعی و فرهنگی ارتباط دارد (Emamjomezadeh et al., 2023). این یافته‌ها نشان می‌دهد که پیام‌رسان‌های داخلی در صورت فقدان سیاست محتوایی نظام‌مند، می‌توانند محل بازتولید آشفتگی اطلاعاتی، مصرف سطحی محتوا، تعارض ارزشی و کاهش کیفیت تعاملات فرهنگی شوند؛ اما در صورت برخورداری از طراحی فرهنگی و تربیتی مناسب، می‌توانند به بستری برای تقویت هویت جمعی، سرمایه اجتماعی و سواد فرهنگی تبدیل گردند.

سواد فرهنگی در فضای دیجیتال را می‌توان توانایی فهم، تفسیر، ارزیابی، تولید و بازنشر محتوایی دانست که نسبت معناداری با زمینه‌های فرهنگی، زبانی، تاریخی، ارزشی و اجتماعی کاربران دارد. برخلاف نگاه محدود به سواد رسانه‌ای که بیشتر بر توانایی تحلیل پیام‌ها یا تشخیص منابع معتبر تمرکز دارد، سواد فرهنگی بر درک زمینه‌های معنایی، حساسیت نسبت به تنوع فرهنگی، توان تعامل میان‌فرهنگی، تشخیص اصالت فرهنگی و مشارکت مسئولانه در تولید محتوا تأکید می‌کند. پژوهش‌ها درباره توسعه سواد فرهنگی در محیط‌های آموزشی نشان داده‌اند که رویکردهای گفت‌وگومحور و مشارکتی می‌توانند توان دانش‌آموزان را در فهم تفاوت‌های فرهنگی، درک ارزش‌های اجتماعی و مشارکت آگاهانه در موقعیت‌های فرهنگی افزایش دهند (Awaludin et al., 2024). در ایران نیز مطالعات مرتبط با سواد رسانه‌ای نشان داده‌اند که عوامل اجتماعی - فرهنگی، محیط آموزشی، سرمایه فرهنگی خانواده و تجربه استفاده از رسانه‌ها در شکل‌گیری سواد رسانه‌ای دانشجویان نقش دارند (Hamedi, 2022). از این رو، در بستر پیام‌رسان‌های داخلی، توسعه سواد فرهنگی مستلزم آن است که پلتفرم فقط فضای انتشار محتوا نباشد، بلکه با طراحی سازوکارهای یادگیری، گفت‌وگو، مشارکت، ارزیابی و بازخورد، کاربران را به کنشگران فرهنگی فعال تبدیل کند.

پیوند میان سواد فرهنگی و سرمایه اجتماعی نیز در این زمینه حائز اهمیت است. سرمایه اجتماعی در فضای دیجیتال از طریق اعتماد، مشارکت، شبکه‌های ارتباطی، هنجارهای همکاری و احساس تعلق شکل می‌گیرد. پژوهش‌های داخلی نشان داده‌اند که سواد رسانه‌ای می‌تواند در تولید سرمایه اجتماعی میان جوانان نقش آفرین باشد و هرچه کاربران توانمندتر بتوانند پیام‌ها را تحلیل کنند، منابع معتبر را تشخیص دهند و تعاملات سازنده‌تری برقرار کنند، امکان شکل‌گیری اعتماد و مشارکت اجتماعی افزایش می‌یابد (Sajedi Raesi et al., 2022). همچنین، نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌دهی و تقویت سرمایه اجتماعی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است و این شبکه‌ها در صورت استفاده آگاهانه می‌توانند

پیوندهای اجتماعی، مشارکت مدنی و احساس تعلق را تقویت کنند (Omidvar, 2022). با این حال، سرمایه اجتماعی دیجیتال زمانی پایدار خواهد بود که کاربران در معرض محتوای معتبر، محترمانه، متنوع و سازگار با ارزش‌های فرهنگی قرار گیرند و در عین حال توانایی نقد و انتخاب آگاهانه محتوا را داشته باشند. بنابراین، پیام‌رسان بومی در مقام یک زیست‌بوم فرهنگی، باید میان آزادی مشارکت کاربران و ضرورت صیانت از کیفیت فرهنگی محتوا تعادل برقرار کند.

در کنار فرصت‌ها، رسانه‌های اجتماعی با آسیب‌هایی جدی نیز همراه هستند. انتشار اطلاعات نادرست، فعالیت ربات‌ها، کمپین‌های سازمان‌یافته دستکاری افکار عمومی و تولید محتوای گمراه‌کننده از جمله چالش‌هایی است که سلامت فضای ارتباطی را تهدید می‌کند (Akhtar et al., 2023). افزون بر این، نگرانی‌های کاربران درباره حریم خصوصی و امنیت داده‌ها در فناوری‌های موبایلی یکی از موانع مهم اعتماد به پلتفرم‌هاست و طراحی تعاملی و شفاف پلتفرم می‌تواند در کاهش این نگرانی‌ها مؤثر باشد (Jung et al., 2022). در سطح سیاستی نیز آینده پلتفرم‌های دیجیتال با ضرورت اتخاذ تدابیر سیاسی و تنظیم‌گرانه برای مدیریت پیامدهای اجتماعی، امنیتی و فرهنگی رسانه‌های دیجیتال گره خورده است (Lim, 2022). از این منظر، نظام‌مندسازی محتوا در پیام‌رسان‌های داخلی باید به گونه‌ای طراحی شود که هم با اطلاعات نادرست و محتوای آسیب‌زا مقابله کند و هم به بهانه مقابله با آسیب‌ها، مشارکت فرهنگی و خلاقیت کاربران را محدود نسازد. چالش اصلی، طراحی الگویی متوازن است که در آن اعتماد، امنیت، مشارکت، تنوع فرهنگی و کیفیت محتوا به صورت همزمان تقویت شود.

یکی دیگر از ابعاد مهم این بحث، نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی هویت فردی و جمعی است. پژوهش‌های تجربی نشان داده‌اند که هویت در رسانه‌های اجتماعی صرفاً بازتابی از ویژگی‌های ازپیش‌موجود افراد نیست، بلکه در تعامل با معماری پلتفرم، شبکه مخاطبان، هنجارهای ارتباطی و الگوهای بازخورد اجتماعی ساخته و بازساخته می‌شود (Taylor et al., 2023). بر همین اساس، محتوایی که در پیام‌رسان‌های داخلی منتشر، برجسته یا بازنشر می‌شود، می‌تواند در شکل‌دهی حس تعلق ملی، هویت دینی، هویت زبانی، حافظه جمعی و حتی تصورات کاربران از خود و دیگری اثرگذار باشد. مطالعات میان‌فرهنگی درباره آیین‌های رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که کاربران در مناسبت‌هایی مانند سال نو، از رسانه‌های اجتماعی برای بازنمایی ارزش‌ها، آیین‌ها، امیدها و پیوندهای جمعی استفاده می‌کنند و این آیین‌های دیجیتال می‌توانند حامل معانی فرهنگی عمیق باشند (Hallinan et al., 2023). از این منظر، پیام‌رسان‌ها و سایر پیام‌رسان‌های داخلی می‌توانند با طراحی هوشمندانه کمپین‌ها، کانال‌ها، خدمات و فضاهای تعاملی، به بازنمایی مسئولانه آیین‌ها، سنت‌ها و روایت‌های فرهنگی ایران کمک کنند.

با وجود این، نگاه به رسانه‌های اجتماعی نباید دچار خوش‌بینی فناورانه شود. برخی نقدهای معاصر بر جهانی‌شدن رسانه‌ای نشان می‌دهد که شیفتگی به فناوری، اگر با تحلیل قدرت، فرهنگ، نابرابری و سلطه پلتفرمی همراه نباشد، می‌تواند پیامدهای فرهنگی رسانه‌های جهانی را ساده‌سازی کند (Coker, 2023). همچنین، تفاوت‌های فرهنگی و زمینه‌ای در استفاده از شبکه‌های اجتماعی اهمیت دارند؛ برای نمونه، انگیزه‌های استفاده از

شبکه‌های اجتماعی و الگوهای مصرف مسئله‌مند آن در میان دانشجویان، تحت تأثیر پایداری و تغییر فرهنگی قرار دارد (Ndasauka, 2024). مطالعات مربوط به نوجوانان در جنوب جهانی نیز تأکید می‌کنند که رابطه رسانه‌های اجتماعی و بهزیستی را نمی‌توان صرفاً با مدل‌های برگرفته از جوامع غربی توضیح داد، زیرا شرایط فرهنگی، اقتصادی، خانوادگی و آموزشی در این جوامع متفاوت است (Ghai et al., 2022). این یافته‌ها برای ایران نیز اهمیت دارد؛ زیرا پیام‌رسان داخلی تنها زمانی می‌تواند به توسعه سواد فرهنگی کمک کند که با بافت بومی، تنوع زبانی، ارزش‌های اجتماعی، نگرانی‌های خانواده‌ها، نیازهای کودکان و نوجوانان و الگوهای واقعی مصرف رسانه‌ای کاربران ایرانی همخوان باشد.

در این میان، کودکان و نوجوانان به‌عنوان گروهی حساس و اثرپذیر، جایگاه ویژه‌ای در سیاست‌گذاری محتوایی دارند. پژوهش‌های جدید درباره سواد رسانه‌ای والدین و اعتیاد کودکان به رسانه‌های دیجیتال نشان می‌دهد که دانش، نگرش و توان نظارتی والدین در استفاده سالم کودکان از رسانه‌های دیجیتال نقش مهمی دارد (Okela et al., 2025). از این رو، پیام‌رسان‌های داخلی باید علاوه بر توجه به کاربران بزرگسال، سازوکارهایی برای محتوای مناسب کودکان، حمایت از والدین، آموزش سواد رسانه‌ای و فرهنگی خانواده‌ها و نظارت هوشمند بر محتوای کودکان طراحی کنند. این امر به‌ویژه در پلتفرم‌های بومی اهمیت دارد، زیرا انتظار اجتماعی از این پلتفرم‌ها صرفاً ارائه خدمات ارتباطی نیست، بلکه ایفای نقش فرهنگی، تربیتی و حمایتی نیز هست. در این چارچوب، تولید محتوای فرهنگی سالم، مسئولانه، بومی و مناسب گروه‌های سنی مختلف، نه یک فعالیت جانبی، بلکه یکی از ارکان اصلی نظام‌مندسازی محتوا محسوب می‌شود.

از سوی دیگر، ظرفیت‌های فناورانه و تحلیلی رسانه‌های اجتماعی می‌تواند در خدمت نظام‌مندسازی محتوا قرار گیرند. استفاده از تصاویر رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان داده در پژوهش‌های علوم اجتماعی نشان داده است که محتوای تصویری می‌تواند حامل معانی فرهنگی، اجتماعی و عاطفی مهمی باشد و تحلیل آن به فهم بهتر رفتار کاربران کمک کند (Chen et al., 2023). همچنین، روش‌های استخراج داده و تحلیل رسانه‌های اجتماعی در حوزه‌هایی مانند ارتباطات مسئولیت اجتماعی سازمانی، امکان شناخت الگوهای تعامل، مضامین غالب و شیوه‌های بازنمایی پیام‌ها را فراهم می‌کند (Pilgrim et al., 2023). در حوزه نوآوری باز نیز داده‌کاوی رسانه‌های اجتماعی می‌تواند مرزهای مشارکت کاربران، تولید ایده و تعامل میان سازمان‌ها و مخاطبان را گسترش دهد (Saura et al., 2023). بنابراین، پیام‌رسان‌های داخلی می‌توانند با بهره‌گیری از ابزارهای تحلیلی، نظام پیشنهاددهی، شاخص‌های کیفیت محتوا، بازخورد کاربران و ارزیابی هوشمند، فرایند نظام‌مندسازی محتوا را از حالت واکنشی و موردی به فرایندی داده‌محور و یادگیرنده تبدیل کنند.

