



Formulating an Optimal Futurology Strategy for Islamic Art on Social Media with an Emphasis on Instagram

Bahareh Ghazivakili ¹, Pedram Dadfar ^{*2}, Mohammadreza Sharifzadeh ³

¹ PhD student, Department of Comparative and Analytical History of Art, Faculty of Art, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, ghazivakili.art@iauctb.ac.ir

^{*2} (Corresponding author) Professor, Art Research Department, Faculty of Art, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, pedram.dadfar@iauctb.ac.ir

³ Professor, Art Research Department, Faculty of Art, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran, mohammad.sharifzade@iauctb.ac.ir

Article Info

Research Article

Issue 57

Volume 22

Page 74 to 95

Submission Date: 2023/01/11

Review Date: 2024/03/28

Acceptance Date: 2024/06/19

Publication Date: 2025/03/21

Keywords

Futurology,
Islamic art,
social media,
Instagram,
SWOT analysis.

Cite this article

Ghazivakili, B., Dadfar, P. and Sharifzadeh, M. (2025). Formulating an Optimal Futurology Strategy for Islamic Art on Social Media with an Emphasis on Instagram. *Islamic Art Studies*, 22(57), 74-95.

 [dori.net/dor/20.1001.1.*****.****.***.*/](https://doi.org/10.22034/IAS.2024.448207.2352)

 [dx.doi.org/10.22034/IAS.2024.448207.2352](https://doi.org/10.22034/IAS.2024.448207.2352)

ABSTRACT

The future of cyberspace, despite its chaos and uncertainties, is undoubtedly one of the most significant realms harboring vast opportunities for leadership in various fields, including Islamic arts. Naturally, those who stand to benefit the most from these opportunities are the ones who have prepared in advance. To this end, this study employs a descriptive-survey method, incorporating expert opinions and SWOT analysis, to determine the optimal futurology strategy for Islamic art on social media platforms such as Instagram.

The findings indicate that the most suitable proposed strategy is the *growth and build* strategy. This strategy encompasses market penetration, market development, and ultimately product development, maximizing existing opportunities to achieve an ideal and aspirational future. The results also reveal that the lack of serious engagement by cultural and artistic organizations in the education and promotion of Islamic arts is the most critical weakness on Instagram, posing an obstacle to the recognition and development of Islamic art. Conversely, the promotion and enhancement of artistic knowledge and skills emerge as the platform's most significant strength. The reduction of direct and indirect costs for users of this social medium is identified as the foremost opportunity, while the exposure of certain private boundaries is recognized as the most prominent threat in the digital space and the use of this social medium.

Research Objectives:

1. Identifying and analyzing the strengths, weaknesses, opportunities, and threats (SWOT) of Islamic art on social media, with an emphasis on Instagram.
2. Formulating an optimal futurology strategy for Islamic art on social media, with an emphasis on Instagram.

Research Questions:

1. What are the most significant strengths, weaknesses, opportunities, and threats of Islamic art on social media, particularly Instagram?
2. What is the optimal futurology strategy for Islamic art on social media, with an emphasis on Instagram?

Introduction

Before the Industrial Revolution, art existed as a ceremonial entity in the form of handicrafts, accessible only to a specific class. With the Industrial Revolution and the fundamental shift to machine-based production and reproduction of artworks, art ceased to be the exclusive domain of a privileged few. Mechanical replication endowed art with a more public dimension, allowing copies of valuable or artistic objects to circulate widely. Art is a product of the culture and civilization of societies, and thus, its study can reveal the intellectual and ideological foundations of a nation. Many contemporary thinkers argue that by examining artistic works, one can gain insight into a society's people, religion, customs, and other intellectual frameworks.

Following the rise of Islam, the religion exerted profound social, cultural, political, and economic influences on societies. Art, too, underwent transformations under its impact, emerging as what is now known as *Islamic art* (Shafaei Bejestani, Zanganeh, 2022). Initially, Islamic art drew inspiration from Roman, early Christian (particularly Byzantine), and Sassanian art, later incorporating elements from Central Asian nomadic traditions. Chinese art also played a formative role in Islamic painting, pottery, and textiles (Shahrudi et al., 2022). Today, Islamic art stands as one of the most illustrious periods in art history and among humanity's most valuable artistic achievements, encompassing diverse forms such as Islamic architecture, calligraphy, painting, ceramics, carpet weaving, embroidery, and more (Bahajb-e Ghodsi et al., 2022).

Alongside the expansion of Islamic art, the advent of information and communication technology (ICT) has opened new horizons, impacting various facets of individual and social life. People have sought to harness this technology in diverse ways, deepening their knowledge in the process. In the modern world, ICT's pervasive influence has spurred monumental shifts in art and societal structures, an era often termed the *information revolution*. Today, ICT is an inseparable part of human life, with novel communication forms, vast information networks, and the internet fostering new social spaces—borderless realms that reshape social relations, dimensions, and skills. Social media platforms, owing to their inherent appeal, captivate millions of youths daily, who spend considerable time exploring these spaces and absorbing their content. Numerous global internet and mobile-based social networks have been designed for varied purposes. In the digital sphere, countless companies have launched platforms enabling users to share images, audio, and video files. A wealth of educational content—from music to pottery, painting, calligraphy, and more—is now available online. As internet access grows, social media services have surged in popularity (Tavakoli et al., 2015).

The rapid evolution of information technology has given rise to multiple social media platforms—Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, and others—which, beyond offering valuable communication channels, present unparalleled opportunities for income generation and business promotion. The entertainment and educational facets of these networks have accentuated other dimensions, such as financial and professional interactions, marking a shift in the contours of modern life. Proactive engagement with future developments, mitigating threats while leveraging opportunities in these spaces, necessitates a futurological approach to enable meaningful agency in upcoming trends. Thus, futurology studies in art must also reckon with the past, transmitting its core, inspirational elements to the future. Futurology employs a range of methodologies and analytical resources, moving beyond linear projections to explore multiple plausible futures and the choices among them (Shahrudi et al., 2022). In Islamic art, futurology can replace deterministic, linear visions with preferred scenarios, enabling macro-level planning and policy-making for Islamic art in digital spaces (Taheri Damaneh, Ghiasi Zarj, 2020).

Despite its chaos, ambiguities, and uncertainties, the future of cyberspace undeniably harbors vast opportunities for leadership in fields like Islamic art. Those best positioned to seize these opportunities will have prepared in advance, anticipating and training for diverse contingencies. Against this backdrop, the present study seeks to answer: *What is the optimal scenario for developing Islamic art in digital spaces, particularly Instagram, and how can it be selected and defined?*

A review of prior research on culture, art, and social media reveals that existing studies have approached the topic from specific angles. For instance, Bahajb-e Ghodsi et al. (2021) examined recent political shifts, highlighting futurology's role in shaping cultural-artistic policy discourse in Iran, particularly for art by 2038. Their findings suggest that futurology stabilizes cultural cohesion by navigating change and values. The researchers posit that futurology in contemporary art offers a viable strategy to elevate art's status, identify future opportunities and threats, and leverage emerging scientific and creative technologies. Thus, futurology can harness art to construct a better future. Zakariaei and Rahimi (2021) studied the futurology of *giveh*-weaving (traditional footwear) in Dehaghan, Iran, identifying six key drivers and four scenarios: "Hope Crane," "Simurgh," "IQ Sun," and "The Little Prince." These drivers could attract, empower, and professionalize artisans while sustaining and revitalizing this Iranian-Islamic craft economically, socially, and culturally. Esmaeili and Qayqabadi (2019) emphasize the imperative of engaging with emerging technologies, arguing that Islamic culture and art must reckon with their role in shaping a new Islamic civilization. Shohani and Hosseini (2018) explored social media's impact on Persian language and

literature, underscoring its significance in disseminating contemporary poetry. Azargoon (2015) notes that governments and social groups can use mass media—newspapers, radio, television, and the internet—to propagate cultural-artistic policies, elevating public awareness. Moin-ed-Dini and Khalili Zeydanloo (2015) introduced digital art and its influence on interactive media technology, highlighting how digital tools have transformed painting, sculpture, audio art, and music, giving rise to new forms like internet art, digital installations, and virtual reality. The digital revolution, they argue, stems from rapid growth in electronics and computing, with art and technology perpetually influencing one another.

This study adopts a theoretical-applied framework, employing a descriptive-survey methodology with an exploratory mixed-methods (quantitative-qualitative) approach. The statistical population includes art and digital space experts in the province. Data was collected via documentary analysis (using note-taking tools) and fieldwork (questionnaires, in-depth and semi-structured interviews with purposively sampled experts). Theoretical saturation was achieved after interviewing 16 participants. SWOT analysis was used to process data and formulate strategies, as it systematically identifies strengths, weaknesses, opportunities, and threats, enabling strategic decision-making.

Conclusion

The new communication technologies of the modern era, born from the global internet network, have transformed all dimensions of cultural, social, political, economic, and even artistic spheres. A comprehensive understanding of these technologies and social networks—along with their implications—plays a vital role in reshaping lifestyles and public culture.

Futurology, grounded in scientific advancements and emerging innovative technologies, can identify opportunities, threats, weaknesses, and strengths to propose effective strategies for addressing uncertainty. It harnesses art as a tool to construct a better future. Research in the field of art has expanded significantly in recent decades, particularly with the growth of technology. As the modern world—and especially the arts—undergoes rapid transformation, and human knowledge continues to accumulate, the need for futurology, planning, and development becomes increasingly apparent. Accordingly, this study adopts an analytical-descriptive approach, leveraging expert opinions to examine the weaknesses, strengths, threats, and opportunities related to Islamic art on major virtual platforms such as Instagram, ultimately determining the most suitable strategy for this domain.

The findings reveal that the lack of serious engagement by cultural and artistic organizations in the education and promotion of Islamic art is the most critical weakness on Instagram, posing a significant obstacle to the recognition and development of Islamic art. Conversely, the promotion and enhancement of artistic knowledge and skills emerge as the platform's foremost strength. The reduction of direct and indirect costs for users of this social medium is identified as the primary opportunity, while the exposure of certain private boundaries stands as the most notable threat in the digital space and the use of this medium.

The results from the internal and external matrix analysis further indicate that, based on the scores assigned to internal and external factors, the most suitable proposed strategy is the *growth and build* strategy. This strategy encompasses market penetration, market development, and product development, maximizing existing opportunities to achieve an ideal and aspirational future. Thus, while the digital space and social media platforms operating within the internet framework carry serious risks and drawbacks across cultural, social, and political domains, their proper and managed use can serve as an effective tool for the development and promotion of culture and art—particularly Islamic-Iranian art.

Virtual social networks, which attract countless users, allow individuals and organizations to create personal, group, or institutional pages. By completing user profiles—including details about family, friends, professional and academic backgrounds, life perspectives, religion, artistic interests, science, music, sports, and hobbies—users can share personal, social, cultural, political, or economic content in audio, visual, or written formats. Leveraging the platform's features, they can disseminate this content globally in minimal time. This unparalleled communicative reach, despite its challenges and risks, offers immense appeal and advantages. With principled management, it can yield substantial benefits in advancing science, culture, and ultimately Islamic-Iranian art. Naturally, those who enter this space with greater awareness and understanding will derive the most value from this technology.

References

Ahmadvand Kermani, Ruhollah. (2011). *Rethinking Culture and Media*. Tehran: Chapar Publications. [In Persian].

Azargoon, Nasrin. (2015). "The Role of Media in Cultural Development." *International Conference on Management, Culture, and Economic Development*. Mashhad: Raymand Pajouh Research Institute. [In Persian].

- Bahajb-e Ghodsi, Sanaz; Shahrudi, Fatemeh; & Matarnia, Mehdi. (2021). "The Role of Futurology in Shaping Art Policy in Iran." *Iranian Political Sociology Journal*, 4, 198–214. [In Persian].
- Bakhshi, Bahareh; Nasiri, Bahareh; & Bakhtiari, Amenah. (2022). "The Role and Function of Social Networks (Case Study: *Kafe Mam*, a Network for Mothers and Children)." *Women's Research Journal*, 2, 37–59. [In Persian].
- Chung, C. (2000). "A Home on the Web: Presentation of Self on Personal Homepages." In D. Gauntlett (Ed.), *Web.Studies: Rewiring Media Studies for the Digital Age*. London: Arnold.
- El-Rafi, Anwar. (1998). *History of Art in Islamic Lands* (A. Ghannawat, Trans.). Tehran: Jihad Daneshgahi Publications. [In Persian].
- Erfanmanesh, Iman. (2014). "Representation of Social Components of Iranian-Islamic Arts (Concept and Typology of Islamic Arts Before Modernization)." *Islam and Social Sciences Journal*, 12, 103–122. [In Persian].
- Esmaeili, Abdolkarim; & Qayqabadi, Alireza. (2019). "The Mutual Influence of Culture and Technology in Future-Shaping Organizations with Emphasis on the New Islamic Civilization." *National Conference on the New Islamic Civilization*, 4. [In Persian].
- Ghorbanzadeh Sovar, Gholamali; Rahmati, Mehdi; & Nateqi, Hashem. (2016). "Media and National Identity (The Impact of Media on National Identity Indicators)." *Media and Culture Journal*, 1, 113–135. [In Persian].
- Haqiqat, Abdolrafi'. (1990). *History of National Arts and Iranian Artists* (Vol. 1). Tehran: Iranian Authors and Translators Company. [In Persian].
- Karami, Mohsen; & Keshavarzi, Reza. (2014). "The Necessity of Futurology in Islamic Jurisprudence." *Interdisciplinary Studies in the Humanities*, 7, 71–84. [In Persian].
- Lyons, K. (2000). *Using for the Future: Contract Management and the Environmental Challenge*.
- Malekifar, Aghil. (2006). *The ABCs of Futurology*. Tehran: Karaneh Elm Publications. [In Persian].
- Mehdi Nejad, Mohammad Javad. (2002). "Islamic Art in the Challenge of Contemporary Concepts and New Horizons." *Honar-ha-ye Ziba Journal*, 12, 23–32. [In Persian].

Mehrpooya, Jamshid. (2009). "An Introduction to Understanding Iran's Traditional Arts." *Growth of Art Education Journal*, 18, 45–49. [In Persian].

Minaeipour, Marzieh. (2018). "The Danger of Scientific and Technological Advancement for the Future of the Islamic World and Iran: Examining Its Risks and Threats to Humanity and Society." *15th Conference on Modern Behavioral Science Research*. [In Persian].

Mo'in-ed-Dini, Mohammad; & Khalili Zeydanloo, Mohammad Reza. (2015). "An Analysis of Digital Art and Its Impact on Interactive Media Technology." *Second International Conference on Research in Science and Technology*. [In Persian].

Mohammadi, Kalhor; & Rahmanzadeh, Seyed Ali. (2017). "The Relationship Between Media Use and Tendency Toward Democratic Values." *Iranian Journal of Social Development Studies*, 4, 21–38. [In Persian].

Mousavi Gilani, Seyed Reza. (2007). "Measuring Components of Islamic Art vs. Modern Art." *Asr-e Adineh Quarterly*, 2, 13–24. [In Persian].

Qorbanzadeh Savar, Qorbanali; Rahmati, Mehdi; & Nateqi, Hashem. (2016). "Media and National Identity (The Impact of Media on National Identity Indicators)." *Media and Culture Journal*, 1, 113–135. [In Persian].

Shafaei Bejestani, Rasul; & Zanganeh Shahraki, Salajegheh. (2022). "Futurology of the Impact of Cyberspace on Iranian Poetry." *Iranian Futurology Journal*, 7(2), 79–101. [In Persian].

Shahrudi, Fatemeh; Matarnia, Mehdi; Kamrani, Behnam; & Bahajb-e Ghodsi, Sanaz. (2022). "The Role of Futurology in Shaping Art Policy in Iran." *Iranian Political Sociology Journal*, 5(4), 198–214. [In Persian].

Sharif Sheikholeslami, Seyed Javad; Nazarizadeh, Farhad; & Gaeini, Ahmad. (2021). "Analysis of Trends and Key Drivers Influencing Future Social Networks." *New Media Studies Journal*, 27, 359–399. [In Persian].

Shohani, Alireza; & Hosseini, Sara. (2018). "Examining the Impact of Cyberspace on Contemporary Persian Language and Literature." *Persian Language and Literature Journal of Tabriz University*, 71, 75–101. [In Persian].

Soleimani Sasani, Majid. (2019). "Artistic Transformations in the Age of Cyberspace." *Second Session of the "Cyberspace Era and the Future World" Series*. Islamic Art and Culture Research Institute. [In Persian].

- Sohrabi Moghaddam Chafjiri, Iman; & Akbarnejad Damavandali, Hossein. (2022). "The Role of Artificial Intelligence in Restoring Iran's Historical Buildings." *Islamic Culture and Art Journal*, 3, 92–106. [In Persian].
- Taheri Damaneh, Mohsen; & Ghiasi Zarj, Abolghasem. (2020). "The Role of Symbolic Elements in Constructing the Future: A Futurological Reflection on Media's Role in Recreating Myths." *Cultural-Communication Studies Journal*, 51, 39–62. [In Persian].
- Tavakoli, Ruhollah. (2014). "Futurology: Trends in Iran's Cyberspace Services Within the Technological Process of Globalization (Delphi Method)." *Globalization Strategic Studies Journal*, 14, 92–213. [In Persian].
- Tavakoli, Ruhollah; Sabbaghi, Zahra; & Tutiyannush, Hamid Reza. (2015). "Futurology of Opportunities and Threats of Social Networks for Youth (Using the Futures Wheel Technique)." *Second National Conference on Futurology of the Islamic Republic of Iran*. Tehran. [In Persian].
- Zakariaei Kermani, Iman; & Rahimi, Afsaneh. (2021). "Futurology of Givah-Weaving Art in Dehaghan." *Iranian Handicrafts Journal*, 4(2), 37–50. [In Persian].



تدوین استراتژی بهینه آینده پژوهی هنر اسلامی در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر اینستاگرام

بهاره قاضی وکیلی^۱ ID، پدram دادفر^۲ ID، محمدرضا شریف زاده^۳ ID

دانشجوی دکتری، گروه تاریخ تطبیقی و تحلیلی هنر، دانشکده هنر، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، Ghazivakili.art@iauctb.ac.ir
^۲ (نویسنده مسئول) استاد، گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، pedram.dadfar@iauctb.ac.ir
^۳ استاد، گروه پژوهش هنر، دانشکده هنر، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، mohammad.sharifzade@iauctb.ac.ir

چکیده

آینده فضای مجازی با تمام آشفتگی‌ها و عدم اطمینان‌های خود بی‌تردید یکی از مهم‌ترین فضاهایی است که فرصت‌های بزرگ پیشسازی در حوزه‌های مختلف و از جمله هنرهای اسلامی را در خود نهفته دارد و طبیعتاً کسانی بیش‌ترین شانس بهره‌گیری از این فرصت‌ها را دارند که از پیش خود را آماده کرده باشند. به همین منظور در این مطالعه سعی گردید تا با استفاده از یک روش توصیفی - پیمایشی و با استفاده از نظرات خبرگان و به‌کارگیری روش تحلیل SWOT استراتژی بهینه آینده‌پژوهی هنر اسلامی در شبکه‌های اجتماعی نظیر اینستاگرام را تعیین نماییم. نتایج حاصل از بررسی‌ها نشان داد که مناسب‌ترین استراتژی پیشنهادی، استراتژی رشد و ساخت هست. استراتژی و رشد ساخت، شامل نفوذ در بازار، توسعه بازار و نهایتاً توسعه محصول هست که طی آن از فرصت‌های موجود به‌منظور تحقق آینده مطلوب و آرمانی حداکثر استفاده به عمل خواهد آمد. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که عدم حضور جدی سازمان‌های فرهنگی و هنری در آموزش و ترویج هنرهای اسلامی به‌عنوان مهم‌ترین نقطه‌ضعف موجود در پلتفرم اینستاگرام است که به‌عنوان مانعی در شناساندن و توسعه هنرهای اسلامی مطرح می‌گردد. در مقابل، ترویج و ارتقای سطح دانش و مهارت‌های هنری نیز مهم‌ترین نقطه قوت این پلتفرم هست. کاهش هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم استفاده‌کنندگان از این رسانه اجتماعی به‌عنوان مهم‌ترین فرصت و برملاشدن برخی حریم‌های خصوصی به‌عنوان مهم‌ترین تهدید موجود در فضای مجازی و استفاده از این رسانه اجتماعی شناخته می‌شود.

اهداف پژوهش:

۱. شناسایی و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید هنر اسلامی در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر اینستاگرام.
۲. تدوین استراتژی بهینه آینده‌پژوهی هنر اسلامی در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر اینستاگرام.

سؤالات پژوهش:

۱. مهم‌ترین نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید هنر اسلامی در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر اینستاگرام کدامند؟
۲. استراتژی بهینه آینده‌پژوهی هنر اسلامی در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر اینستاگرام چیست؟

اطلاعات مقاله

مقاله پژوهشی

شماره ۵۷

دوره ۲۲

صفحه ۷۴ الی ۹۵

تاریخ ارسال مقاله: ۱۴۰۲/۱۰/۲۲

تاریخ داوری: ۱۴۰۳/۰۱/۰۹

تاریخ صدور پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۳۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۱/۰۱

کلمات کلیدی

آینده‌پژوهی،

هنر اسلامی،

شبکه‌های اجتماعی،

اینستاگرام،

تحلیل سوات.

ارجاع به این مقاله

قاضی وکیلی، بهاره، دادفر، پدram و شریف زاده، محمدرضا. (۱۴۰۴). تدوین استراتژی بهینه آینده‌پژوهی هنر اسلامی در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر اینستاگرام. مطالعات هنر اسلامی، ۲۲(۵۷)، ۷۴-۹۵.



[dori.net/dor/20.1001.1.*
***** ** ** ** */](https://doi.org/10.22034/IAS.2024.448207.2352)



[dx.doi.org/10.22034/IAS
.2024.448207.2352](https://dx.doi.org/10.22034/IAS.2024.448207.2352)

مقدمه

تا قبل از انقلاب صنعتی، هنر به‌مثابه موجودیتی تشریفاتی در قالب هنرهای دستی در اختیار طبقه‌ای خاص بود. پس از انقلاب صنعتی و تغییر اساسی در شیوه تولید و تکثیر آثار هنری به شیوه تولید ماشینی، هنر از انحصار طبقه‌ای خاص خارج شد و کپی ماشینی از یک شیء با ارزش یا هنری، جنبه عمومی تری را به هنر بخشید. هنر، برآیندی از فرهنگ و تمدن سرزمین‌ها و جوامع است و از این‌رو است که بازکاوی آن می‌تواند بیانگر مؤلفه‌های فکری و اعتقادی یک ملت باشد. به باور بسیاری از اندیشمندان معاصر، با کاوش و بررسی آثار هنری است که می‌توان به شناخت جامعه، مردم، دین، آداب و رسوم و دیگر زمینه‌های فکری جوامع دست یافت.