ابعاد اقتصادی، فرهنگی و توسعه‌ای پلتفرم‌ها نیز در این بحث نباید نادیده گرفته شود. رسانه‌های اجتماعی می‌توانند سبک زندگی سلامت‌محور و تغییر رفتار را ترویج کنند و از طریق تولید محتوای آموزشی و انگیزشی، کاربران را به انتخاب‌های آگاهانه‌تر سوق دهند (Pourarian et al., 2025). در حوزه تبلیغات و تعامل کاربران نیز، به‌کارگیری راهبردهایی مانند گیمیفیکیشن در پیام‌رسان‌های داخلی می‌تواند اثربخشی ارتباطات

تبلیغاتی و قصد خرید کاربران را تحت تأثیر قرار دهد، مشروط بر آنکه این ابزارها در چارچوب اخلاقی و فرهنگی مناسب استفاده شوند (Abharzanjani et al., 2025). همچنین، تجربه توسعه فناوری‌های دیجیتال در بخش‌هایی مانند گردشگری نشان می‌دهد که پلتفرم‌های دیجیتال می‌توانند با سازماندهی داده‌ها، خدمات و محتوا، زمینه توسعه اقتصادی و فرهنگی را تقویت کنند (Hryhorchuk, 2022). در سطحی وسیع‌تر، مدیریت فرهنگ و صنایع خلاق نیز از فرهنگ ارتباطی و شیوه‌های تعامل رسانه‌ای تأثیر می‌پذیرد و پیام‌رسان‌های بومی می‌توانند به بستری برای حمایت از تولیدکنندگان فرهنگی، هنرمندان، نهادهای آموزشی و صنایع خلاق تبدیل شوند (Mazurkevych et al., 2023). بنابراین، نظام‌مندسازی محتوای پیام‌رسان به می‌تواند همزمان دارای پیامدهای فرهنگی، آموزشی، اجتماعی و اقتصادی باشد.

توجه به میراث فرهنگی، تنوع زبانی و حافظه تاریخی نیز یکی از مؤلفه‌های مهم سواد فرهنگی در فضای دیجیتال است. فرهنگ‌های کلاسیک و میراث تاریخی جوامع نشان می‌دهند که هویت فرهنگی بر لایه‌هایی پیچیده از زبان، آیین، هنر، تاریخ و روایت‌های جمعی استوار است (Miksic, 2023). در کشوری مانند ایران که از تنوع قومی، زبانی، مذهبی و منطقه‌ای برخوردار است، پیام‌رسان داخلی می‌تواند یا به بازتولید مرکزگرایی فرهنگی و حذف صداهای حاشیه‌ای منجر شود، یا با سیاست محتوایی هوشمندانه، بستری برای بازنمایی عادلانه تنوع فرهنگی فراهم آورد. این مسئله از منظر اجتماعی نیز مهم است؛ زیرا رضایت از زندگی و تجربه زیسته کاربران در ارتباط با رسانه‌های اجتماعی می‌تواند بر اساس سن، نیازهای ارتباطی، تجربه تنهایی، دسترسی به شبکه‌های حمایتی و نوع تعاملات آنلاین متفاوت باشد (Sala et al., 2023). همچنین، چشم‌اندازهای کلان بازسازی اجتماعی و اقتصادی در ایران نشان می‌دهد که توسعه پایدار نیازمند تقویت سرمایه انسانی، اعتماد اجتماعی، ظرفیت نهادی و بازآفرینی فرهنگی است (Amirahmadi, 2023). از این رو، پیام‌رسان‌های داخلی می‌توانند بخشی از پروژه گسترده‌تر بازسازی فرهنگی و اجتماعی در زیست‌جهان دیجیتال باشند، به شرط آنکه بر مشارکت، اعتماد، تنوع و کیفیت محتوا تأکید کنند.

بر پایه مباحث پیش گفته، می‌توان گفت شکاف اصلی در ادبیات موجود آن است که بسیاری از مطالعات یا بر پیامدهای کلی رسانه‌های اجتماعی تمرکز کرده‌اند، یا به چالش‌های سیاست‌گذاری و حکمرانی فضای مجازی پرداخته‌اند، اما کمتر پژوهشی به صورت مشخص پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوای پیام‌رسان‌های داخلی را با تأکید بر توسعه سواد فرهنگی و در قالب یک مطالعه کیفی بومی بررسی کرده است. در حالی که پیام‌رسان‌هایی مانند به از یک‌سو با چالش‌هایی چون اعتماد کاربران، کیفیت محتوا، رقابت با پلتفرم‌های خارجی، دغدغه‌های حریم خصوصی، ضعف محتوای کودکان، خطر اطلاعات نادرست و نیاز به جذابیت محتوایی مواجه‌اند، از سوی دیگر ظرفیت‌هایی مانند همکاری با نهادهای فرهنگی و آموزشی، تولید محتوای بومی، آموزش آنلاین، تشکیل انجمن‌های کاربری، استفاده از قالب‌های چندرسانه‌ای، حفظ تنوع زبانی و ایجاد تعامل بین فرهنگی را در اختیار دارند. بنابراین، تمرکز بر تسهیلگران و ظرفیت‌ها می‌تواند مسیر پژوهش را از صرفاً آسیب‌شناسی به سمت طراحی الگوی

عملیاتی، توانمندسازی و فرهنگ‌محور سوق دهد. هدف پژوهش حاضر شناسایی و تبیین پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوای پیام‌رسان به با تأکید بر توسعه سواد فرهنگی کاربران است.

روش‌شناسی

این پژوهش در چارچوب پارادایم تفسیری-ساخت‌گرا^۱ طراحی و اجرا گردید. انتخاب این پارادایم ریشه در ماهیت پژوهش حاضر دارد که به دنبال درک عمیق و چندوجهی پدیده‌های انسانی و اجتماعی (یعنی پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوا و ارتباط دیالکتیکی آن با سواد فرهنگی) از طریق تجارب، بینش‌ها و بازنمایی‌های ذهنی صاحب‌نظران است. در این دیدگاه، واقعیت اجتماعی نه عینی و از پیش تعیین‌شده، بلکه ساخت‌یافته توسط عاملان انسانی در بسترهای فرهنگی و تاریخی خاص تلقی می‌شود. هدف، دستیابی به یک درک غنی و زمینه‌مند از چگونگی ادراک و تفسیر تسهیلگرهای نظام‌مندسازی محتوا توسط ذی‌نفعان کلیدی است، نه کشف قوانین کلی قابل تعمیم. بر این اساس، رویکرد کیفی^۲ به‌عنوان مناسب‌ترین راهبرد برای پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش انتخاب گردید. این رویکرد امکان کاوش عمیق، انعطاف‌پذیری در مواجهه با پیچیدگی‌ها و ثبت جزئیات غنی از تجارب و دیدگاه‌های مشارکت‌کنندگان را فراهم می‌آورد. (دنزی و لینکلن، ۲۰۱۸) تحلیل تماتیک^۳ به‌عنوان طرح اصلی و روش تحلیل داده‌ها در این پژوهش به کار گرفته شد. این روش که توسط برون و کلارک (۲۰۰۶) به‌صورت نظام‌مند تبیین شده، یک روش انعطاف‌پذیر و مستقل از نظریه برای شناسایی، تحلیل و گزارش الگوها (تم‌ها) درون داده‌های کیفی است. انتخاب تحلیل تماتیک برای این پژوهش به دلایل زیر صورت گرفت:

- انطباق با هدف پژوهش: این روش به‌طور خاص برای شناسایی و تحلیل پتانسیل‌ها و تسهیلگران (به‌عنوان الگوها و مفاهیم کلیدی) در داده‌های پیچیده مصاحبه‌ها مناسب است و امکان طبقه‌بندی نظام‌مند آنها را فراهم می‌کند.
- ظرفیت برای غنای توصیفی: تحلیل تماتیک امکان ثبت و تحلیل طیف وسیعی از تجارب و بینش‌ها را فراهم می‌کند که برای درک چندبعدی تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوای فرهنگی ضروری است.
- شفافیت و قابلیت ردیابی: فرآیند گام‌به‌گام تحلیل تماتیک (از آشنایی با داده‌ها تا تولید گزارش) شفافیت بالایی دارد و امکان ردیابی مسیر تحلیل از داده‌های خام تا تم‌های نهایی^۴ را فراهم می‌نماید.

^۱ Interpretivist-Constructivist

^۲ Qualitative

^۳ TA

• پتانسیل برای تولید دانش نوین: این روش با تمرکز بر شناسایی الگوهای ضمنی و صریح، ظرفیت لازم برای کشف و تبیین چارچوب‌ها و مفاهیم جدید (مانند مجموعه یکپارچه ده تسهیلگر شناسایی شده در این پژوهش) را داراست.

فرآیند تحلیل تماتیک در این پژوهش به صورت شش مرحله‌ای برون و کلارک (۲۰۰۶) اجرا گردید: (۱) آشنایی با داده‌ها، (۲) تولید کدهای اولیه، (۳) جستجو برای تم‌ها، (۴) بازبینی تم‌ها، (۵) تعریف و نام‌گذاری تم‌ها، (۶) تولید گزارش. این فرآیند به صورت تکرارشونده^۱ و با حرکت دائمی بین کل و جزء (داده‌های خام، کدها، تم‌های بالقوه و نهایی) انجام پذیرفت.

جامعه مشارکت کنندگان این پژوهش را تمامی صاحب‌نظران، متخصصان و تصمیم‌گیران کلیدی در حوزه‌های مرتبط با نظام‌مندسازی محتوای پیام‌رسان‌ها و توسعه سواد فرهنگی در ایران تشکیل می‌دادند. این حوزه‌ها شامل: فرهنگ و هنر، علوم ارتباطات و مطالعات رسانه، حقوق (به‌ویژه حقوق فضای مجازی و مالکیت فکری)، مدیریت فرهنگی، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی اجتماعی بود. با توجه به ماهیت کیفی و اهداف اکتشافی پژوهش، از روش نمونه‌گیری هدفمند برای انتخاب مشارکت کنندگان استفاده گردید. این روش به طور فعالانه به دنبال افرادی است که دارای تجربه، تخصص و بینش غنی در مورد موضوع پژوهش بوده و بتوانند اطلاعات عمیق و مرتبط را ارائه دهند. (پتون، ۲۰۱۵) معیارهای اصلی برای انتخاب مشارکت کنندگان عبارت بودند از:

- دارای سابقه پژوهشی، آموزشی یا اجرایی مرتبط با حوزه‌های فرهنگی، رسانه‌ای یا فضای مجازی.
 - دارای تألیفات، سخنرانی‌ها یا فعالیت‌های شناخته شده در زمینه محتوای دیجیتال، سواد فرهنگی یا حکمرانی فضای مجازی.
 - آگاهی و دسترسی به چالش‌ها و پتانسیل‌های پیام‌رسان‌های داخلی (به‌ویژه «بله»).
 - تمایل و توانایی برای مشارکت در مصاحبه‌های عمیق و ارائه بینش‌های تحلیلی.
- نمونه‌گیری^۲ به صورت هدفمند و به روش گلوله برفی و بر اساس اصل اشباع نظری^۳ تعیین شد. اشباع نظری زمانی رخ می‌دهد که جمع‌آوری داده‌های جدید هیچ‌کد یا تم جدیدی را به تحلیل اضافه نکند و تحلیلگر به درک عمیق و پایداری از پدیده مورد مطالعه دست یافته باشد. (گلاسر و استراوس، ۲۰۱۷) در این پژوهش، اشباع نظری پس از انجام مصاحبه با ۱۴ نفر از صاحب‌نظران به دست آمد و برای اطمینان بیشتر تا ۱۶ نفر ادامه یافت. ترکیب نمونه نهایی از نظر تخصص (فرهنگ، ارتباطات، حقوق، جامعه‌شناسی، رسانه) و سازمان مبدأ (آکادمی، نهادهای فرهنگی دولتی، رسانه‌ها، بخش خصوصی) متنوع بود تا امکان مقایسه و تضاد بین دیدگاه‌های مختلف و در نتیجه، غنای تحلیل فراهم آید.