بعد از ظهور اسلام، این دین از نظر اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی بر جامعه‌ها تأثیر گذاشت. هنر نیز تحت تأثیر این دین در این جامعه‌ها دچار تغییر و تحولاتی شد و با نام جدید هنر اسلامی شناخته شد (شفاعی بجستان، زنگنه: ۱۴۰۱). هنر اسلامی در ابتدا با الهام از هنر رومی، هنر مسیحی ابتدایی (به‌خصوص هنر بیزانسی) و هنر ساسانی توسعه یافت و بعدها از هنر عشایری آسیای مرکزی نیز الهام گرفت. هنر چینی در نقاشی اسلامی، سفالگری و منسوجات اسلامی نقشی سازنده داشته است (شاهرودی و همکاران، ۱۴۰۱). امروزه هنر اسلامی یکی از دوران‌های شکوهمند تاریخ هنر و یکی از ارزشمندترین دستاوردهای بشری در عرصه هنری به‌شمار می‌آید که شامل انواع متنوعی از هنر همچون معماری اسلامی، خوشنویسی، نقاشی، سفالگری، قالیبافی، فرش بافی، گلدوزی اسلامی و مانند آن‌ها می‌شود (باحجب قدسی و همکاران، ۱۴۰۱).

به‌همراه گسترش و توسعه دامنه هنرهای اسلامی، ظهور فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) نیز دریچه جدیدی را فراروی جهان گشوده و بر جنبه‌های مختلف زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها تأثیر گذاشت. انسان‌ها سعی نمودند تا با افزایش دانش خود در این زمینه، از آن به شکل‌های گوناگون استفاده کنند. در جهان امروز، استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات و نیز نفوذ آن در زوایای مختلف زندگی بشری، موجب تحولات بزرگی در حوزه هنر و مناسبات حاکم بر جامعه بشری و انسانی شده که از آن به‌عنوان انقلاب اطلاعات یاد می‌شود. امروزه، فناوری اطلاعات و ارتباطات، جزئی جدایی‌ناپذیر از زندگی انسان‌ها شده و پیدایی صور نوین ارتباط، شبکه‌های بزرگ اطلاعاتی و اینترنتی، زمینه‌ساز ایجاد فضاهای اجتماعی جدیدی گردیده است؛ فضاهایی بدون مرز که روابط، ابعاد و مهارت‌های اجتماعی افراد را تحت تأثیر قرار داده است. شبکه‌های اجتماعی به دلیل جذابیت ذاتی که دارند هر روزه تعداد زیادی از جوانان را مجذوب خود می‌کنند. جوانان زمان بسیار زیادی از وقت خود را صرف گشت‌وگذار در شبکه‌های اجتماعی می‌کنند و چیزهای زیادی از آن می‌آموزند. شبکه‌های اجتماعی عمومی اینترنتی و تلفن همراه متعددی در دنیا طراحی و پیاده‌سازی شده که با اهداف گوناگونی مورد استفاده افراد قرار گرفته است. امروزه در فضای مجازی، شرکت‌های بسیاری اقدام به راه‌اندازی شبکه‌های مختلف اجتماعی نموده‌اند که از طریق آن امکان ارسال و دریافت فایل تصویری صوتی و ویدئویی را برای کاربران فراهم می‌کند. آموزش‌های بسیاری در فضای مجازی ارائه می‌شود که از آموزش موسیقی

گرفته تا سفالگری، نقاشی، خطاطی و... را شامل می‌شود. امروزه با گسترش اینترنت، استفاده از خدمات شبکه‌های اجتماعی، روزبه‌روز محبوبیت بیشتری پیدا می‌کند (تولایی و همکاران، ۱۳۹۴).

با افزایش سرعت تحولات حوزه فناوری اطلاعات، پلتفرم‌های متعددی از شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک، اینستاگرام، لینکدین، توییتر و... به‌وجود آمده‌اند که ضمن ارائه بستر ارزشمند و مناسب ارتباطی به کاربران خود، فرصتی استثنایی برای درآمدزایی و تبلیغ صاحبان کار محسوب می‌شود. جنبه سرگرمی و آموزشی این شبکه‌ها باعث شده که زوایای قوی دیگری مثل ابعاد مالی و ارتباطات کاری، جلوه‌ای خاص پیدا کنند که به‌مثابه تغییر در شئون و ابعاد مختلف زندگی انسان امروزی است. لذا بایستی توجه نمود که حضور عاملانه در روند تحولات آینده، کاهش تهدیدات و افزایش فرصت‌ها و گزینه‌ها در این فضاها، نیازمند رویکردی آینده‌پژوهانه خواهد بود که امکان کنشگری در رخدادهای آینده را فراهم نماید. از این‌رو، مطالعات آینده‌پژوهی هنر نیز بدون درک عمیق گذشته و انتقال مؤلفه‌های اصلی و الهام‌بخش آن به آینده میسر نخواهد شد. مطالعات آینده با بهره‌گیری از گستره‌ای از متدولوژی‌ها و تجزیه و تحلیل منابع، بجای تصور خطی از آینده به گمانه‌زنی‌های مطالعاتی در مورد امکان‌پذیریش، بین چندین آینده می‌پردازد (شاهروندی و همکاران، ۱۴۰۱). مطالعات آینده‌پژوهی در حوزه هنرهای اسلامی نیز می‌تواند نگرش به یک آینده خطی و جبری را در جهت‌گزینش آینده‌های مطلوب از بین آینده‌های محتمل، تغییر داده و توانایی برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری‌های کلان در حوزه هنر اسلامی در فضای مجازی با سناریوهای مختلف و ترجیحی را میسر سازد (طاهری دمنه، گیائی زارچ، ۱۳۹۹).

آینده فضای مجازی با تمام آشفتگی‌ها، ابهام‌ها و عدم اطمینان‌های خود بی‌تردید یکی از مهم‌ترین فضاهایی است که فرصت‌های بزرگ پیشتازی در حوزه‌های مختلف و از جمله هنرهای اسلامی را در خود نهفته دارد و طبیعتاً کسانی بیش‌ترین شانس بهره‌گیری از این فرصت‌ها را دارند که از پیش خود را آماده کرده و در کمین آن‌ها نشسته و برای بهره‌برداری از وضعیت‌های گوناگون متصور، تمرین نموده و آمادگی‌های لازم را کسب کرده باشند. حال باتوجه‌به مطالب بیان شده پژوهش حاضر به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال است که سناریوی مطلوب توسعه هنرهای اسلامی در فضاهای مجازی و خصوصاً پلتفرم اینستاگرام کدام‌اند و چگونه می‌توان آنها را انتخاب و تعیین نمود؟

با بررسی تحقیقات صورت‌گرفته در حوزه فرهنگ و هنر و شبکه‌های اجتماعی مشاهده می‌شود که هر یک از تحقیقات کوشیده‌اند تا به نوبه خود از یک زاویه مشخص به بررسی ابعاد مختلف این موضوعات بپردازند. از جمله تحقیقات جدید این حوزه می‌توان به مطالعه باحجب قدسی و همکاران (۱۴۰۰) اشاره نمود که در پژوهش خود به بررسی چیستی تغییرات و تحولات سیاسی دهه‌های اخیر با هدف نقش آینده‌پژوهی در شکل‌گیری گفتمان سیاست‌گذاری فرهنگی هنری در ایران به‌ویژه بر هنر افق ۱۴۱۷ پرداخته‌اند. نتایج این مطالعه حاکی از آن است که آینده‌پژوهی با مهار تغییرات و ارزش‌ها، انسجام فرهنگی را پایدار می‌سازد. از دیدگاه محققین، آینده‌پژوهی هنر معاصر، راهکار مناسبی جهت ارتقای جایگاه هنر، شناخت فرصت‌ها و تهدیدهای آینده باتکیه بر تحولات علمی و فناوری‌های نوظهور و خلاقانه است. لذا

آینده‌پژوهی می‌تواند هنر را به خدمت گرفته تا از آن برای ساخت آینده بهتر استفاده نماید. زکریایی و رحیمی (۱۴۰۰) در تحقیق خود به آینده‌پژوهی هنر گیوه‌بافی شهرستان دهاقان پرداخته‌اند. نتایج حاصل از این پژوهش گویای آن بوده که براساس ۶ عامل پیشران کلیدی، ۴ سناریوی درنای امید، سیمرغ، ای کیو سان و شازده کوچولو ارائه شده است. ایجاد این عوامل باعث جذب، تقویت و توانمندسازی تخصصی هنرجویان و همچنین تداوم، رونق و توسعه (فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی) هنر گیوه‌بافی می‌شود و می‌توان آینده مطلوبی برای این هنر ایرانی - اسلامی انتظار داشت. در مطالعه دیگری توسط اسمعیلی، کیقبادی (۱۳۹۸) اظهار شده است که توجه به فناوری‌های نوین در آینده جهان امری ضروری و لازم بوده و فرهنگ و هنر اسلامی نیز نیازمند توجه بیشتر به نقش آن در تشکیل تمدن نوین اسلامی خواهد بود. در مطالعه دیگری شوهانی و حسینی (۱۳۹۷) به بررسی تأثیر فضای مجازی بر زبان و ادبیات فارسی پرداخته و بیان نموده‌اند که نقش فضاهای مجازی در انتشار و گسترش شعر معاصر بسیار مهم و بارزتر است. در بررسی دیگری آذرگون (۱۳۹۴) بیان می‌نماید که دولت‌ها و گروه‌های اجتماعی می‌توانند با استفاده از وسایل ارتباط جمعی مانند روزنامه، رادیو، تلویزیون و اینترنت سیاست‌های فرهنگی و هنری خود را در جامعه تبلیغ و یا آموزش داده و آن‌ها را به گفتمان مسلط در جامعه تبدیل کنند و سطح اطلاعات و یا آگاهی عمومی در جامعه و فرهنگ عمومی را ارتقا دهند. معین‌الدینی و خلیلی زیدانلو (۱۳۹۴) در پژوهش خود با هدف معرفی هنر دیجیتال و تأثیر آن بر فناوری نوین رسانه تعاملی بیان می‌کنند که تأثیر فناوری دیجیتال باعث دگرگونی فعالیت‌هایی مانند نقاشی، رسم، مجسمه‌سازی، هنرهای صوتی و موسیقی شده است. از منظر پژوهشگران، درحالی‌که شکل‌های جدید مانند هنر اینترنت، هنر چیدمان دیجیتال، و واقعیت مجازی، به‌عنوان شیوه‌های هنری شناخته می‌شوند. انقلاب دیجیتال در شروع رشدی سریع در صنعت و تکنولوژی الکترونیک و رایانه را سبب شده است. در تاریخ بشر دو حوزه فرهنگ و هنر و تکنولوژی و صنعت دائماً در حال تأثیرگذاری متقابل بر هم بوده‌اند و تغییر و تحول هر کدام اثر مستقیمی بر طرف مقابل بجای گذارده است.

این پژوهش از نوع نظری - کاربردی است که برای اجرای آن از روش توصیفی - پیمایشی استفاده شده است. روش پژوهش در این مطالعه، اکتشافی آمیخته (کمی - کیفی) هست. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارشناسان و خبرگان حوزه هنرهای و فضای مجازی استان هست. داده و اطلاعات موردنظر در این مطالعه به دو صورت اسنادی با ابزار فیش‌برداری و میدانی با ابزار پرسش‌نامه و باتوجه به ادبیات موضوع و از طریق انجام مصاحبه‌های عمیق و نیمه‌ساختاریافته با خبرگان و متخصصانی که با روش نمونه‌گیری در دسترس و هدفمند انتخاب شده‌اند، جمع‌آوری شده است. این فرایند تا رسیدن به مرحله اشباع نظری با ۱۶ نفر انجام گردید. برای تجزیه و تحلیل اطلاعات و تدوین راهبردها و استراتژی‌ها از تکنیک SWOT بهره گرفته شده و مبنای کار قرار گرفت. این تکنیک یک روش مناسب برای تحلیل محیط‌های داخلی و خارجی و انجام تصمیم‌گیری سیستماتیک و راهبردی است که طی آن نقاط قوت، ضعف، تهدید و فرصت‌ها شناسایی شده و بهترین استراتژی‌ها نیز توسط آن مشخص می‌شود.

۱. اهداف و تاریخچه آینده‌پژوهی

آینده‌پژوهی یکی از علوم جدید و میان‌رشته‌ای است که جزء علوم و فناوری‌های نرم طبقه‌بندی می‌شود اولین مرکز آینده‌پژوهی جهان را می‌توان «اندیشکده رند» قلمداد کرد که نگاه علمی به آینده‌پژوهی مدیون همین اندیشکده است (کرمی، کشاورزی، ۱۳۹۳). در سال ۱۹۵۰ حوزه آینده‌پژوهی تنها یک‌سری طراحی یا سامانه‌های تفکر در دانشگاه‌هایی مثل هاروارد و آریزونا بود، در حالی تحولات بعد از ۱۹۸۰ در موضوع آینده‌گرایی، تغییرات وسیعی در پارادایم‌های فلسفه علم و آینده‌پژوهی داشت و از سال ۱۹۹۵ به بعد این موضوع در قالب مدرن خود که آینده‌نگاری بود، ظاهر شد و به صورت طبیعی در کلیه حوزه‌ها نفوذ پیدا نمود. امروزه همه اندیشمندان حوزه مدیریت و رهبری معتقدند آینده‌نگاری یک علم است و می‌تواند در قالب پارادایم جدید علم را با فرهنگ و عملکردهای آن ترکیب و با آن ارتباط برقرار کند و حتی سیاست‌گذاری با این دیدگاه تبدیل به یک فرایند مشارکتی شود، به گونه‌ای که گروه‌های مختلف بتوانند در آن مشارکت داشته باشند و لذا می‌توان بیان نمود که فعالیت‌های آینده‌نگاری، فرایندهایی هستند که در آن‌ها از طریق تعامل بین بازیگران قدرت‌ساز اعم از صنعتی، دانشگاهی، دولتی و اجتماعی، انتخاب استراتژی‌ها و و آینده‌نگاری در حوزه‌های مربوط به علم و فناوری توسعه می‌یابد (لیونز^۱، ۲۰۰۰).

تعاریف متعددی برای آینده‌پژوهی وجود دارد که همه آن‌ها تقریباً دارای نقاط اشتراکی از قبیل موارد ذیل است ۱- تأکید بر علمی بودن آینده‌پژوهی، ۲- بهبود آینده شکل‌دادن به آن، ۳- تأکید بر شناسایی و کشف آینده، ۴- تقسیم‌بندی انواع آینده ۵- هنر کشف آینده (تولایی، ۱۳۹۳). در یکی از این تعاریف ساده و در عین حال بسیار ژرف، «آینده‌پژوهی» علم و هنر کشف آینده و شکل بخشیدن به دنیای مطلوب فردا عنوان شده است (ملکی‌فر، ۱۳۸۵).

یکی از ویژگی‌های اساسی برای آینده‌پژوهی، تعریف هدف است؛ چراکه تعریف هدف، ماهیت ارتباط با فرایند تصمیم‌گیری را معین می‌کند. اهدافی را که آینده‌پژوهی دنبال می‌نماید عبارت‌اند از:

تعیین جهت: آینده‌پژوهی خطوط راهنما و گستره‌ای را در زمینه سیاست علمی و توسعه مجموعه‌ای از گزینه‌ها در اختیار محققین قرار می‌دهد تا چراغ راهی در سمت‌گیری‌ها باشد.

- ۱- هوشمندی پیشگویانه: شناسایی روندهای در حال ظهور که بر روی خط‌مشی‌های آینده تأثیر می‌گذارند.
- ۲- توافق‌سازی: افزایش موافقت بیشتر بر روی اهداف یا نیازهای شناخته شده در میان مدیران، کارگزاران و خبرگان کشور و دیگر کاربران که نهایتاً سطح هزینه‌ها و اصطکاک‌ها را کاهش می‌دهد؛
- ۳- حمایت مندی: ارتقای تصمیمات و خط‌مشی‌های هماهنگ، متناسب با ترجیح منافع همگانی در سیستم که در پایان به تعیین شرایط و حمایت از تلاش‌های یاری می‌رساند؛

^۱ Lyons., ۲۰۰۰

۴- تمرکز آموزش: لازمه هرگونه مدیریت در نیل به اهداف آینده‌نگر، بهره‌گیری از کاربران تحقیق و آموزش است که در نیل به هدف یکپارچه و یک راستا حرکت می‌نماید.

اولویت‌بندی: شاید مهم‌ترین هدف آینده‌پژوهی و عامل محرکه اجرای آینده‌نگاری، تعیین اولویت‌ها به معنای انتخاب آگاهانه بین فعالیت‌ها و ترجیح‌دادن فعالیت مهم‌تر به کم‌اهمیت‌تر باشد (معماریان نژاد، ۱۳۸۶).

بنابراین، با هدف‌مندی موصوف می‌توان آینده‌پژوهی را فرایند کشف و درک ضرورت‌ها و برنامه‌های آینده مطلوب تلقی نمود که با محاسبه الزامات و اقتضائات در نظام قدرت، مسیر توسعه و پیشرفت جوامع را با بهره‌گیری فرایندهای علمی و شبیه‌سازی آن سیاست‌گذاری و هموار می‌نماید.

۲. شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی

رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان بستری در فضای مجازی که قابلیت انتقال انواع محتواهای مختلف را دارد، در تحولات اجتماعی بسیار مؤثر بوده و از منظر سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران بسیار حائز اهمیت هست. بحث شبکه اجتماعی در سال ۱۹۶۰ نخستین بار در دانشگاه ایلی‌نیوز در ایالت متحده آمریکا مطرح گردید، پس از آن در ۱۹۹۷ نخستین سایت شبکه اجتماعی به آدرس اینترنتی (SixDegress. Com) راه‌اندازی شد. اما بعد از سال ۲۰۰۲ به‌دلیل انفجار تجارت در وبگاه‌های شبکه اجتماعی مانند لینکدین^۲، اورکت^۳، فرید استر^۴، باعث تحول عظیم در این عرصه و شکوفایی شبکه‌های اجتماعی شد. در سال ۲۰۰۴ سایت‌های شبکه اجتماعی فرینداستر با هفت میلیون کاربر و مای اسپیس با چهار میلیون کاربر مقام‌های اول را داشتند. در این سال، سایت فیس‌بوک نیز راه‌اندازی شد. سال ۲۰۰۵، سال ظهور قوانین گسترده برای شبکه‌های اجتماعی بود زیرا بسیاری از اطلاعات شخصی افراد در اختیار این شبکه‌ها قرار داشت. قوانینی که حفظ این‌اطلاعات و نوع ارتباطات را مشخص کردند. سرانجام سال ۲۰۰۶، سال گسترش روزافزون کاربران و بازدیدکنندگان وبگاه‌های شبکه اجتماعی بود؛ طوری که با توجه به تعداد کاربران این سال را می‌توان سال شروع حرفه‌ای شبکه‌های اجتماعی نامید (احمدزاده کرمانی، ۱۳۹۰).

برخی از شبکه‌های اجتماعی در حال حاضر جمعیتی معادل چند کشور پرجمعیت جهان دارند. در این فضای بدون مرز، افراد فارغ از قوانین و هنجارهای رسمی شبکه‌های مجازی، به باز تولید خود می‌پردازند و بنابر آنچه منتشر می‌شود هویتی جدید از خود تعریف می‌کنند. شکل‌دهنده و سازنده عادات، رفتارها و کنش‌های رایج یک جامعه تحت‌تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات به‌ویژه اینترنت به شکل نامحسوس تغییر شکل داده و آن‌چنان در متن فرهنگ اصیل آن ملت یا جامعه رسوخ می‌کنند که از درون‌هسته مقاومت افراد را در برابر آسیب‌های فرهنگی تضعیف و آسیب‌پذیر می‌گردانند (مینایی پور، ۱۳۹۷). شبکه‌های اجتماعی را می‌توان بخشی از رسانه‌های اجتماعی در نظر گرفت و تغییرات

^۲ Lindedin

^۳ Orkut

^۴

هرکدام بر دیگری تأثیر می‌گذارد؛ به طوری که می‌توان شبکه‌های اجتماعی را بخش اصلی رسانه‌های اجتماعی در نظر گرفت. البته در پاره‌ای از موقع به علت نزدیکی این دو مفهوم شبکه اجتماعی را مترادف رسانه‌های اجتماعی در نظر می‌گیرند. اما بایستی در نظر داشت که تفاوت‌های بارزی میان این دو مفهوم وجود دارد که می‌توان آن‌ها را به شرح زیر خلاصه نمود (شریف شیخ‌الاسلامی و همکاران، ۱۴۰۰):

۱- رسانه‌های اجتماعی راهی برای انتقال اطلاعات به مخاطبین از پیش تعیین شده و گسترده است. در این حال شبکه‌های اجتماعی هدف به اشتراک گذاشتن اطلاعات با مخاطبانی خاص را دنبال می‌کند.

۲- شبکه‌های اجتماعی سیستمی ساده برای انتشار اطلاعات به دیگران هستند. در این شبکه‌ها برخلاف رسانه‌های اجتماعی، ارتباط دوطرفه است.

۳- در رسانه‌های اجتماعی ارتباط مستقیم میان افراد خاص وجود ندارد، لیکن در شبکه‌های اجتماعی ارتباط مستقیم بین شما و کسانی که شما انتخاب می‌کنید برقرار می‌شود؛ به این ترتیب مکالمات شما غنی‌تر، هدفمندتر و بیشتر شخصی می‌شود. اصولاً رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجبورند در برخی موارد هم‌پوشانی داشته باشند، اما به هر حال بایستی توجه داشت که آن‌ها دو مفهوم مجزا هستند.

هر شبکه اجتماعی، فرهنگ ارتباطاتی خاص خود را دارد؛ یعنی منش و گفتار مخصوص و منحصر به فردی برگزیده است؛ البته می‌توان شبکه‌هایی یافت که برای خود فرهنگ ارتباطاتی تقلیدی برگزیده‌اند. فرد با عضویت در هر شبکه اجتماعی، درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطاتی می‌شود که شامل برخورد، تکیه کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار، تیپ شخصیتی و ظاهری و... است. بی تردید میزان تأثیرپذیری فرد از این محیط، صفر مطلق نخواهد بود. پس هر شبکه اجتماعی هویت مطلوب خود را ترویج می‌کند و مفاهیم مختلفی را آموزش و یا انتقال می‌دهد (بخشی و همکاران، ۱۳۹۲).