گردآوری داده‌ها: مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته

¹ Iterative

² Sample Size

³ Theoretical Saturation

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش، مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته^۱ بود. انتخاب این روش به دلایل زیر صورت گرفت:

- عمق و غنای اطلاعاتی: مصاحبه عمیق امکان کاوش در تجربیات، باورها، ادراکات و تفسیرهای عمیق مشارکت‌کنندگان در مورد پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوا را فراهم می‌کند که از طریق روش‌های کم‌عمق‌تر (مانند پرسشنامه) قابل دستیابی نیست.
 - انعطاف‌پذیری: ماهیت نیمه‌ساختاریافته به مصاحبه‌گر اجازه می‌دهد ضمن داشتن راهنمای مصاحبه^۲ حاوی سوالات کلیدی و زمینه‌ساز، بر اساس پاسخ‌های مشارکت‌کننده، سوالات توضیحی، دنباله‌دار و اکتشافی مطرح نماید. این انعطاف برای کشف مفاهیم غیرمنتظره و غنی‌سازی داده‌ها ضروری است.
 - تمرکز بر سوژه: این روش به‌طور خاص برای مطالعه پدیده‌هایی مناسب است که دیدگاه‌ها و تجارب ذهنی افراد محور اصلی آن را تشکیل می‌دهد، همانند پژوهش حاضر.
- راهنمای مصاحبه پیش از شروع مطالعه اصلی، با مطالعه ادبیات و مشورت با چند متخصص، طراحی و در یک مطالعه پیش‌آزمون با ۲ مشارکت‌کننده (که در نمونه نهایی گنجانده نشدند) آزمایش و اصلاح گردید. راهنمای نهایی شامل سوالات اصلی و باز در محورهای زیر بود:
- تجربه و تخصص مشارکت‌کننده در حوزه فرهنگ و فضای مجازی.
 - درک مشارکت‌کننده از مفاهیم کلیدی (نظام‌مندسازی محتوای فرهنگی، سواد فرهنگی).
 - برداشت مشارکت‌کننده از ویژگی‌ها و نقش‌های پیام‌رسان «بله» (به‌عنوان مطالعه موردی).
 - شناسایی پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوا در پیام‌رسان‌های داخلی (تم محوری پژوهش). سوالاتی مانند: "به نظر شما چه عوامل یا مکانیسم‌هایی می‌توانند در پیام‌رسانی مانند «بله» به نظم‌بخشی به محتوای فرهنگی و ارتقای سواد فرهنگی کاربران کمک کنند؟ لطفاً با ذکر مثال توضیح دهید."
 - ارزیابی چالش‌ها و موانع مرتبط (برای ایجاد زمینه و تضاد).
 - پیشنهادات مشارکت‌کننده برای بهبود وضعیت.

تمامی مصاحبه‌ها پس از کسب رضایت‌نامه آگاهانه^۳ کتبی از مشارکت‌کنندگان و تضمین محرمانگی^۴ و ناشناس ماندن داده‌ها^۵ با استفاده از کدهایی مانند (م/۱۴م/۱۶م و...) در مکان و زمان انتخاب‌شده توسط مشارکت‌کنندگان و به‌صورت چهره‌به‌چهره آنلاین و تلفنی انجام شد. مدت زمان هر

¹ In-depth Semi-structured Interviews

² Interview Guide

³ Informed Consent

⁴ Confidentiality

⁵ Anonymity

مصاحبه بین ۴۵ تا ۹۰ دقیقه بود. تمامی مصاحبه‌ها با رضایت مشارکت‌کنندگان ضبط صوتی گردید و بلافاصله پس از هر جلسه، یادداشت‌های میدانی^۱ شامل مشاهدات، احساسات و نقاط کلیدی مصاحبه توسط مصاحبه‌گر ثبت شد.

تحلیل داده‌ها: کدگذاری چندمرحله‌ای^۲

تحلیل داده‌ها به صورت تکرارشونده و سیستمی و در دو مرحله اصلی (آماده‌سازی و تحلیل اصلی) انجام پذیرفت سپس تمامی فایل‌های صوتی مصاحبه‌ها به صورت کلمه به کلمه^۳ و با حفظ ویژگی‌های زبانی (مانند مکث‌ها، تأکیدها، خنده) به متن تبدیل شدند. هر متن رونویسی با کد مربوط به مشارکت‌کننده (م ۱ تا م ۱۶) شناسایی گردید. محقق اصلی به طور مکرر متن‌های رونویسی شده را به دقت مطالعه کرد و یادداشت‌های اولیه در حاشیه ثبت نمود. این مرحله برای غوطه‌ور شدن^۴ در داده‌ها و شکل‌دهی به درک اولیه از محتوا ضروری بود. فرآیند تحلیل بر اساس روش کدگذاری سه مرحله‌ای در تحلیل داده‌های مبنایی و با الهام از تحلیل تماتیک برون و کلارک (۲۰۰۶) طراحی شد، اما با تأکید ویژه بر شناسایی ده تسهیلگر محوری، کدگذاری باز^۵ در این مرحله، محقق به طور خط به خط متن‌های رونویسی شده را مطالعه کرد و کدهای توصیفی و مفهومی اولیه را به بخش‌های معنادار متن (یک جمله، بخشی از یک جمله یا چند پاراگراف) نسبت داد. این کدها تا حد امکان نزدیک به زبان مشارکت‌کنندگان و در عین حال تحلیلی بودند. مثال: "تولید محتوای فرهنگی با کیفیت توسط خود کاربران"، "استفاده از پاداش‌های تشویقی برای محتوای سازنده"، "همکاری پیام‌رسان با نهادهایی مانند کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان"، "الگوریتم‌هایی که محتوای چندرسانه‌ای آموزشی را اولویت‌بندی می‌کنند"

کدگذاری محوری^۶: کدهای باز تولید شده در مرحله قبل بر اساس شباهت‌ها، تفاوت‌ها و روابط مفهومی دسته‌بندی شدند. این دسته‌بندی به صورت مقایسه‌ای مداوم بین کدها و با مراجعه مستمر به داده‌های خام انجام گرفت. هدف، شکل‌دهی به مقولات یا تم‌های بالقوه و مشخص کردن روابط بین آنها (مانند شرایط علی، زمینه‌ها، راهبردها، پیامدها) بود. در این مرحله، الگوهای اولیه مربوط به ده تسهیلگر (مانند "شاخص‌های آگاهی و اصالت فرهنگی"، "سلامت زبانی و رسانه‌ای"، "همکاری با نهادهای فرهنگی-آموزشی") شروع به شکل‌گیری کردند.

کدگذاری انتخابی^۷: در این مرحله، تم‌های بالقوه شناسایی شده در کدگذاری محوری بازبینی، اصلاح و نهایی شدند. تمرکز بر یکپارچه‌سازی^۸ کردن تم‌ها و تعیین روابط حاکم بر آنها بود. ده تسهیلگر نهایی به عنوان تم‌های محوری و فراگیر شناسایی و تعریف شدند. برای هر تسهیلگر،

¹ Field Notes

^۲ همزمان به صورت دستی و با استفاده از نرم افزار MAXQDA

³ Verbatim

⁴ Immersion

⁵ Open Coding

⁶ Axial Coding

⁷ Selective Coding

⁸ refine

ویژگی‌های کلیدی، مکانیسم‌های اثرگذاری و نمونه‌های عینی از داده‌ها استخراج گردید. روابط بین این ده تسهیلگر و همچنین ارتباط آنها با مفهوم محوری سواد فرهنگی به صورت یک شبکه مفهومی ترسیم شد. نرم‌افزار MAXQDA (نسخه ۲۰۲۲) به عنوان ابزار کمکی قدرتمند در مراحل کدگذاری باز و محوری به کار رفت. برای افزایش قابلیت اطمینان^۱ یا اعتبار^۲ نتایج این پژوهش کیفی، از راهبردهای متعددی که در ادبیات روش‌شناسی کیفی توصیه شده‌اند (لینکلن و گوبا، ۱۹۸۵؛ دنزی و لینکلن، ۲۰۱۸؛ نور، ۲۰۲۲) استفاده گردید. این راهبردها به طور سیستماتیک در طول فرآیند پژوهش به کار گرفته شدند. خلاصه‌ای از تم‌های اولیه و تحلیل اولیه (به‌ویژه شناسایی ده تسهیلگر) به صورت کتبی یا در یک جلسه کوتاه مجدد برای تعدادی از مشارکت‌کنندگان (۴ نفر) ارسال یا ارائه شد. بررسی اینکه آیا تحلیل محقق، تجربیات و دیدگاه‌های اصلی آنان را به درستی بازتاب می‌دهد یا خیر. مشارکت‌کنندگان فرصت داشتند تا اصلاحات، توضیحات یا تکمیل‌های لازم را ارائه دهند. بازخوردهای دریافتی عمدتاً تأییدکننده تحلیل بود. در موارد معدود، پیشنهاداتی برای شفاف‌سازی برخی مفاهیم ارائه شد که در تحلیل نهایی اعمال گردید. این مرحله به اعتبار توصیفی^۳ و تفسیری^۴ یافته‌ها کمک شایانی نمود. همچنین یک همکار پژوهشگر^۵ با تخصص در حوزه علوم اجتماعی و روش‌شناسی کیفی (و مستقل از تیم پژوهش اصلی) در مراحل مختلف تحلیل (به‌ویژه پس از کدگذاری محوری و در مرحله کدگذاری انتخابی) درگیر شد و به عنوان "دیوار آینه انتقادی"^۶ عمل کرد. محقق اصلی فرآیند تحلیل، کدها، تم‌های بالقوه و استدلال‌های خود را با او به اشتراک گذاشت. همکار به طور فعال سوالات چالشی برانگیز مطرح کرد، فرضیات ضمنی را به چالش کشید، تناقض‌های احتمالی در داده‌ها یا تحلیل را شناسایی کرد و منابع جایگزین تفسیر را پیشنهاد داد. این گفتگوها منجر به بازنگری در برخی کدها، تقویت استدلال‌ها و افزایش دقت در تعریف تم‌های نهایی (ده تسهیلگر) گردید. برای سنجش میزان توافق بین کدگذارهای مختلف، یک نمونه فرعی از داده‌ها (حدود ۲۰٪ از متن رونویسی شده مصاحبه‌ها، شامل بخش‌های مرتبط با تسهیلگران) به صورت مستقل توسط دو کدگذار (محقق اصلی و یک کدگذار دوم آموزش دیده) بر اساس فهرست کدهای نهایی حاصل از کدگذاری محوری، کدگذاری شد. برای اندازه‌گیری کمی توافق، از ضریب کاپای کوهن^۷ استفاده گردید. ضریب کاپای کوهن محاسبه شده ۰.۸۲ به دست آمد. بر اساس معیارهای رایج (لاندریس و کخ، ۱۹۷۷)، این مقدار نشان‌دهنده توافق بسیار بالا بین دو کدگذار است. این نتیجه، پایایی^۸ فرآیند کدگذاری و قابلیت اطمینان در شناسایی و طبقه‌بندی تسهیلگرها را به طور قوی تأیید می‌کند. نشان می‌دهد که کدها و تم‌های شناسایی شده صرفاً تفسیرهای شخصی یک محقق نیستند، بلکه تا حد زیادی در داده‌ها ریشه دارند و توسط کدگذاران مختلف قابل تشخیص هستند.

¹ Trustworthiness

² Credibility

³ Descriptive Validity

⁴ Interpretive Validity

⁵ Peer Researcher

⁶ Critical Friend)

⁷ Cohen's Kappa

⁸ Reliability

در گزارش نهایی (مقاله)، از نقل قول‌های مستقیم غنی و زمینه‌مند از مشارکت‌کنندگان برای نمونه‌برداری از تم‌ها و تسهیلگران استفاده شده است تا خواننده بتواند مسیر تحلیل را تا حد امکان دنبال کرده و درک بهتری از ماهیت و متن هر تسهیلگر به دست آورد. این کار به قابلیت انتقال^۱ یافته‌ها کمک می‌کند. در نتیجه اطمینان حاصل شد که تمامی مراحل پژوهش (از پارادایم و طرح پژوهش تا گردآوری، تحلیل و اعتبارسنجی داده‌ها) منطقاً با یکدیگر مرتبط بوده و پاسخگوی اهداف پژوهش هستند. انتخاب تحلیل تماتیک برای شناسایی تسهیلگرها، استفاده از مصاحبه عمیق برای دستیابی به بینش‌ها و به کارگیری راهبردهای اعتبارسنجی مذکور، همگی در راستای هدف اصلی پژوهش قرار دارند.

یافته‌ها

در این مرحله، کدهای اولیه بر اساس شباهت‌های مفهومی، ساختاری و محتوایی گروه‌بندی شدند و بر اساس تحلیل تماتیک داده‌های کیفی، «پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوا» به عنوان یکی از محورهای اصلی الگوی پیشنهادی شناسایی در نظام‌مند سازی محتوای پیام رسان‌های داخلی با تأکید بر رویکرد توسعه سواد فرهنگی بر ظرفیت‌های ذاتی پیام‌رسان‌ها و ابزارهای موجود برای مدیریت محتوای فرهنگی با تأکید بر توسعه سواد فرهنگی تمرکز دارد. یافته‌ها نشان می‌دهد که به‌با بهره‌گیری از تسهیلگرهای ساختاری، فرهنگی و فناورانه می‌تواند به بستری مؤثر برای تولید محتوای مسئولانه و ارتقای آگاهی کاربران تبدیل شود. در ادامه، زیرمقوله‌های این تم به تفصیل ارائه می‌شوند:

جدول ۱. ادغام کدهای اولیه و کشف زیر مقوله‌ها

ردیف	کدهای اولیه مصاحبه‌ها و نام آن‌ها	شماره مصاحبه‌ها	نام کد جدید (زیر مقوله‌ها)	نقل قول‌های ادغام‌شده
۱	ردیف ۱۶: شاخص آگاهی از تنوع فرهنگی; ردیف ۱۶۰: شاخص تنوع‌پذیری فرهنگی; ردیف ۱۷: شاخص اصالت فرهنگی; ۱۵۹: شاخص انسجام هویتی	۱/م, ۲/م, ۳/م, ۴/م, ۵/م, ۶/م, ۸/م, ۹/م, ۱۱/م, ۱۲/م, ۱۳/م, ۱۵/م	شاخص‌های آگاهی، تنوع و اصالت فرهنگی	شاخص آگاهی از تنوع فرهنگی برای ارزیابی محتوای پلتفرم‌ها ضروریه. (۱/م) تنوع‌پذیری فرهنگی به عنوان یک شاخص، می‌تواند به تولید محتوای فراگیر کمک کند. (۲/م) اصالت فرهنگی در محتوا باعث تقویت هویت ملی می‌شود. (۳/م) شاخص انسجام هویتی برای اطمینان از همخوانی محتوا با ارزش‌های بومی مهم است. (۴/م) تنوع فرهنگی در محتوا باعث می‌شود کاربران از گروه‌های مختلف احساس تعلق کنند. (۵/م) آگاهی از تنوع فرهنگی به تولید محتوای فراگیر و کاهش تعصب کمک می‌کند. (۶/م) اصالت فرهنگی در محتوا باعث می‌شود کاربران به پلتفرم اعتماد کنند. (۸/م) شاخص‌های تنوع و اصالت فرهنگی باید در طراحی الگوریتم‌های محتوایی لحاظ شوند. (۹/م) آگاهی از تنوع فرهنگی و انسجام هویتی، به بهبود کیفیت محتوا کمک می‌کند. (۱۱/م) محتوایی که تنوع فرهنگی رو نشون بده و اصالت داشته باشه، کاربرا رو جذب می‌کنه. (۱۲/م) شاخص‌های تنوع و اصالت فرهنگی باعث می‌شن محتوا با فرهنگ ما همخوانی داشته باشه. (۱۳/م) تنوع فرهنگی و اصالت محتوا باعث می‌شه کاربرا حس بهتری به پلتفرم داشته باشن. (۱۵/م)
۲	ردیف ۱۹: شاخص سلامت زبانی; ردیف ۱۶۲: شاخص زبان رسانه‌ای سالم	۱/م, ۴/م, ۹/م, ۱۱/م, ۱۲/م, ۱۳/م	شاخص سلامت زبانی و رسانه‌ای	سلامت زبانی به عنوان یک شاخص، برای اطمینان از استفاده صحیح از زبان در محتوا مهم است. (۱/م) زبان رسانه‌ای سالم باعث می‌شود محتوا برای همه گروه‌ها قابل قبول باشد. (۴/م) شاخص سلامت زبانی به کاهش محتوای توهین‌آمیز یا نامناسب کمک می‌کند. (۹/م) استفاده از زبان سالم در محتوا باعث افزایش اعتماد کاربران می‌شود. (۱۱/م) زبانی که تو کانال‌ها

¹ Transferability

استفاده می‌شود، باید سالم و محترمانه باشد تا کاربر حس خوبی داشته باشد. (۱۲/م) سلامت
زبانی باعث می‌شود محتوا با فرهنگ ما سازگارتر باشد. (۱۳/م)

۳	ردیف ۳۵: تولید محتوا؛ ۱۰/م، ۱۱/م، حمایت و تشویق به تولید محتوای مثبت و فرهنگی؛ ردیف ۱۱۸: جوایز و امتیازات برای تولید محتوا؛ ردیف ۱۸۵: حمایت از تولید محتوای فرهنگی سالم؛ ردیف ۲۱۵: حمایت از تولیدکنندگان محتوای بومی؛ ردیف ۷۴: محتوا با مسئولیت اجتماعی؛ ردیف ۲۰۴: تولید محتوا با مسئولیت اجتماعی بالا؛ ردیف ۷۶: تشویق به محتوای بومی و متعهد؛ ردیف ۲۰۶: تشویق به تولید محتوای بومی و متعهد؛ ردیف ۴۹: مناسب کودکان و نوجوانان؛ ردیف ۱۴۰: کمبود محتوای مناسب کودکان و نوجوانان؛ ردیف ۱۴۱: بخش‌های ویژه کودکان و نوجوانان؛ ردیف ۱۴۲: نظارت کارشناسان بر محتوای کودکان؛ ردیف ۱۴۳: فقدان مشوق برای محتوای کودکان؛ ردیف ۱۴۴: جشنواره‌های محتوای کودکان	تولید محتوای مثبت و فرهنگی باید در به تشویق شود. (۱۰/م) جوایز و امتیازات می‌تواند تولیدکنندگان محتوای فرهنگی را ترغیب کنند. (۱۱/م) حمایت از تولید محتوای سالم و بومی باعث افزایش کیفیت محتوا می‌شود. (۱۲/م) تشویق به تولید محتوای بومی و متعهد می‌تواند هویت فرهنگی را تقویت کند. (۱۵/م) تولید محتوا با مسئولیت اجتماعی بالا به اعتماد کاربران کمک می‌کند. (۱۰/م) به باید از تولیدکنندگان محتوای فرهنگی حمایت مالی و معنوی کند. (۱۱/م) محتوای بومی و مسئولانه باید با مشوق‌هایی مثل جوایز تقویت شود. (۱۲/م) حمایت از محتوای فرهنگی باعث می‌شود کاربر به پلتفرم حس بهتری داشته باشد. (۱۵/م) محتوای مناسب برای کودکان و نوجوانان در به خیلی کم است و باید بیشتر شود. (۳/م) به باید بخش‌های ویژه‌ای برای کودکان و نوجوانان داشته باشد. (۴/م) نظارت کارشناسان بر محتوای کودکان ضروری است تا محتوای نامناسب به آن‌ها نرسد. (۶/م) فقدان مشوق برای تولید محتوای کودکان باعث کاهش محتوای باکیفیت برای این گروه شده است. (۶/م) جشنواره‌های محتوای کودکان می‌تواند تولیدکنندگان را تشویق کنند. (۷/م) به باید محتوای مناسب بچه‌ها و نوجوانان را بیشتر کند و روش نظارت داشته باشد. (۶/م) جشنواره‌های محتوای کودکان می‌تواند انگیزه تولید محتوا را بالا ببرد. (۷/م)
---	---	--

۴	ردیف ۳۶: همکاری با نهادهای فرهنگی؛ ردیف ۱۷۲: همکاری با حوزه هنری و فرهنگستان؛ ردیف ۱۸۲: همکاری با همکاری با نهادهای فرهنگی؛ ردیف ۱۷۲: همکاری با حوزه هنری و فرهنگستان؛ ردیف ۱۸۲: همکاری با همکاری با نهادهای فرهنگی؛ ردیف ۱۷۲: همکاری با حوزه هنری و فرهنگستان؛ ردیف ۱۸۲: همکاری با	همکاری با نهادهای فرهنگی و آموزشی می‌تواند محتوای به را غنی‌تر کند. (۲/م) حوزه هنری و فرهنگستان می‌تواند به تولید محتوای فرهنگی در به کمک کنند. (۴/م) همکاری با رسانه‌های معتبر باعث افزایش اعتبار محتوای پلتفرم می‌شود. (۶/م) شرکت‌های فناوری داخلی می‌توانند در بهبود زیرساخت‌های محتوایی به نقش داشته باشند. (۹/م) سازمان‌های مردم‌نهاد می‌توانند در تولید محتوای فرهنگی مشارکت کنند. (۱۰/م) همکاری با نهادهای فرهنگی باعث
---	---	---