۳. کارکردهای شبکه‌های اجتماعی

شناخت کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی و آگاه کردن مخاطبین با کارکرد این شبکه‌ها یک ضرورت است. شبکه‌های اجتماعی مجازی پدیده نوظهوری است که هم‌زمان با توسعه فناوری اطلاعات در دنیا رایج و با استقبال گسترده اقشار مختلف مردم روبه‌رو شده است.

شبکه‌های اجتماعی مجازی فضایی‌اند که اجازه می‌دهند افراد در جامعه‌ای جدید، به‌طور مجازی زندگی کنند. هابرماس بر این باور است که قلمرو عمومی که آن را سپهر عمومی یا عرصه عمومی می‌نامد، در عصر مدرن احیا شده است و در مکان‌هایی مانند قهوه‌خانه‌ها، قرائت‌خانه‌ها و محافل بحث و گفت‌وگو متجلی شده است. شبکه‌های اجتماعی جهت یافتن دوستان قدیمی و حفظ ارتباط، یافتن دوستان جدید و برقراری ارتباط و بحث و مبادله نظر بستری فراهم می‌کند که این ارتباط، محیط را بسیار جذاب می‌کند، تمایل به عرضه نظر خود در فضایی عمومی و به‌دوراز دغدغه

و شنیدن نظرات دیگران در آرامش و همچنین، تمایل به تأییدشدن یا تأیید گرفتن از جذابیت‌هایی است که این شبکه‌ها را برای کاربران جذاب می‌کند. «چونگ» می‌گوید: صفحات پروفایل افراد در شبکه‌های اجتماعی، ایجاد وبلاگ شخصی در این فضا، گذاشتن عکس‌ها و موسیقی‌ها و لینک‌ها و... همه‌وهمه فضایی جذاب برای تعاملی مجازی را فراهم می‌کنند و ضمن به نمایش گذاشتن «من واقعی»، امکان ارائه آموزش و انتقال هنر و فرهنگ بومی و ملی را فراهم می‌سازد (چونگ^۵، ۲۰۰۰).

امروزه اعتقاد بر این است که شبکه‌های اجتماعی که بخشی از رسانه‌های اجتماعی هستند اغلب جایگاه بروز تحول در فرهنگ‌اند، چه به معنی هنر و اشکال نمادین آن و چه در معنای مدها، خلق و خوی‌ها، شیوه‌های زندگی و هنجارها. آن‌ها داورهای ارزشی و هنجاری خود را به صورتی غیرقابل تفکیک و مخلوط با اخبار و برنامه‌های سرگرم‌کننده بیان می‌کنند (محمدی، رحمان‌زاده؛ ۱۳۹۶). لذا نقش این شبکه‌ها به‌عنوان یک عامل ارتباطی، نهادینه‌سازی ارزش‌ها در جامعه است که از طریق تبادل اطلاعات بین نسلی حاضر و انتقال آن به انسان‌های فعلی و حتی نسل‌های آتی، نقش حیاتی در فرهنگ‌سازی و انتقال هنر و آداب‌ورسوم و شیوه زندگی دارد (قربان‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵).

علی‌رغم داشتن فوایدی بسیار مفید، چالش‌هایی که شبکه‌های اجتماعی در سال‌های اخیر با آن‌ها مواجه بوده‌اند، حوزه‌هایی فراتر از فضای مجازی را تحت تأثیر قرار داده است. شبکه‌های اجتماعی از سویی به‌عنوان یکی از گونه‌های رسانه‌های اجتماعی، امکانات تعاملی قابل توجهی را برای کاربران اینترنتی فراهم کرده‌اند (فردیناند^۶، ۲۰۰۰)، و در افزایش مشارکت شهروندان در برخی فرایندها مؤثر بوده‌اند. از سویی دیگر، این شبکه‌ها دولت‌ها را با آسیب‌های گسترده‌ای در حوزه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی مواجه کرده‌اند (سردارآبادی، ۱۳۸۳).

۴. هنرهای اسلامی و ایرانی

هنرهای اسلامی یا هنرهای مسلمانان به بخشی از هنر اطلاق می‌شود که در جامعه مسلمانان و نه لزوماً توسط مسلمانان رواج داشته است. هرچند ممکن است این هنرها در مواردی با تعالیم و شریعت اسلام انطباق نداشته باشد؛ ولی تأثیر فرهنگ اسلامی و منطقه‌ای در آن به‌خوبی نمایان است. هنر اسلامی لزوماً برگرفته از آیات و روایات نیست، هرچند هنر اسلامی خود را بی‌نیاز از آن نمی‌داند، قداست هنر اسلامی در فرم آن نیست، بلکه در صورت آن است. حضور کلام عربی در آثار اسلامی، تقدس کلام است و نه زبان. هندسه ماهیت هنر اسلامی نیست، بلکه سازواره انسجام آن است که در صورت آن، نمود می‌یابد. در هنر اسلامی، فرم، محتوا و رسانه فرع حکمت‌اند و چون وحدت در کثرت، روایت یگانگی باری تعالی است (مهدوی‌نژاد، ۱۳۸۱).

واژه «هنر اسلامی»، واژه آشنا و غریب است که روشنایی معنای آن، تیرگی تأویل آن را به‌همراه آورده است. هرچند محققان فرانسوی اولین کاوشگران آکادمیک آثار اسلامی هستند، لیکن واژه هنر اسلامی، اولین بار در محیط‌های

^۵ Chung., ۲۰۰۰

^۶ Ferdinand., ۲۰۰۰

دانشگاهی کشور انگلستان تعریف گردید. لذا انتخاب نام هنر اسلامی، برای برخی از آثاری که با این عنوان بازشناسی می‌شوند، به وسیله سازندگان آن به انجام نرسیده، زیرا شفافیت ویژگی‌های یک اثر اسلامی، به قدری واضح و مبرهن بوده که در مکتوبات فرهیختگان گذشته، نیازی به بازگویی احساس نمی‌شده است. لذا تلاش کاوشگران غربی در بازکاوی آثار باستانی، در کشورهای اسلامی موجب حرکتی شد که در نهایت به تعریف هنر و معماری اسلامی نیز تعمیم یافت (الرافی، ۱۳۷۷). در کنار هنرهای اسلامی، «هنرهای ما» نیز برای اشاره به هنرهای جامعه ایرانی، به کار می‌رود. این هنرها پیش از ورود اسلام بیشتر متأثر از ارزش‌های فرهنگی ایران باستان و آیین زرتشت بودند. با ورود اسلام به ایران، هنرهای ما نیز بر پایه ارزش‌های والای اسلام اعتلا و گسترش یافت. هنرهای ما را می‌توانیم بر مبنای خاستگاه فرهنگی و اجتماعی آن به دودسته تقسیم نماییم (عرفان منش، ۱۳۹۳):

۱- برخی از هنرها در جامعه ایران به وجود آمده و تکامل یافته‌اند. برای مثال، می‌توان به چرخ سفالگری در هزاره ششم تا چهارم پیش از میلاد اشاره نمود که در ایران اختراع شد، و یا به ابداع برخی از آثار و پدیده‌های هنری به ویژه در معماری نظیر طاق‌های هلالی و یا گنبدها اشاره نمود.

۲- برخی دیگر از هنرها به ایران وارد شده‌اند که یا با تغییر شکل همراه بوده و یا بدون تغییر رواج یافته‌اند. برای مثال، پس از ورود اسلام به ایران، هویت هنر اصیل و پیشین ایرانی حفظ شده و در پاره‌ای از موارد با هنر اسلامی در آمیخت. طوریکه در زمان عباسیان، هنر ایرانی غلبه یافت و یا اینکه در عصر صفویه، استاد بهزاد با وارد نمودن تکنیک‌های جدید، نقاشی ایرانی را تقویت نمود.

در مجموع با بازخوانی پاره‌ای از متون هنری می‌توان برخی از مهم‌ترین مصادیق هنرهای ایرانی-اسلامی را بیان نمود که به ترتیب عبارت‌اند از: (حقیقت، ۱۳۶۹؛ مهرپویا، ۱۳۸۸): معماری، حجاری و گچ‌بری؛ مینیاتور، میناکاری و آیینه‌کاری؛ سفالگری، ظروف آبگینه؛ خاتم‌کاری؛ قلم‌زنی و ملیله‌کاری، قالی‌بافی و جاجیم و نم؛ فیروزه‌کوبی، منبت‌کاری، تعزیه و نقالی و ...).

اگر هنر را بتوان بخشی از فرهنگ هر جامعه و تمدن به حساب آورد، سیر تحولات فرهنگی هر جامعه در لایه‌های عمیق معرفتی (ارزش‌ها و هنجارها) تا لایه‌های بیرونی فرهنگ (ظواهر و رفتارها) بر هنر تأثیرگذار خواهد بود. مواجهه جامعه ایرانی با فرایند مدرن‌شدن و شکل‌گیری گونه‌ای از اندیشه‌های اجتماعی- فرهنگی متأثر از این فرایند به ویژه در دوران قاجار، در تعریف هنر و فرهنگ جامعه ایران اسلامی آثاری را برجای گذاشت که صورت نهایی آن را می‌توان در ترویج هنرهای زیبا که برآمده از اقتضاها و علقه‌های معرفتی تمدن غرب در ساحت هنر است، مورد دقت و ملاحظه نمود (عرفان منش، ۱۳۹۳). تحولاتی که امروزه در کنار سایر حوزه‌ها، در عرصه هنرهای اسلامی، به واسطه تکنولوژی‌های فضای مجازی رخ می‌دهد، بسیار مورد توجه است. تکنولوژی‌های جدید، فضای جدیدی را برای انسان معاصر ایجاد کرده است و اثر هنری، و یا به تعبیر والتر بنیامین هاله اثر هنری و بازتولید مکانیکی اثر هنری دچار تحول مجددی شده است. لذا تحول هنر به واسطه تکنولوژی‌های جدید است که این تکنولوژی‌ها به تدریج انسان را از عرصه تولید و

توزیع محتوا خارج می‌کند. یادگیری ماشین این قدرت را دارد که بر اساس یادگیری و نه احساسات انسانی، تولید محتوا نموده و در کنار آموزش سریع آن به انسان‌ها، روند تکثیر و انتقال آن به جوامع مختلف را تسریع نماید (سلیمانی ساسانی، ۱۳۹۸).

۵. یافته‌های تحقیق

۵.۱. یافته‌های توصیفی تحقیق

در ابتدا به منظور شناسایی نقاط ضعف، قوت، تهدید و فرصت از نظر خبرگان استفاده گردید. اطلاعات دموگرافی خبرگان به شرح جدول شماره ۱ خلاصه شده است.