۱۸۳:	همکاری با شرکت‌های فناوری داخلی; ردیف ۴۸: همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد; ردیف ۱۳۹: همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد	ردیف‌های معتبر; ردیف ۱۸۳: همکاری با شرکت‌های فناوری داخلی; ردیف ۴۸: همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد; ردیف ۱۳۹: همکاری با سازمان‌های مردم‌نهاد	می‌شه محتوای باکیفیت‌تری تولید بشه. (۲/م) بله باید با رسانه‌های معتبر و سازمان‌های مردم‌نهاد همکاری کنه. (۶/م)
۵	ردیف ۳۹: تعادل بین سرگرمی و آموزش; ردیف ۱۲۰: عدم تعادل بین سرگرمی و آموزش; ردیف ۱۲۱: نیاز به تعادل محتوایی; ردیف ۱۲۲: جذابیت محتوای آموزشی	تعادل و جذابیت محتوای سرگرمی و آموزشی (۶/م) و تعادل بین سرگرمی و آموزش; (۶/م) عدم تعادل بین سرگرمی و آموزش; (۶/م) نیاز به تعادل محتوایی; (۶/م) جذابیت محتوای آموزشی	تعادل بین سرگرمی و آموزشی در بله ضروری است. (۶/م) عدم تعادل بین سرگرمی و آموزش باعث کاهش جذابیت پلتفرم می‌شود. (۶/م) محتوای آموزشی باید جذاب باشد تا کاربران را جذب کند. (۶/م) بله باید محتوایی تولید کنه که هم سرگرم‌کننده باشه و هم آموزشی. (۶/م)
۶	ردیف ۴۰: استفاده از قالب‌های چندرسانه‌ای; ردیف ۱۲۳: استفاده از قالب‌های چندرسانه‌ای	استفاده از قالب‌های چندرسانه‌ای	استفاده از قالب‌های چندرسانه‌ای مثل ویدئو و پادکست می‌تواند محتوای بله را جذاب‌تر کند. (۴/م) قالب‌های چندرسانه‌ای باعث افزایش تعامل کاربران با محتوا می‌شوند. (۶/م) بله باید از ویدئوها و تصاویر بیشتر استفاده کنه تا محتوا جذاب‌تر بشه. (۴/م) قالب‌های چندرسانه‌ای می‌تونن کاربران رو بیشتر به پلتفرم جذب کنن. (۶/م)
۷	ردیف ۴۲: انجمن‌های کاربری برای محتوای فرهنگی; ردیف ۱۲۶: انجمن‌های کاربری برای محتوای فرهنگی	انجمن‌های کاربری فرهنگی	انجمن‌های کاربری برای محتوای فرهنگی می‌توانند به تولید محتوای باکیفیت کمک کنند. (۶/م) ایجاد انجمن‌های کاربری فرهنگی در بله باعث می‌شود کاربران در تولید محتوای فرهنگی مشارکت کنند. (۶/م) انجمن‌های فرهنگی تو بله می‌تونن فضایی برای تبادل ایده‌های فرهنگی باشن. (۶/م)
۸	ردیف ۵۳: تعامل بین فرهنگی در پیام‌رسان‌ها; ردیف ۱۵۳: تعامل بین فرهنگی در پیام‌رسان‌ها	تعامل بین فرهنگی در پیام‌رسان‌ها	تعامل بین فرهنگی در پیام‌رسان‌ها می‌تواند به درک متقابل کمک کند. (۲/م) بله می‌تواند بستری برای تعامل بین فرهنگی و تقویت هویت ملی باشد. (۴/م) تعامل بین فرهنگی در بله باعث می‌شود کاربران از فرهنگ‌های مختلف بیشتر یاد بگیرند. (۶/م) پیام‌رسان‌ها مثل بله می‌توانند تعامل بین فرهنگی را تقویت کنند. (۱۰/م) تعامل بین فرهنگی تو بله می‌تونه به کاربران کمک کنه فرهنگ‌های مختلف رو بهتر بشناسن. (۶/م)
۹	ردیف ۵۶: حفظ تنوع زبانی; ردیف ۱۵۶: حفظ تنوع زبانی	حفظ تنوع زبانی در محتوا	حفظ تنوع زبانی در بله به تقویت فرهنگ‌های محلی کمک می‌کند. (۲/م) بله باید از زبان‌های محلی در محتوا حمایت کند تا تنوع زبانی حفظ شود. (۴/م) تنوع زبانی در محتوا باعث می‌شود کاربران از مناطق مختلف احساس تعلق کنند. (۶/م) حفظ تنوع زبانی در بله می‌تواند به انسجام فرهنگی کمک کند. (۹/م) بله باید از زبان‌های محلی حمایت کنه تا کاربران حس بهتری داشته باشن. (۴/م)
۱۰	ردیف ۵۷: نقش آموزش‌های آنلاین; ردیف ۱۵۷: نقش آموزش‌های آنلاین	نقش آموزش‌های آنلاین در ارتقای فرهنگی	آموزش‌های آنلاین در بله می‌توانند به ارتقای سواد فرهنگی کمک کنند. (۳/م) بله باید دوره‌های آموزشی آنلاین برای سواد فرهنگی و رسانه‌ای داشته باشه. (۶/م) آموزش‌های آنلاین می‌توانند کاربران را برای تولید محتوای بهتر آماده کنند. (۹/م) نقش آموزش‌های آنلاین در بله برای تقویت سواد فرهنگی خیلی مهم است. (۱۰/م) آموزش‌های آنلاین تو بله می‌تونن به کاربران کمک کنن محتوای بهتری تولید کنن. (۶/م)

پس از بررسی وادغام زیرمقوله‌ها، تم اصلی بر اساس مضمون کلی و ارتباط با اهداف پژوهش استخراج گردید. جدول زیر این فرآیند را به صورت دو ستونی نشان می‌دهد.

جدول ۲. ادغام زیر مقوله‌ها و استخراج تم دوم

گروه‌های ادغام‌شده زیرمقوله‌ها (شماره ردیف و نام مقوله)	نقل قول‌های مرتبط
تم ۲: پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوا	شاخص آگاهی از تنوع فرهنگی برای ارزیابی محتوای پلتفرم‌ها ضروری است. (۱/م) سلامت
ردیف‌ها: ۱۲ (شاخص‌های آگاهی، تنوع و اصالت فرهنگی)، ۱۴ (شاخص سلامت زبانی و رسانه‌ای)، ۲۴ (حمایت و تشویق به تولید محتوای فرهنگی، مسئولانه و مناسب کودکان)، ۲۵ (همکاری با نهادهای فرهنگی، آموزشی و رسانه‌ای)، ۲۶ (تعادل و جذابیت محتوای آموزشی و سرگرمی)، ۲۷ (استفاده از قالب‌های چندرسانه‌ای)، ۲۹ (انجمن‌های کاربری فرهنگی)، ۴۰ (تعامل بین فرهنگی در پیام‌رسان‌ها)، ۴۳ (حفظ تنوع زبانی در محتوا)، ۴۴ (نقش آموزش‌های آنلاین در ارتقای سواد فرهنگی)	زبانی به عنوان یک شاخص، برای اطمینان از استفاده صحیح از زبان در محتوا مهم است. (۱/م) تولید محتوای مثبت و فرهنگی باید در به تشویق شود. (۱۰/م) همکاری با نهادهای فرهنگی و آموزشی می‌تواند محتوای به را غنی‌تر کند. (۲/م) تعادل بین محتوای سرگرمی و آموزشی در به ضروری است. (۶/م) استفاده از قالب‌های چندرسانه‌ای مثل ویدئو و پادکست می‌تواند محتوای به را جذاب‌تر کند. (۴/م) انجمن‌های کاربری برای محتوای فرهنگی می‌توانند به تولید محتوای باکیفیت کمک کنند. (۶/م) تعامل بین فرهنگی در به باعث می‌شود کاربران از فرهنگ‌های مختلف بیشتر یاد بگیرند. (۶/م) حفظ تنوع زبانی در به به تقویت فرهنگ‌های محلی کمک می‌کند. (۲/م) آموزش‌های آنلاین در به می‌توانند به ارتقای سواد فرهنگی کمک کنند. (۳/م)



شکل ۱. پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوا

بحث و نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر شناسایی و تبیین پتانسیل‌ها و تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوای پیام‌رسان به با تأکید بر توسعه سواد فرهنگی بود. یافته‌های حاصل از تحلیل تماتیک مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان نشان داد که نظام‌مندسازی محتوای پیام‌رسان‌های داخلی، به‌ویژه در مورد پیام‌رسان به، صرفاً یک مسئله فنی یا نظارتی نیست، بلکه پدیده‌ای چندبعدی، فرهنگی، اجتماعی، آموزشی و فناورانه است. نتایج نشان داد که ده تسهیلگر

اصلی شامل شاخص‌های آگاهی، تنوع و اصالت فرهنگی، سلامت زبانی و رسانه‌ای، حمایت و تشویق تولید محتوای فرهنگی و مسئولانه، همکاری با نهادهای فرهنگی و آموزشی، تعادل میان محتوای آموزشی و سرگرمی، بهره‌گیری از قالب‌های چندرسانه‌ای، انجمن‌های کاربری فرهنگی، تعامل بین فرهنگی، حفظ تنوع زبانی و نقش آموزش‌های آنلاین در ارتقای سواد فرهنگی، می‌توانند زیربنای یک الگوی فرهنگ‌محور برای ساماندهی محتوای پیام‌رسان‌های داخلی باشند. این یافته‌ها نشان می‌دهد که پیام‌رسان‌ها، در صورت برخورداری از سیاست محتوایی هدفمند و مشارکتی، می‌تواند از سطح یک ابزار ارتباطی فراتر رود و به بستری برای بازتولید هویت فرهنگی، تقویت مشارکت اجتماعی و ارتقای سواد فرهنگی کاربران تبدیل شود.

نخستین یافته مهم پژوهش، برجسته شدن شاخص‌های آگاهی، تنوع و اصالت فرهنگی به عنوان یکی از اصلی‌ترین تسهیلگران نظام‌مندسازی محتوا بود. این نتیجه بیانگر آن است که کیفیت محتوای فرهنگی در پیام‌رسان‌های داخلی را نمی‌توان صرفاً بر اساس معیارهای کمی مانند تعداد بازدید، میزان اشتراک‌گذاری یا نرخ تعامل سنجید، بلکه باید شاخص‌هایی مانند پیوند محتوا با ارزش‌های فرهنگی، توجه به تنوع گروه‌های اجتماعی، اصالت روایت‌ها و پرهیز از بازنمایی کلیشه‌ای فرهنگ‌ها نیز در ارزیابی محتوا لحاظ شود. این یافته با مطالعاتی همسو است که بر نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی هویت، بازنمایی فرهنگی و تولید معنا در فضای دیجیتال تأکید کرده‌اند. برای مثال، پژوهش درباره اثرات هویتی رسانه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که پلتفرم‌ها در فرایند ساخت، تثبیت و تغییر هویت‌های فردی و جمعی نقش فعالی دارند (Taylor et al., 2023). همچنین، تحلیل آیین‌های رسانه‌ای در بسترهای مختلف فرهنگی نشان داده است که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند ارزش‌ها، مناسک و روایت‌های فرهنگی را در قالب‌های جدید بازتولید کنند (Hallinan et al., 2023). از این منظر، تأکید مشارکت‌کنندگان بر اصالت فرهنگی و تنوع‌پذیری محتوایی نشان می‌دهد که پیام‌رسان‌ها تنها در صورتی می‌تواند در توسعه سواد فرهنگی نقش‌آفرین باشد که نسبت به تفاوت‌های فرهنگی، زبانی و اجتماعی کاربران حساس باشد و محتوایی تولید یا برجسته کند که با تجربه زیسته کاربران ایرانی پیوند داشته باشد.

دومین یافته پژوهش، اهمیت سلامت زبانی و رسانه‌ای در نظام‌مندسازی محتوا بود. مشارکت‌کنندگان تأکید داشتند که زبان مورد استفاده در کانال‌ها، گروه‌ها و محتواهای عمومی باید محترمانه، سالم، قابل فهم و سازگار با ارزش‌های ارتباطی جامعه باشد. این یافته با پژوهش‌هایی همخوان است که نشان داده‌اند رسانه‌های نوین در زندگی روزمره کاربران، به‌ویژه جوانان، بر هویت، سبک زندگی و الگوهای ارتباطی آنان تأثیر می‌گذارند (Kalantari & Hasani, 2022). همچنین، رابطه استفاده از اینترنت و فعالیت در شبکه‌های اجتماعی با سبک زندگی دانشجویان نشان می‌دهد که فضای رسانه‌ای دیجیتال نه تنها اطلاعات را منتقل می‌کند، بلکه بر شیوه زیست، تعامل و معناپردازی کاربران اثر می‌گذارد (Emamjomezadeh et al., 2023). از این رو، سلامت زبانی و رسانه‌ای را می‌توان پیش‌شرطی برای سلامت فرهنگی پلتفرم دانست. در صورتی که فضای پیام‌رسان‌ها با زبان خشونت‌آمیز، تحقیرآمیز، تبعیض‌آمیز یا غیراخلاقی اشباع شود، حتی وجود محتوای فرهنگی نیز نمی‌تواند

به‌تنهایی موجب توسعه سواد فرهنگی شود. در مقابل، زبان سالم و رسانه‌ای مسئولانه می‌تواند اعتماد کاربران را افزایش دهد و محیطی مناسب برای گفت‌وگو، یادگیری و تعامل فرهنگی فراهم آورد.

یافته دیگر پژوهش نشان داد که حمایت و تشویق تولید محتوای فرهنگی، مسئولانه و مناسب کودکان، از مهم‌ترین ظرفیت‌های پیام‌رسان‌ها برای نظام‌مندسازی محتواست. مشارکت‌کنندگان بر ضرورت ایجاد مشوق‌ها، جشنواره‌ها، حمایت مالی و معنوی از تولیدکنندگان محتوای بومی، و طراحی بخش‌های ویژه برای کودکان و نوجوانان تأکید کردند. این یافته با پژوهش‌هایی همسو است که بر نقش سواد رسانه‌ای والدین و محیط‌های دیجیتال در پیشگیری از آسیب‌های رسانه‌ای کودکان تأکید کرده‌اند (Okela et al., 2025). همچنین، مطالعات مربوط به نوجوانان در جنوب جهانی نشان می‌دهد که اثر رسانه‌های اجتماعی بر بهزیستی نوجوانان به زمینه‌های فرهنگی، خانوادگی و اجتماعی وابسته است و نمی‌توان آن را بدون توجه به بافت محلی تحلیل کرد (Ghai et al., 2022). بنابراین، محتوای کودک و نوجوان در پیام‌رسان‌های داخلی باید نه فقط ایمن، بلکه رشددهنده، بومی، جذاب و متناسب با نیازهای شناختی و فرهنگی این گروه باشد. از سوی دیگر، یافته‌های مربوط به گیمیفیکیشن در پیام‌رسان‌های داخلی نشان می‌دهد که استفاده از نظام پاداش، امتیازدهی و مشوق‌های تعاملی می‌تواند بر اثربخشی پیام و رفتار کاربران اثرگذار باشد (Abharzanjani et al., 2025). بر این اساس، ایجاد نظام تشویقی برای تولیدکنندگان محتوای فرهنگی می‌تواند یکی از راهکارهای عملی برای افزایش کیفیت و تنوع محتوای بلیه باشد.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که همکاری پیام‌رسان‌ها با نهادهای فرهنگی، آموزشی، رسانه‌ای و فناوری می‌تواند یکی از مهم‌ترین تسهیگران نظام‌مندسازی محتوا باشد. این نتیجه با مطالعات حوزه حکمرانی فضای مجازی و سیاست‌گذاری رسانه‌ای در ایران همخوان است. پژوهش‌های مربوط به سیاست جایگزینی پیام‌رسان‌های خارجی با داخلی نشان داده‌اند که یکی از چالش‌های اصلی پیام‌رسان‌های داخلی، ضعف اعتماد عمومی، ناپایداری سیاستی، نبود هماهنگی نهادی و غلبه نگاه فنی بر نگاه فرهنگی است (Askari et al., 2023). همچنین، تحلیل عوامل مؤثر بر بهبود عملکرد حکمرانی فضای مجازی در ایران نشان می‌دهد که موفقیت در این حوزه نیازمند هماهنگی میان نهادهای دولتی، خصوصی، علمی و مدنی است (Ghorbani et al., 2022). یافته حاضر نشان می‌دهد که پیام‌رسان‌ها برای ایفای نقش فرهنگی، نباید به‌صورت منفرد و جزیره‌ای عمل کنند، بلکه باید با آموزش و پرورش، نهادهای فرهنگی، رسانه‌های معتبر، سازمان‌های مردم‌نهاد، تولیدکنندگان مستقل و نهادهای تنظیم‌گر وارد همکاری ساختاریافته شود. این همکاری می‌تواند از یک سو به اعتبار محتوای پلتفرم کمک کند و از سوی دیگر، زمینه تولید محتوای تخصصی، آموزشی، بومی و قابل اعتماد را فراهم سازد.

در ارتباط با تعادل میان محتوای آموزشی و سرگرمی، یافته‌ها نشان داد که محتوای فرهنگی زمانی می‌تواند در پیام‌رسان‌ها اثرگذار باشد که صرفاً آموزشی، خشک و رسمی نباشد، بلکه با قالب‌های جذاب و سرگرم‌کننده ارائه شود. این یافته با مطالعاتی همخوان است که رسانه‌های اجتماعی را

دارای کارکردهای چندگانه شامل آموزش، سرگرمی، ارتباط، بازاریابی و مشارکت اجتماعی می‌دانند (Tarigan et al., 2023). همچنین، پژوهش‌هایی که به نقش رسانه‌های اجتماعی در ترویج سبک زندگی سلامت‌محور و تغییر رفتار پرداخته‌اند، نشان می‌دهند که اثرگذاری پیام‌های آموزشی در محیط دیجیتال وابسته به جذابیت، تکرار، تعامل و تناسب پیام با نیازهای مخاطب است (Pourarian et al., 2025). بنابراین، اگر پیام‌رسان به‌خواهد در ارتقای سواد فرهنگی نقش مؤثر داشته باشد، باید از الگوی آموزش رسمی و خطی فاصله بگیرد و محتوای فرهنگی را در قالب روایت، بازی، ویدئو، پادکست، چالش، کمپین و تجربه تعاملی ارائه کند. در این زمینه، بهره‌گیری از قالب‌های چندرسانه‌ای نیز به‌عنوان یکی از یافته‌های پژوهش، اهمیت مضاعف دارد. پژوهش‌های مربوط به استفاده از تصاویر رسانه‌های اجتماعی در علوم اجتماعی نشان داده‌اند که محتوای تصویری حامل معانی فرهنگی و اجتماعی پیچیده‌ای است و می‌تواند برای فهم الگوهای فرهنگی کاربران به کار رود (Chen et al., 2023). همچنین، مطالعات مربوط به داده‌کاوی رسانه‌های اجتماعی و تحلیل محتوای پلتفرم‌ها نشان داده‌اند که قالب‌های چندرسانه‌ای، ظرفیت بالایی برای فهم رفتار کاربران، شناسایی الگوهای تعامل و ارتقای نوآوری باز دارند (Pilgrim et al., 2023; Saura et al., 2023).

یافته‌های مربوط به انجمن‌های کاربری فرهنگی و تعامل بین‌فرهنگی نیز نشان داد که نظام‌مندسازی محتوا نباید صرفاً از بالا به پایین طراحی شود، بلکه باید با مشارکت کاربران و گروه‌های فرهنگی مختلف شکل گیرد. این یافته با پژوهش‌هایی همخوان است که شبکه‌های اجتماعی را بستری برای تولید سرمایه اجتماعی، گسترش مشارکت و تقویت پیوندهای اجتماعی می‌دانند (Omidvar, 2022; Sajedi Raeesi et al., 2022). در این معنا، انجمن‌های کاربری فرهنگی می‌توانند زمینه گفت‌وگو، تبادل تجربه، معرفی آیین‌ها، تولید محتوای محلی، و مشارکت کاربران در ارتقای کیفیت محتوای پلتفرم را فراهم کنند. از سوی دیگر، مطالعات مربوط به پایداری و تغییر فرهنگی در انگیزه‌های استفاده از شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که کاربران در زمینه‌های فرهنگی مختلف، انگیزه‌ها و الگوهای متفاوتی برای حضور در شبکه‌های اجتماعی دارند (Ndasauka, 2024). بنابراین، اگر پیام‌رسان به‌خواهد بستر تعامل بین‌فرهنگی باشد، باید امکان مشارکت معنادار گروه‌های مختلف فرهنگی، زبانی، سنی و منطقه‌ای را فراهم سازد و از تبدیل شدن به فضایی یکدست، مرکز‌گرا و تک‌صدایی پرهیز کند.

حفظ تنوع زبانی در محتوا نیز یکی از یافته‌های کلیدی پژوهش بود. این یافته از نظر نظری اهمیت زیادی دارد، زیرا زبان یکی از مهم‌ترین حاملان فرهنگ، حافظه جمعی، هویت محلی و تجربه زیسته کاربران است. مطالعات مربوط به فرهنگ‌های کلاسیک و میراث فرهنگی نشان می‌دهند که فرهنگ در لایه‌هایی از زبان، آیین، تاریخ، هنر و نظام‌های معنایی تداوم می‌یابد (Miksic, 2023). همچنین، پژوهش‌های مربوط به مدیریت فرهنگ و صنایع خلاق نشان می‌دهند که فرهنگ ارتباطی، خلاقیت و مدیریت فرهنگی در تعامل با رسانه‌ها و پلتفرم‌های نوین بازتعریف می‌شوند (Mazurkevych et al., 2023). بنابراین، حمایت پیام‌رسان به از زبان‌ها و گویش‌های محلی، نه تنها اقدامی نمادین، بلکه راهبردی برای تقویت شمول فرهنگی و افزایش احساس تعلق کاربران است. این موضوع با نقدهای مطرح‌شده درباره جهانی‌شدن رسانه‌ای نیز ارتباط دارد؛ زیرا اگر

پلتفرم‌های بومی نتوانند تنوع فرهنگی و زبانی را بازتاب دهند، در عمل ممکن است همان الگوهای یکدست‌ساز و مرکز‌گرای رسانه‌های جهانی را بازتولید کنند (Coker, 2023).

در نهایت، یافته‌های پژوهش نشان داد که آموزش‌های آنلاین در پیام‌رسان به می‌توانند نقش مهمی در ارتقای سواد فرهنگی داشته باشند. این نتیجه با پژوهش‌هایی که بر توسعه سواد فرهنگی از طریق رویکردهای گفت‌وگومحور و آموزشی تأکید دارند، همسو است (Awaludin et al., 2024). همچنین، مطالعات داخلی نشان داده‌اند که عوامل اجتماعی - فرهنگی در شکل‌گیری سواد رسانه‌ای دانشجویان نقش دارند و ارتقای این سواد نیازمند برنامه‌ریزی آموزشی مستمر است (Hamedi, 2022). در سطح حکمرانی نیز رسانه‌های اجتماعی دولت‌ها می‌توانند بخشی از فرایند تحول دیجیتال و ارتباط مؤثرتر با شهروندان باشند، مشروط بر آنکه بر شفافیت، مشارکت و آموزش عمومی متکی باشند (Yuan et al., 2023). از این منظر، پیام‌رسان به می‌تواند از طریق دوره‌های کوتاه، کانال‌های آموزشی معتبر، محتوای تعاملی، کتابخانه دیجیتال، کمپین‌های فرهنگی و آموزش‌های مبتنی بر نیاز کاربران، نقش مهمی در ارتقای سواد فرهنگی ایفا کند. بااین‌حال، این نقش‌آفرینی مستلزم توجه به نگرانی‌های حریم خصوصی، اعتماد کاربران و طراحی شفاف پلتفرم است؛ زیرا پژوهش‌ها نشان داده‌اند که نگرانی‌های کاربران درباره حریم خصوصی در فناوری‌های موبایلی می‌تواند مانع پذیرش و تعامل آنان شود (Jung et al., 2022). همچنین، مقابله با اطلاعات نادرست، ربات‌ها و کمپین‌های مخرب باید بخشی از برنامه آموزشی و سیاست محتوایی پلتفرم باشد (Akhtar et al., 2023).