جدول ۱. دموگرافی خبرگان مشارکت‌کننده در پژوهش

ردیف	میزان تحصیلات	رشته تحصیلی	سابقه کار (سال)	جنسیت		
۱	دکتر	مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات	۱۶	زن		
			۱۲	مرد		
		فلسفه هنر	۱۵	مرد		
			۱۰	مرد		
			۱۰	مرد		
				علوم ارتباطات	۱۱	زن
					۷	مرد
۲	فوق لیسانس	مدیریت فناوری اطلاعات و ارتباطات	۱۲	مرد		
			۱۶	زن		
		مدیریت رسانه	۱۴	زن		
			۱۷	مرد		
				علوم ارتباطات	۸	زن
					۱۵	مرد
۳		علوم ارتباطات	۱۵	زن		

مرد	۹	مدیریت فناوری اطلاعات و	لیسانس	
مرد	۱۳	ارتباطات		

منبع: یافته‌های تحقیق

باتوجه به نتایج جدول شماره ۱، حدود ۴۴ درصد از خبرگان شرکت‌کننده در تحقیق دارای مدرک دکترا، ۳۷/۵ درصد فوق‌لیسانس و ۱۲/۵ درصد لیسانس می‌باشند. از نظر جنیست افراد شرکت‌کننده در تحقیق، ۳۷/۵ درصد زن و ۶۲/۵ درصد بقیه را مردان تشکیل می‌دهند. کم‌ترین سابقه کار به مدت ۷ سال و بیشترین سابقه کار به میزان ۱۷ سال هست.

۵،۲. ماتریس نقاط قوت، ضعف، تهدیدها و فرصت‌ها

به‌منظور شناسایی عوامل تأثیرگذار داخلی و خارجی، بعد از انجام مصاحبه با خبرگان، نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدیدها شناسایی شده و در جدول شماره ۲ خلاصه گردید.

جدول ۲. ماتریس سوات عوامل داخلی (نقاط ضعف و قوت) و عوامل خارجی (تهدیدها و فرصت‌ها)

ضعف‌ها (W)	قوت‌ها (S)
W۱: عدم حضور جدی سازمان‌های فرهنگی و هنری در آموزش و ترویج هنرهای اسلامی	S۱: ترویج و ارتقای سطح دانش و مهارت‌های هنری
W۲: لزوم استفاده از موبایل و تقبل هزینه‌های مصرف اینترنت	S۲: بسط و گسترش یافته‌های نوین هنری
W۳: محدودیت‌های فیلترینگ و دسترسی	S۳: مزیت رقابتی در ارائه خدمات آموزش‌های هنری
W۴: لزوم ارتباط با مخابرات و اینترنت‌های پر سرعت	S۴: تغییر نگرش و بازآفرینی در مهارت‌های هنری
W۵: نبود امنیت و اعتماد به رسانه‌های فضای مجازی	S۵: شناخته‌شدن بهتر هنرهای اسلامی - ایرانی
W۶: مشکل کنترل و مدیریت محتواهای ارائه شده	S۶: ارتباط بیشتر و راحت‌تر با جامعه هنری
W۷: اتلاف وقت زیاد و اعتیادآور بودن	S۷: ساخت صفحه شخصی در شبکه مجازی و مدیریت آن
W۸: عدم تولید محتواهای مناسب هنری	S۸: ترویج خلاقیت‌های هنری
W۹: رقابت با پلت فرم‌های مشابه	S۹: امکان استفاده از محتواهای متنوع نظیر فیلم، عکس و یا صدا
W۱۰: امکان محدود پیگیری و شکایت	S۱۰: امکان کسب درآمدهای مناسب

فرصت‌ها (O)	تهدیدها (T)
O۱: کاهش هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم	T۱: برملا شدن برخی حریم‌های خصوصی
O۲: صرفه‌جویی در زمان انتقال محتواهای هنری	T۲: تغییر سبک زندگی و ذوق هنری مردم
O۳: هم‌افزایی در اشتراک اطلاعات هنری	T۳: ترویج و آموزش برخی از هنرها و فرهنگ‌های بیگانه
O۴: افزایش اطلاعات هنری مخاطبان	T۴: ضعف و یا نبود قوانین اینترنتی
O۵: داشتن مخاطب در کلیه نقاط جهان	T۵: ازدیاد بسیار زیاد انواع کلاه برداری‌های عمومی
O۶: بهادادن به آثار و تولیدات هنری	T۶: تمایل مخاطبین به آموزش‌های حضوری
O۷: تبلیغات و بازاریابی آنلاین جهت فروش سریع‌تر خدمات و کالاهای هنری	T۷: جعلی بودن مطالب و افراد
O۸: تجربه شهروند جهانی و آشناسدن با هنرهای اسلامی	

منبع: یافته‌های تحقیق

۵.۳. امتیازات عوامل داخلی و خارجی

بعد از شناسایی نقاط قوت، فرصت، تهدید و ضعف، نتایج با استفاده از پرسش‌نامه دوم که در آن عوامل به شکل طیف لیکرت (به صورت ۱ کم‌ترین امتیاز و ۵ بیشترین) امتیاز رتبه‌بندی شده بود، اهمیت هر یک از عوامل در تدوین استراتژی‌های بهینه آینده پژوهی هنر اسلامی در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر اینستاگرام مورد ارزیابی قرار گرفت و سپس مجموع امتیازها، میانگین امتیازها و نهایتاً رتبه هر عامل به دست آمد. ضریب هر عامل بین صفر تا یک خواهد بود که میزان اهمیت آن را نشان خواهد داد. تکنیک استفاده شده در این بخش برای به دست آوردن ضریب اهمیت، شاخص آنتروپی شانون هست. جدول شماره ۳ نقاط قوت تدوین استراتژی‌های بهینه آینده پژوهی هنر اسلامی را به همراه مجموع امتیازها و میانگین آن‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۳. نقاط قوت (مجموع و میانگین امتیازات)

ردیف	تحلیل نقاط قوت	مجموع امتیازات	میانگین امتیازات
S۱	ترویج و ارتقای سطح دانش و مهارت‌های هنری	۵۰	۵
S۲	بسط و گسترش یافته‌های نوین هنری	۳۸	۳/۸
S۳	مزیت رقابتی در ارائه خدمات آموزش‌های هنری	۴۶	۴/۶
S۴	تغییر نگرش و بازآفرینی در مهارت‌های هنری	۴۲	۴/۲
S۵	شناخته شدن بهتر هنرهای اسلامی - ایرانی	۴۸	۴/۸

۴/۳	۴۳	ارتباط بیشتر و راحت‌تر با جامعه هنری	S6
۳/۶	۳۶	ساخت صفحه شخصی در شبکه مجازی و مدیریت آن	S7
۳/۵	۳۵	ترویج خلاقیت‌های هنری	S8
۳/۹	۳۹	امکان استفاده از محتواهای متنوع نظیر فیلم، عکس و یا صدا	S9
۴/۵	۴۵	امکان کسب درآمدهای مناسب	S10

منبع: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در جدول بالا نشان داده شده است، ترویج و ارتقای سطح دانش و مهارت‌های هنری، شناخته شدن بهتر هنرهای اسلامی - ایرانی، مزیت رقابتی در ارائه خدمات آموزش‌های هنری و امکان کسب درآمدهای مناسب به ترتیب از بیشترین میانگین برخوردار هستند. جدول ۴، نقاط ضعف به همراه مجموع امتیازها و میانگین امتیازها را نشان می‌دهد.

جدول ۴. نقاط ضعف (مجموع و میانگین امتیازات)

ردیف	تحلیل نقاط ضعف	مجموع امتیازات	میانگین امتیازات
W1	عدم حضور جدی سازمان‌های فرهنگی و هنری در آموزش و ترویج هنرهای اسلامی	۴۸	۴/۸
W2	لزوم استفاده از موبایل و تقبل هزینه‌های مصرف اینترنت	۴۴	۴/۴
W3	محدودیت‌های فیلترینگ و دسترسی	۳۹	۳/۹
W4	لزوم ارتباط با مخابرات و اینترنت‌های پر سرعت	۳۵	۳/۵
W5	نبود امنیت و اعتماد به رسانه‌های فضای مجازی	۴۷	۴/۷
W6	مشکل کنترل و مدیریت محتواهای ارائه شده	۳۴	۳/۴
W7	اتلاف وقت زیاد و اعتیادآور بودن	۲۸	۲/۸
W8	عدم تولید محتواهای مناسب هنری	۵۰	۵
W9	رقابت با پلت فرم‌های مشابه	۲۹	۲/۹
W10	امکان محدود پیگیری و شکایت	۴۶	۴/۶

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۴ نیز نشان می‌دهد که عدم تولید محتواهای مناسب هنری، عدم حضور جدی سازمان‌های فرهنگی و هنری در آموزش و ترویج هنرهای اسلامی و نهایتاً نبود امنیت و اعتماد به رسانه‌های فضای مجازی به ترتیب میانگین

بیشتری در نقاط ضعف نسبت بقیه دارد. جدول شماره ۵ نقاط فرصت را به همراه مجموع امتیازها و میانگین آن‌ها نشان می‌دهد.

جدول ۵. نقاط فرصت (مجموع و میانگین امتیازات)

ردیف	تحلیل نقاط فرصت	مجموع امتیازات	میانگین امتیازات
۵۱	کاهش هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم	۳۶	۳/۶
۵۲	صرفه‌جویی در زمان انتقال محتواهای هنری	۴۷	۴/۷
۵۳	هم‌افزایی در اشتراک‌گذاری اطلاعات هنری	۵۰	۵
۵۴	افزایش اطلاعات هنری مخاطبان	۴۹	۴/۹
۵۵	داشتن مخاطب در کلیه نقاط جهان	۴۵	۴/۵
۵۶	بهادادن به آثار و تولیدات هنری	۳۸	۳/۸
۵۷	تبلیغات و بازاریابی آنلاین جهت فروش سریع‌تر خدمات و کالاهای هنری	۴۳	۴/۳
۵۸	تجربه شهروند جهانی و آشناسدن با هنرهای اسلامی	۴۱	۴/۱

منبع: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در جدول شماره ۵ نیز مشخص است هم‌افزایی در اشتراک‌گذاری اطلاعات هنری، افزایش اطلاعات هنری مخاطبان و صرفه‌جویی در زمان انتقال محتواهای هنری به ترتیب بیشترین میانگین را به دست آورده‌اند. در ادامه، در جدول شماره ۶ نیز امتیازات نقاط تهدید آورده شده است.

جدول ۶. نقاط تهدید (مجموع و میانگین امتیازات)

ردیف	تحلیل نقاط تهدید	مجموع امتیازات	میانگین امتیازات
T۱	برملاشدن برخی حریم‌های خصوصی	۳۹	۳/۹
T۲	تغییر سبک زندگی و ذوق هنری مردم	۵۰	۵
T۳	ترویج و آموزش برخی از هنرها و فرهنگ‌های بیگانه	۴۸	۴/۸
T۴	ضعف و یا نبود قوانین اینترنتی	۴۷	۴/۷



۴/۵	۴۵	ازدیاد بسیار زیاد انواع کلاه برداری‌های عمومی	T۵
۴/۲	۴۲	تمایل مخاطبین به آموزش‌های حضوری	T۶
۴	۴۰	جعلی بودن مطالب و افراد	TV

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول شماره ۶ هم نشان می‌دهد که در میان تهدیدات شناسایی شده، تغییر سبک زندگی و ذوق هنری مردم، ترویج و آموزش برخی از هنرها و فرهنگ‌های بیگانه و نهایتاً ضعف و یا نبود قوانین اینترنتی به ترتیب بیشترین میانگین را به دست آورده اند.

۵،۴. ماتریس ارزیابی SWOT از نظر خبرگان

این ابزار در عین سادگی، چارچوب مفیدی برای تجزیه و تحلیل منابع داخلی و روندهای بیرونی در وضعیت رقابتی در اختیار قرار می‌دهد. جدول شماره ۷ ماتریس ارزیابی SWOT از نظر خبرگان را نشان می‌دهد.

جدول ۷. ماتریس ارزیابی SWOT از منظر خبرگان

ردیف	نقاط ضعف	میانگین امتیازات	ضریب اهمیت
W۱	عدم حضور جدی سازمان‌های فرهنگی و هنری در آموزش و ترویج هنرهای اسلامی	۴/۸	۰/۱۰۰۹
W۲	لزوم استفاده از موبایل و تقبل هزینه‌های مصرف اینترنت	۴/۴	۰/۱۰۰۱
W۳	محدودیت‌های فیلترینگ و دسترسی	۳/۹	۰/۰۹۹۴
W۴	لزوم ارتباط با مخابرات و اینترنت‌های پر سرعت	۳/۵	۰/۰۹۹۴
W۵	نبود امنیت و اعتماد به رسانه‌های فضای مجازی	۴/۷	۰/۱۰۰۶
W۶	مشکل کنترل و مدیریت محتواهای ارائه شده	۳/۴	۰/۰۹۹۹
W۷	اتلاف وقت زیاد و اعتیادآور بودن	۲/۸	۰/۰۹۸۹
W۸	عدم تولید محتواهای مناسب هنری	۵	۰/۱۰۰۷
W۹	رقابت با پلت فرم‌های مشابه	۲/۹	۰/۰۹۹۴
W۱۰	امکان محدود پیگیری و شکایت	۴/۶	۰/۱۰۰۴
ردیف	نقاط قوت	میانگین امتیازات	ضریب اهمیت
S۱	ترویج و ارتقای سطح دانش و مهارت‌های هنری	۵	۰/۲۲۸۰

۰/۰۸۶۲	۳/۸	بسط و گسترش یافته‌های نوین هنری	۵۲
۰/۰۹۱۱	۴/۶	مزیت رقابتی در ارائه خدمات آموزش‌های هنری	۵۳
۰/۰۸۱۳	۴/۲	تغییر نگرش و بازآفرینی در مهارت‌های هنری	۵۴
۰/۰۹۸۱	۴/۸	شناخته‌شدن بهتر هنرهای اسلامی - ایرانی	۵۵
۰/۰۸۱۳	۴/۳	ارتباط بیشتر و راحت‌تر با جامعه هنری	۵۶
۰/۰۸۱۳	۳/۶	ساخت صفحه شخصی در شبکه مجازی و مدیریت آن	۵۷
۰/۰۸۱۳	۳/۵	ترویج خلاقیت‌های هنری	۵۸
۰/۰۸۱۳	۳/۹	امکان استفاده از محتواهای متنوع نظیر فیلم، عکس و یا صدا	۵۹
۰/۰۸۱۳	۴/۵	امکان کسب درآمدهای مناسب	۵۱۰
ضریب اهمیت	میانگین امتیازات	فرصت‌ها	ردیف
۰/۱۴۷۹	۳/۶	کاهش هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم	۵۱
۰/۱۳۶۷	۴/۷	صرفه‌جویی در زمان انتقال محتواهای هنری	۵۲
۰/۱۵۱۰	۵	هم‌افزایی در اشتراک‌گذاری اطلاعات هنری	۵۳
۰/۱۵۷۱	۴/۹	افزایش اطلاعات هنری مخاطبان	۵۴
۰/۱۰۱۸	۴/۵	داشتن مخاطب در کلیه نقاط جهان	۵۵
۰/۱۰۱۸	۳/۸	بهادادن به آثار و تولیدات هنری	۵۶
۰/۱۰۱۸	۴/۳	تبلیغات و بازاریابی آنلاین جهت فروش سریع‌تر خدمات و کالاهای هنری	۵۷
۰/۱۰۱۸	۴/۱	تجربه شهروند جهانی و آشناسدن با هنرهای اسلامی	۵۸
ضریب اهمیت	میانگین امتیازات	تهدیدها	ردیف
۰/۱۸۲۱	۳/۹	برملاشدن برخی حریم‌های خصوصی	T۱
۰/۱۷۵۶	۵	تغییر سبک زندگی و ذوق هنری مردم	T۲
۰/۱۴۸۰	۴/۸	ترویج و آموزش برخی از هنرها و فرهنگ‌های بیگانه	T۳
۰/۱۱۹۳	۴/۷	ضعف و یا نبود قوانین اینترنتی	T۴
۰/۱۲۵۰	۴/۵	ازدیاد بسیار زیاد انواع کلاه برداری‌های عمومی	T۵
۰/۱۲۵۰	۴/۲	تمایل مخاطبین به آموزش‌های حضوری	T۶

۰/۱۲۵۰	۴	جلی‌بودن مطالب و افراد	TV
--------	---	------------------------	----

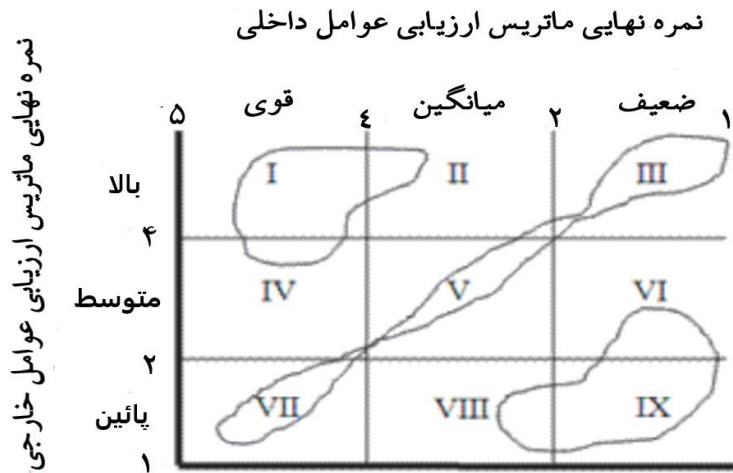
منبع: یافته‌های تحقیق

نتایج حاصل از تحلیل SWOT نشان می‌دهد که از نظر خبرگان و کارشناسان، عدم حضور جدی سازمان‌های فرهنگی و هنری در آموزش و ترویج هنرهای اسلامی با میانگین $4/8$ و ضریب اهمیت $0/1009$ به‌عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف قرار دارد و ترویج و ارتقاء سطح دانش و مهارت‌های هنری با میانگین امتیاز 5 و ضریب اهمیت $0/2280$ مهم‌ترین نقطه قوت به‌دست‌آمده هست و کاهش هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم با میانگین $3/6$ و ضریب اهمیت $0/1479$ به‌عنوان مهم‌ترین فرصت و برملاشدن برخی حریم‌های خصوصی با میانگین $3/9$ و ضریب اهمیت $0/1821$ به‌عنوان مهم‌ترین تهدید به‌دست‌آمده است.

میانگین امتیازات نقاط قوت برابر $4/22$ و ضعف‌ها برابر 4 هست و از این رو می‌توان بیان نمود که نقاط قوت رسانه مجازی اینستاگرام در تعیین استراتژی بهینه بیشتر از نقاط ضعف آن است. به‌طور مشابه میانگین امتیازات فرصت‌ها برابر $4/36$ و میانگین تهدیدها برابر $4/44$ گردیده است و لذا در اینجا نیز تهدیدهای فضاهای مجازی و اینستاگرام بزرگ‌تر از فرصت‌های ایجاد نموده آن در حوزه هنرهای اسلامی هست.

۵,۵. ماتریس داخلی و خارجی

بعد از به‌دست‌آوردن امتیازات کسب شده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، امتیازات به‌دست‌آمده را در درون ماتریس داخلی و خارجی قرار می‌دهیم. این ماتریس از 9 خانه تشکیل شده است که دارای دو بعد اصلی هست. میانگین نهایی حاصل از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و یا همان نقاط ضعف و قوت بر روی محور X ها نشان داده می‌شود که برابر $4/11$ هست. به‌طور مشابه میانگین نهایی ماتریس ارزیابی عوامل خارجی و یا همان تهدیدها و فرصت‌ها هم بر روی محور Y ها درج می‌گردد که برابر $4/39$ هست. با تعیین نقطه حاصل شده بر روی نمودار، منطقه واقع شده از میان سه منطقه رشد و ساخت (ناحیه IV, II, I)، حفظ و نگهداری (ناحیه VII, V, III) و نهایتاً برداشت و کاهش (ناحیه VI, IX, VIII) به‌دست خواهد آمد.



نمودار ۱. ماتریس داخلی و خارجی (IE)

از آنجایی که منطقه تعیین شده، ناحیه ا هست، بدین معناست که عوامل داخلی (نقاط قوت و ضعف) و همچنین میزان پاسخگویی به عوامل خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) در شرایط قوی است. در این حالت استراتژی‌های ساخت و رشد پیشنهاد می‌شود. این راهبرد می‌تواند شامل رسوخ در بازار، توسعه بازار و یا یکپارچه‌سازی باشد که طی آن سعی می‌شود که از فرصت‌های موجود به‌منظور تحقق آینده مطلوب و آرمانی حداکثر استفاده می‌شود. لذا می‌توان دریافت که اپلیکیشن تلگرام نیز در شرایطی قرار دارد که می‌توان از قابلیت‌های استراتژیک آن (قوت‌ها) با فرصت‌های محیطی بالا (به دلیل گستردگی و رشد بازار استفاده از آن) استفاده بهینه نمود. لذا بهترین استراتژی در این شرایط، تقویت نقاط قوت و بهره‌برداری حداکثری از فرصت‌های محیطی و تقویت تأثیرگذاری آن جهت توسعه هنرهای اسلامی هست.

نتیجه‌گیری

فناوری‌های نوین ارتباطی عصر جدید که دستاورد شبکه جهانی اینترنت هستند، تمامی ابعاد و حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و حتی هنری را دچار تغییر و تحول کرده‌اند. شناخت کلیه فناوری‌ها و شبکه‌های اجتماعی و ابعاد آن نقش بسیار مهمی در تغییر شیوه زندگی و فرهنگ عمومی دارد.

آینده‌پژوهی باتکیه بر تحولات علمی و فناوری‌های نوظهور و خلاقانه می‌تواند تا با شناخت فرصت‌ها و تهدیدها، نقاط ضعف و قوت راه‌کارهای مناسبی جهت مقابله با نااطمینانی ارائه دهد. آینده‌پژوهی هنر را به خدمت گرفته تا از آن برای ساخت آینده بهتر استفاده کند. پژوهش در حوزه هنر در دهه‌های اخیر با توجه به رشد و پیشرفت تکنولوژی به‌طور خاص گسترش یافته است. از آنجایی که جهان امروز و به‌ویژه هنرها نیز با شتاب مناسبی در حال تغییر بوده و دانش بشری نیز هر ساله بیشتر می‌شود، نیاز به پدیده آینده‌پژوهی، برنامه‌ریزی و توسعه نیز بیشتر احساس می‌شود. از این رو، در این مطالعه نیز با استفاده از یک رویکرد تحلیلی-توصیفی سعی گردید تا با استفاده از نظرات خبرگان، نقاط ضعف، قوت، تهدیدها و فرصت‌های مربوط به هنرهای اسلامی در شبکه‌های مجازی مهمی نظیر اینستاگرام مورد بررسی قرار

گرفته و استراتژی مناسب این حوزه با توجه به موارد ذکر شده تعیین شود. نتایج حاصل از پژوهش نشان داد که عدم حضور جدی سازمان‌های فرهنگی و هنری در آموزش و ترویج هنرهای اسلامی به‌عنوان مهم‌ترین نقطه ضعف موجود در پلت فرم اینستاگرام است که به‌عنوان مانعی در شناساندن و توسعه هنرهای اسلامی مطرح می‌گردد. در مقابل، ترویج و ارتقای سطح دانش و مهارت‌های هنری نیز مهم‌ترین نقطه قوت این پلتفرم هست. کاهش هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم استفاده‌کنندگان از این رسانه اجتماعی به‌عنوان مهم‌ترین فرصت و برملاشدن برخی حریم‌های خصوصی به‌عنوان مهم‌ترین تهدید موجود در فضای مجازی و استفاده از این رسانه اجتماعی شناخته می‌شود.