از منظر کلان، یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که پیام‌رسان به می‌تواند در صورت برخورداری از سیاست محتوایی منسجم، به ابزاری برای توسعه فرهنگی، تقویت سرمایه اجتماعی و بازآفرینی رابطه میان فناوری و فرهنگ تبدیل شود. این نتیجه با مطالعاتی همسو است که فناوری‌های دیجیتال را عاملی مهم در توسعه بخش‌های اقتصادی و فرهنگی می‌دانند (Hryhorchuk, 2022). همچنین، در سطح جامعه ایرانی، بازسازی فرهنگی و اجتماعی نیازمند تقویت اعتماد، سرمایه انسانی، ظرفیت نهادی و مشارکت اجتماعی است (Amirahmadi, 2023). گزارش‌های مربوط به میزان استفاده از پیام‌رسان‌های ایرانی نیز نشان می‌دهد که این پلتفرم‌ها از نظر دامنه کاربران به سطحی رسیده‌اند که نمی‌توان نقش فرهنگی و اجتماعی آن‌ها را نادیده گرفت (Donya-e, 2023). بااین‌حال، تجربه کاربران در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند بسته به سن، نیاز ارتباطی، وضعیت اجتماعی و نوع استفاده متفاوت باشد و حتی بر رضایت از زندگی اثر بگذارد (Sala et al., 2023). بنابراین، سیاست‌گذاری محتوایی در پیام‌رسان‌های داخلی باید مبتنی بر شناخت واقعی کاربران، تحلیل داده‌های رفتاری، مشارکت ذی‌نفعان، حمایت از تولیدکنندگان بومی و توجه به گروه‌های آسیب‌پذیر باشد. در همین راستا، آینده پلتفرم‌های دیجیتال نیازمند تدابیر تنظیم‌گرانه‌ای است که میان آزادی، امنیت، خلاقیت، مسئولیت و منافع عمومی تعادل برقرار کند (Lim, 2022).

پژوهش حاضر با وجود برخورداری از طراحی کیفی منسجم و استفاده از تحلیل تماتیک، با چند محدودیت همراه بود. نخست آنکه داده‌های پژوهش بر اساس دیدگاه خبرگان و صاحب‌نظران گردآوری شد و تجربه مستقیم کاربران عادی، تولیدکنندگان محتوای روزمره، والدین، نوجوانان و مدیران عملیاتی پلتفرم به صورت مستقل بررسی نشد. دوم آنکه تمرکز پژوهش بر پیام‌رسان بله، امکان تعمیم مستقیم یافته‌ها به همه پیام‌رسان‌های داخلی یا پلتفرم‌های اجتماعی دیگر را محدود می‌سازد. سوم آنکه ماهیت کیفی پژوهش، اگرچه امکان درک عمیق پدیده را فراهم کرد، اما امکان سنجش آماری میزان اهمیت هر یک از تسهیلگران و روابط علی میان آن‌ها را فراهم نمی‌سازد. همچنین، بخشی از یافته‌ها متأثر از زمینه فرهنگی، اجتماعی و سیاسی ایران است و ممکن است در سایر زمینه‌ها نیازمند بازتفسیر باشد.

پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آینده، الگوی استخراج‌شده از این مطالعه با روش‌های کمی یا آمیخته آزمون شود تا وزن نسبی هر یک از تسهیلگران و رابطه آن‌ها با شاخص‌هایی مانند اعتماد کاربران، کیفیت محتوا، مشارکت فرهنگی، سواد رسانه‌ای و سرمایه اجتماعی مشخص شود. همچنین، انجام مطالعات تطبیقی میان پیام‌رسان بله و سایر پیام‌رسان‌های داخلی و خارجی می‌تواند به شناسایی نقاط قوت و ضعف هر پلتفرم کمک کند. بررسی دیدگاه کاربران عادی، نوجوانان، والدین، معلمان، تولیدکنندگان محتوا و مدیران پلتفرم نیز می‌تواند تصویر کامل‌تری از نیازها و انتظارات ذی‌نفعان ارائه دهد. علاوه بر این، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به تحلیل محتوای واقعی کانال‌ها، گروه‌ها و کمپین‌های فرهنگی در پیام‌رسان‌های داخلی پردازند تا فاصله میان سیاست‌های اعلامی و عملکرد واقعی پلتفرم‌ها روشن شود.

بر اساس یافته‌های پژوهش، مدیران پیام‌رسان بله و سیاست‌گذاران فرهنگی می‌توانند با طراحی یک نظام محتوایی چندسطحی، زمینه ارتقای سواد فرهنگی کاربران را فراهم کنند. ایجاد شاخص‌های ارزیابی کیفیت فرهنگی محتوا، حمایت از تولیدکنندگان محتوای بومی، طراحی بخش‌های ویژه کودک و نوجوان، راه‌اندازی انجمن‌های فرهنگی کاربرمحور، ارائه آموزش‌های آنلاین کوتاه و کاربردی، حمایت از زبان‌ها و گویش‌های محلی، و همکاری رسمی با نهادهای فرهنگی و آموزشی از مهم‌ترین اقدامات عملی در این زمینه است. همچنین، لازم است نظام تشویقی پلتفرم به گونه‌ای طراحی شود که محتوای مسئولانه، معتبر، خلاق و فرهنگ‌محور بیشتر دیده شود. در سطح سیاست‌گذاری نیز بهتر است رویکرد کنترل‌محور جای خود را به رویکرد توانمندساز، مشارکتی و اعتمادمحور بدهد تا پیام‌رسان‌های داخلی بتوانند به جایگاه واقعی خود به عنوان بسترهای فرهنگی، آموزشی و اجتماعی دست یابند.

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 social media platforms and domestic messaging applications has transformed the cultural, communicative, educational, and social structure of contemporary societies. Messaging applications are no longer limited to interpersonal communication; rather, they have become socio-cultural infrastructures through which identity, trust, participation, symbolic interaction, cultural memory, and everyday media practices are continuously produced and reproduced. Social media platforms now shape individual communication, entertainment, learning, public participation, marketing, lifestyle construction, and civic interaction (Pourarian et al., 2025; Tarigan et al., 2023). At the governance level, digital platforms and government social media have also become key instruments of digital transformation, public communication, service delivery, and citizen engagement (Yuan et al., 2023). In Iran, the increasing use of domestic messengers has intensified debates regarding platform governance, user trust, content quality, privacy, cultural authenticity, and the effectiveness of policies aimed at replacing foreign social media platforms with domestic alternatives (Askari et al., 2023; Donya-e, 2023). Therefore, the issue of content systematization in domestic messengers must be understood not merely as a technical or regulatory matter, but as a multidimensional cultural, educational, social, and governance-oriented challenge.

Content systematization refers to the purposeful organization, regulation, enrichment, and cultural orientation of digital content in a way that reduces harmful content while strengthening responsible, authentic, inclusive, and educationally valuable communication. In this sense, content systematization differs from purely restrictive approaches such as filtering, surveillance, or censorship. Instead, it involves cultural facilitation, media education, institutional coordination, technological support, user participation, and the development of criteria for evaluating content quality. Previous studies on cyberspace governance in Iran have emphasized that successful governance requires coordination among public, private, academic, cultural, and civil actors, as well as attention to trust, institutional coherence, public participation, and the socio-cultural dimensions of

platform regulation (Ghorbani et al., 2022). The relevance of this issue is further highlighted by studies showing that mobile media and social networks influence young people's lifestyle, identity formation, everyday communication, and cultural participation (Emamjomezadeh et al., 2023; Kalantari & Hasani, 2022). Thus, domestic messengers such as Bale can become either fragmented spaces of unstructured content circulation or organized cultural ecosystems capable of strengthening cultural literacy and social capital.

Cultural literacy is central to this discussion. It refers to users' capacity to understand, interpret, evaluate, produce, and share content in relation to cultural values, linguistic diversity, historical memory, social meanings, and intercultural sensitivity. Unlike narrow definitions of media literacy that focus primarily on technical access or critical evaluation of media messages, cultural literacy emphasizes meaning-making, cultural authenticity, awareness of diversity, responsible participation, and the ability to interact constructively with different cultural narratives. Research has shown that dialogical and participatory approaches can contribute significantly to the development of cultural literacy among students by strengthening cultural awareness and interpretive competence (Awaludin et al., 2024). Studies in the Iranian context have also demonstrated that socio-cultural factors play an important role in shaping students' media literacy (Hamed, 2022). Moreover, media literacy has been linked to the production of social capital among young people, suggesting that users with stronger interpretive and communicative capacities are better able to participate in trust-based and meaningful social interactions (Omidvar, 2022; Sajedi Raeesi et al., 2022).

At the same time, social media environments are exposed to serious risks, including misinformation, bots, malicious campaigns, privacy concerns, fragmented identities, and culturally inappropriate content (Akhtar et al., 2023; Jung et al., 2022). These risks are particularly important for children and adolescents, whose digital media use is influenced by family, culture, parental media literacy, and broader socio-economic conditions (Ghai et al., 2022; Okela et al., 2025). In addition, studies have emphasized that social media use, cultural persistence, problematic media practices, and motivations for online networking differ across cultural settings, making it necessary to develop context-sensitive models rather than relying exclusively on universalized assumptions about digital media behavior (Ndasauka, 2024). Media globalization has also been criticized for promoting technological enthusiasm without sufficient attention to cultural power, inequality, and local meaning systems (Coker, 2023). Accordingly, domestic messengers require models of content organization that are sensitive to local cultural values while remaining open to intercultural interaction and digital innovation.

The cultural role of social media is also evident in research on identity, rituals, images, creativity, and platform-based innovation. Social media participates in the construction and performance of identity, while digital rituals can reproduce collective values, traditions, and symbolic meanings across cultures (Hallinan et al., 2023; Taylor et al., 2023). Visual and multimedia content on social platforms has been recognized as a rich source of socio-cultural data, reflecting users' cultural meanings, emotions, practices, and representations (Chen et al., 2023). Social media mining and digital analytics have also been used to understand

communication strategies, corporate social responsibility, user engagement, and open innovation processes (Pilgrim et al., 2023; Saura et al., 2023). These insights indicate that domestic messengers can use technological and analytical capacities to identify user needs, support responsible content production, and design culturally meaningful interactions. Furthermore, digital platforms can contribute to cultural industries, creative economies, tourism, public education, and reconstruction of social trust when supported by coherent cultural management and institutional planning (Amirahmadi, 2023; Hryhorchuk, 2022; Mazurkevych et al., 2023). In the Iranian context, the use of gamification in domestic messengers has also been shown to influence advertising effectiveness and user intention, suggesting that motivational tools can be applied to encourage culturally constructive content production (Abharzanjani et al., 2025). Considering the role of cultural heritage, linguistic diversity, and classical cultural memory in shaping collective identity (Miksic, 2023), the present study addresses the need for a qualitative, context-based model for identifying the potentials and facilitators of content systematization in Bale messenger with an emphasis on developing users' cultural literacy.

Methods and Materials

This study was conducted using a qualitative research design within an interpretivist–constructivist paradigm. The qualitative approach was selected because the study aimed to understand expert perceptions, meanings, interpretations, and experiences regarding the potentials and facilitators of content systematization in domestic messengers. The participants consisted of 16 experts and specialists in fields related to culture, communication, media studies, law, cultural management, sociology, social psychology, and cyberspace governance. Participants were selected through purposive and snowball sampling based on their academic, professional, or executive experience in digital media, cultural content, cultural literacy, platform governance, or domestic messengers.

The main data collection tool was in-depth semi-structured interviews. The interview guide was developed based on the research objectives and included open-ended questions about the meaning of cultural content systematization, cultural literacy, the capacities of Bale messenger, facilitators of responsible content production, institutional cooperation, user participation, content quality, children's content, linguistic diversity, and online cultural education. Interviews were conducted after obtaining informed consent from participants. Each interview lasted between 45 and 90 minutes and was recorded with permission. The recordings were transcribed verbatim and prepared for analysis.

Data analysis was performed using thematic analysis. The analytical procedure included familiarization with the data, generation of initial codes, searching for themes, reviewing themes, defining and naming themes, and producing the final report. Open, axial, and selective coding were applied both manually and with the assistance of MAXQDA software. To enhance trustworthiness, member checking, peer review, and intercoder reliability assessment were used. A subset of the transcripts was coded independently by two coders, and Cohen's kappa coefficient was calculated to assess coding agreement.

Findings

The thematic analysis showed that content systematization in Bale messenger is a multidimensional phenomenon connected to cultural, educational, technological, institutional, and user-centered capacities. From the overall analysis, 255 initial codes and 50 subcategories were extracted, which were then organized into five main themes in the broader model. The present article focused on the second major theme: potentials and facilitators of content systematization. This theme was derived from 40 initial codes and 10 subcategories. The first subcategory was indicators of cultural awareness, diversity, and authenticity. Participants emphasized that content quality should be evaluated not only through technical indicators but also through cultural authenticity, awareness of cultural diversity, and identity coherence. The second subcategory was linguistic and media health, referring to the need for respectful, accurate, ethical, and culturally appropriate language in channels, groups, and public content. The third subcategory was support and encouragement for cultural, responsible, and child-appropriate content production. Participants highlighted the importance of incentives, awards, festivals, and financial or moral support for producers of native and responsible cultural content, especially content suitable for children and adolescents.

The fourth subcategory was cooperation with cultural, educational, and media institutions. Participants believed that collaboration with educational organizations, cultural institutions, credible media, non-governmental organizations, and technology companies could increase the quality and legitimacy of content on Bale. The fifth subcategory was balance and attractiveness of educational and entertainment content. The findings showed that cultural and educational content should be engaging and compatible with users' media preferences. The sixth subcategory was the use of multimedia formats such as video, podcasts, images, short educational clips, and interactive content. The seventh subcategory was cultural user communities, which can provide participatory spaces for cultural dialogue, content exchange, and collective production of meaningful content.

The eighth subcategory was intercultural interaction in messengers. Participants stated that Bale can create opportunities for users from different cultural, ethnic, and regional backgrounds to learn from one another and strengthen mutual understanding. The ninth subcategory was preservation of linguistic diversity in content. Supporting local languages and dialects was considered essential for increasing inclusion, belonging, and representation. The tenth subcategory was the role of online education in promoting cultural literacy. Participants emphasized that online courses, educational channels, media literacy training, and short cultural learning programs could prepare users to produce, interpret, and share better content. The Cohen's kappa coefficient was 0.82, indicating strong agreement between coders and confirming the reliability of the coding process.

Discussion and Conclusion

The findings indicate that content systematization in domestic messengers should be conceptualized as a culture-oriented, participatory, and developmental process rather than as a purely technical or restrictive

mechanism. The identified facilitators demonstrate that Bale messenger has the potential to become a cultural platform if it integrates content quality indicators, linguistic health, institutional cooperation, multimedia design, user communities, child-centered content policies, and online cultural education. The results also show that cultural literacy is both a prerequisite and an outcome of content systematization. Users need cultural literacy to interpret and produce responsible content, while a well-organized content ecosystem can further strengthen their cultural literacy through exposure to authentic, diverse, and educational content.

The study also suggests that domestic messengers can contribute to social trust and cultural participation when they move beyond platform functionality and adopt a broader cultural mission. Bale can support Iranian-Islamic identity, linguistic diversity, intercultural dialogue, cultural creativity, and responsible digital citizenship if its policies are designed around empowerment rather than mere control. This requires a shift from fragmented and reactive content management toward a coherent, evidence-based, and user-centered model. In such a model, platform managers, cultural institutions, educators, media professionals, parents, and users all participate in shaping the cultural quality of the digital environment.

In conclusion, the study provides a qualitative framework for understanding the potentials and facilitators of content systematization in Bale messenger with emphasis on cultural literacy development. The results show that content systematization can become an effective pathway for improving content quality, reducing cultural risks, supporting responsible production, strengthening user participation, and enhancing cultural literacy. If implemented through coordinated policy, technological design, institutional collaboration, and continuous user education, Bale messenger can evolve from a communication tool into a dynamic cultural ecosystem capable of promoting meaningful participation, cultural identity, and responsible digital interaction in Iran.

References

- Abharzanjani, F., Arabshahi, M., & Jafarzadeh Kermani, Z. (2025). *Investigating the effect of gamification on advertising effectiveness in social media and analyzing its impact on purchase intention: A case study of Eitaa messenger users in Mashhad* Imam Reza International University, Faculty of Management and Accounting].
- Akhtar, M. M., Masood, R., Ikram, M., & Kanhere, S. S. (2023). False information, bots and malicious campaigns: Demystifying elements of social media manipulations. *arXiv preprint arXiv:2308.12497*.
- Amirahmadi, H. (2023). Iranian economic reconstruction plan and prospects for its success. In *Reconstruction and Regional Diplomacy in the Persian Gulf* (pp. 109-152). Routledge.
- Askari, A., Bichranloo, A., & Asadpour, M. (2023). *Evaluation of the policy of replacing foreign social media with domestic social media in Iran: A study of policies, programs, challenges, and consequences of replacing Telegram with domestic social messengers* University of Tehran, Faculty of Social Sciences].
- Awaludin, R., Nursalim, N., Ali, A., Sri Ayu Budi, L., & Ridayani, R. (2024). Students' Cultural Literacy Development through Dialogical Approach in Senior High School. *Knowledgee*. <https://kneopen.com/KnE-Social/article/view/16507/>
- Chen, Y., Sherren, K., Smit, M., & Lee, K. Y. (2023). Using social media images as data in social science research. *New Media & Society*, 25(4), 849-871.
- Coker, W. (2023). Beyond technophilia: A critique of media globalization. *Cogent Arts & Humanities*, 10(1), 2224602.
- Donya-e, E. (2023, 2023/04/25). How many million users use Iranian messengers?
- Emamjomezadeh, S. J., Ebrahimipour, H., Malkan, M., & Mahmoudoghli, R. (2023). The relationship between internet use and social network activity with students' lifestyle. *Social Welfare Quarterly*, 14(55), 291-314.
- Ghai, S., Magis-Weinberg, L., Stoilova, M., Livingstone, S., & Orben, A. (2022). Social media and adolescent well-being in the Global South. *Current opinion in psychology*, 46, 101318.

- Ghorbani, A., Hamzehpour, M., & Kia, A. (2022). *Identifying and strategically analyzing factors affecting the improvement of cyberspace governance performance in the Islamic Republic of Iran based on importance-performance analysis* Allameh Tabataba'i University, Faculty of Communication Sciences].
- Hallinan, B., Kim, B., Mizoroki, S., Scharlach, R., Trillo, T., Thelwall, M., & Shifman, L. (2023). The values of social media rituals: A cross-cultural analysis of New Year's resolutions. *Information, Communication & Society*, 26(4), 764-785.
- Hamed, M. (2022). Socio-cultural factors related to students' media literacy: A case study of students at Islamic Azad University, East Tehran Branch. *Media Studies Quarterly*, 7(19), 65-78.
- Hryhorchuk, D. (2022). Digital technologies as a condition for the development of the tourism sector of the economy of Ukraine. *Three Seas Economic Journal*, 3(2), 59-63.
- Jung, Y., Bao, J. A., Pietruszewski Norman, M., & Sundar, S. S. (2022). Privacy concerns in mobile technology: Can interactivity reduce friction? *Computers in human behavior*, 134, 107322. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2022.107322>
- Kalantari, A., & Hasani, H. (2022). New media and everyday life: The effect of mobile phones on identity and lifestyle of young people. *Media Quarterly*(76), 119-136.
- Lim, H. (2022). Political countermeasures in the future of digital media platform. In *Crisis and Emergency Management: Theory and Praxis*. <https://scholar.kyobobook.co.kr/article/detail/4010036919283>
- Mazurkevych, O., Kondratenko, I., Mazur, O., Biletska, N., & Mazur, H. (2023). Influence of communicative culture on culture management and creative industries: Ukrainian and world experience.
- Miksic, J. N. (2023). The classical cultures of Indonesia. In *Southeast Asia* (pp. 234-256). Routledge.
- Ndasauka, Y. (2024). Cultural persistence and change in university students' social networking motives and problematic use. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e24830>
- Okela, A. H., Olatokun, W. M., Anumudu, C. E., Ziani, A., Nser, K. K., & Lagha, F. B. (2025). Parental Social Media Literacy Antecedents and Children's Digital Media Addiction: Observations From Two African Countries. *Competitiveness Review an International Business Journal Incorporating Journal of Global Competitiveness*, 35(4), 685-700. <https://doi.org/10.1108/cr-11-2023-0294>
- Omidvar, T. (2022). *Investigating the role of virtual social networks in social capital* Islamic Azad University, Central Tehran Branch, Faculty of Social Communication Sciences].
- Pilgrim, K., Koss, J., & Bohnet-Joschko, S. (2023). CSR communication on Twitter: A scoping review on social media mining and analytic methods.
- Pourarian, H., Naderi Nasab, M., & Biniiaz, S. A. (2025). Evaluating the Role of Social Media in Promoting Health-Oriented Lifestyles and Behavioral Change: A Health Management Approach. *AI and Tech in Behavioral and Social Sciences*, 1-10. <https://journals.kmanpub.com/index.php/aitechbesosci/article/view/3049>
- Sajedi Raeesi, S., Doagooyan, D., Rahmani Firozjah, A., & Gholipour, M. (2022). The role of media literacy in the production of social capital among the youth of Mazandaran province. *Sociological Studies of Youth*, 13(46), 105-126. <https://doi.org/10.22034/ssj.2023.1978991.1269>
- Sala, E., Cerati, G., & Gaia, A. (2023). Are social media users more satisfied with their life than non-users? A study on older Italians. *Ageing & Society*, 43(1), 76-88.
- Saura, J. R., Palacios-Marques, D., & Ribeiro-Soriano, D. (2023). Exploring the boundaries of open innovation: Evidence from social media mining. *Technovation*, 119, 102447.
- Tarigan, I. M., Harahap, M. A. K., Sari, D. M., Sakinah, R. D., & Ausat, A. M. A. (2023). Understanding social media: Benefits of social media for individuals. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(1), 2317-2322.
- Taylor, S. J., Muchnik, L., Kumar, M., & Aral, S. (2023). Identity effects in social media. *Nature Human Behaviour*, 7(1), 27-37.
- Yuan, Y. P., Dwivedi, Y. K., Tan, G. W. H., Cham, T. H., Ooi, K. B., Aw, E. C. X., & Currie, W. (2023). Government digital transformation: Understanding the role of government social media. *Government Information Quarterly*, 40(1), 101775.