نتایج حاصل از بررسی ماتریس داخلی و خارجی نیز نشان داد که با توجه به امتیازات ارائه شده به عوامل داخلی و خارجی، مناسب‌ترین استراتژی پیشنهادی، استراتژی رشد و ساخت هست. استراتژی رشد و ساخت، شامل نفوذ در بازار، توسعه بازار و توسعه محصول هست که طی آن از فرصت‌های موجود به‌منظور تحقق آینده مطلوب و آرمانی حداکثر استفاده به عمل خواهد آمد. لذا فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی که در بستر اینترنت فعالیت دارند، علی‌رغم داشتن مضرات و خطرات جدی در تمامی حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، در صورت استفاده صحیح و مدیریت شده می‌تواند به‌عنوان ابزاری مناسب جهت توسعه و ترویج فرهنگ و هنر و خصوصاً هنرهای اسلامی - ایرانی مورد استفاده قرار گیرد.

در شبکه‌های اجتماعی مجازی که هر کاربر آن بی‌شماری را جذب خود می‌نماید هر شخص حقیقی و حقوقی می‌تواند به‌نام خود، گروه، حزب، سازمان، کسب‌وکار صنفی، صفحه‌ای گشوده و با تکمیل پروفایل کاربری خود، خانواده و دوستانش، زمینه شغلی و تحصیلی، دیدگاهش به زندگی، مذهب، علاقه‌های هنری، علمی، موسیقی، ورزشی و تفریحی را معرفی نموده و محتوای صوتی، تصویری یا مکتوب شخصی، اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی مورد نظر را با استفاده از امکانات شبکه، در کم‌ترین زمان ممکن با دیگر اعضا در تمامی نقاط جهان به اشتراک بگذارد. این گستره بی‌نظیر ارتباطی در عین داشتن پاره‌ای از چالش‌ها و خطرات، جذابیت و مزیت‌های بی‌شماری دارد که در صورت مدیریت اصولی آن، منافع و فواید بی‌شماری را در حوزه ترویج علم، فرهنگ و نهایتاً هنرهای اسلامی - ایرانی به همراه خواهد داشت. طبیعی است کسانی از این فناوری استفاده بیشتری خواهند داشت که با آگاهی و شناخت بهتر، وارد این فضا شوند.

منابع و مآخذ:

کتابها

آذرگون، نسرين. (۱۳۹۴). نقش رسانه‌ها در توسعه فرهنگی». کنفرانس بین‌المللی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی. مشهد: مؤسسه تحقیقاتی رایمند پژوه.

احمدزاده کرمانی، روح‌الله. (۱۳۹۰). بازانديشي در فرهنگ و رسانه. تهران: انتشارات چاپار.

الرافى، انور. (۱۳۷۷). تاريخ هنر در سرزمين‌هاى اسلامى. ترجمه: عبدالرحيم فنوت، تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی.

حقيقت، عبدالرفيع. (۱۳۶۹). تاريخ هنرهای ملی و هنرمندان ایرانی. جلد اول، تهران: شرکت مؤلفان و مترجمان ایران.

ملکی فر، عقيل. (۱۳۸۵). الفباى آینده‌پژوهی. تهران: مؤسسه فرهنگی و انتشاراتی کرانه علم.

مقالات

اسمعیلی، عبدالکریم؛ کیقبادی، علیرضا. (۱۳۹۸). «تأثیر متقابل فرهنگ و فناوری در ایجاد سازمان‌های آینده‌ساز با تأکید بر تمدن نوین اسلامی». همایش ملی تمدن نوین اسلامی، دوره چهارم.

باحجب قدسی، ساناز؛ شاهرودی، فاطمه و مطرنیا، مهدی. (۱۴۰۰). «نقش آینده‌پژوهی در شکل‌گیری سیاست‌گذاری هنر در ایران». ماهنامه علمی (مقاله علمی-پژوهشی) جامعه‌شناسی سیاسی ایران، شماره چهارم، ۱۹۸-۲۱۴.

بخشی، بهاره؛ نصیری، بهاره و بختیاری، آمنه. (۱۴۰۱). «نقش و کارکرد شبکه‌های اجتماعی (مطالعه موردی شبکه اجتماعی کفه مام، شبکه ای برای مادران و کودکان)». پژوهشنامه زنان، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. شماره دوم، ۳۷-۵۹.

تولایی، روح‌الله. (۱۳۹۳). «آینده‌پژوهی، روندهای خدمات فضای مجازی ایران در فرایند تکنولوژیک جهانی شدن با روش دلفی». فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن. شماره چهاردهم، ۲۱۳-۹۲.

تولایی، روح‌الله؛ صباغی، زهرا و طوطیانوش، حمیدرضا. (۱۳۹۴). «آینده‌پژوهی فرصت‌ها و تهدیدات شبکه‌های اجتماعی برای جوانان (با استفاده از تکنیک چرخه آینده)». دومین کنفرانس ملی آینده‌پژوهی جمهوری اسلامی ایران با رویکردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات. ۱۷ خردادماه، تهران.

سلیمانی ساسانی، مجید. (۱۳۹۸). «تحولات هنر در عصر فضای مجازی. دومین نشست از سلسله نشست‌های «عصر فضای مجازی و جهان آینده». پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی با همکاری پژوهشگاه فضای مجازی در سرای آوینی. پژوهشکده فرهنگ و هنر اسلامی.

- سهرابی مقدم چافجیری، ایمان و اکبرنژاد دموچالی، حسین. (۱۴۰۱). «بررسی نقش هوش مصنوعی در بازسازی بناهای تاریخی ایران». جستارنامه فرهنگ و هنر اسلامی، شماره ۳، ۱۰۶-۹۲.
- شاهرودی، فاطمه؛ مطهرنیا، مهدی؛ کامرانی، بهنام و باحجب قدسی، ساناز. (۱۴۰۱). «نقش آینده‌پژوهی در شکل‌گیری سیاست‌گذاری هنر در ایران». فصلنامه جامعه‌شناسی سیاسی ایران، دوره ۵، شماره ۴، ۲۱۴-۱۹۸.
- شریف شیخ‌الاسلامی، سید جواد؛ نظری‌زاده، فرهاد و گائینی، احمد. (۱۴۰۰). «تحلیل روندها و پیش‌رانه‌ای مؤثر بر شبکه‌های اجتماعی آینده». فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۲۷، ۳۹۹-۳۵۹.
- شفاعی بجستان، رسول و زنگنه شهرکی، سلاجقه. (۱۴۰۱). «آینده‌پژوهی تأثیر فضای مجازی بر شعر ایران». دوفصلنامه علمی آینده‌پژوهی ایران، دوره ۷، شماره ۲، ۱۰۱-۷۹.
- شوهانی، علیرضا؛ حسینی، سارا. (۱۳۹۷). «بررسی وجوه تأثیر فضای مجازی بر زبان و ادبیات معاصر». زبان و ادبیات فارسی دانشگاه تبریز شماره ۷۱، ۱۰۱-۷۵.
- قربان زاده سوار، قربانعلی؛ رحمتی، مهدی؛ ناطقی، هاشم. (۱۳۹۵). «رسانه و هویت ملی (تأثیر رسانه بر شاخص‌های هویت ملی). رسانه و فرهنگ». پژوهشکده علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، شماره ۱، ۱۳۵-۱۱۳.
- طاهری دمنه، محسن؛ غیاثی زارچ، ابوالقاسم. (۱۳۹۹). «نقش عناصر نمادین در ساخت آینده تأملی آینده‌پژوهانه بر نقش رسانه در بازآفرینی اساطیر». فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره پنجاه و یکم، ۶۲-۳۹.
- زکریایی کرمانی، ایمان و رحیمی، افسانه. (۱۴۰۰). «آینده‌پژوهی هنر گیوه‌بافی شهرستان دهاقان». دوفصلنامه هنرهای صناعی ایران، دوره ۴، شماره ۲، شماره پیاپی ۷۷، ۵۰-۳۷.
- عرفان منش، ایمان. (۱۳۹۳). «بازنمایی مولفه‌های اجتماعی هنرهای ایرانی-اسلامی (مفهوم و سنخ‌شناسی هنرهای اسلامی تا پیش از فرایند مدرن شدن)». دو فصلنامه علمی-پژوهشی اسلام و علوم اجتماعی، شماره ۱۲، ۱۲۲-۱۰۳.
- کریمی، محسن؛ کشاورزی، رضا. (۱۳۹۳). «ضرورت آینده‌پژوهی در فقه اسلامی». فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی. شماره ۷، ۸۴-۷۱.
- محمدی، کلهر؛ رحمان‌زاده، سیدعلی. (۱۳۹۶). «بررسی رابطه رسانه مورد استفاده با میزان گرایش به ارزش‌های دموکراسی» مجله مطالعات توسعه اجتماعی ایران». شماره ۴، ۳۸-۲۱.
- معین‌الدینی، محمد؛ خلیلی زیدانلو، محمدرضا. (۱۳۹۴). «تحلیلی بر هنر دیجیتال و تأثیر آن بر تکنولوژی رسانه‌های تعاملی». دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی.
- مهدوی‌نژاد، محمدجواد. (۱۳۸۱). «هنر اسلامی در چالش مفاهیم معاصر و افق‌های جدید». نشریه هنرهای زیبا، شماره ۱۲، ۳۲-۲۳.

- معماریان نژاد، محمد. (۱۳۸۶). «آینده پژوهی، الزامات و الگوها». ماهنامه نگرش راهبردی، شماره ۸۵، ۸۵-۶۵.
- موسوی گیلانی، سیدرضی. (۱۳۸۶). «سنجش مؤلفه‌های هنر اسلامی با هنر مدرن». فصلنامه عصر آدینه، پیاپی ۲، ۱۳-۲۴.
- مینایی پور، مرضیه. (۱۳۹۷). «خطر پیشرفت علم و فناوری در آینده جهان اسلام و ایران و بررسی آسیب‌ها و تهدیدهای آن برای انسان و جامعه». پانزدهمین همایش پژوهش‌های نوین در علوم رفتاری.
- مهر پویا، جمشید. (۱۳۸۸). «درآمدی بر شناخت هنرهای سنتی ایران». مجله رشد آموزش هنر. سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش وزارت آموزش و پرورش، شماره ۱۸، ۴۹-۴۵.

منابع لاتین

- Chung, C. (۲۰۰۰). "Ahome on the web", presentation of self on personal homepage; in D.Gaunlett(ed). Web.Studeis: rewiring media studies for the digital age; London: Amold.
- Lyons,K. (۲۰۰۰). Using for the future: Contract management and the environmental challenge.