



The Role of Artificial Intelligence in Modern Media and Its Impact on Promoting Religious Belief

Mohammad Hossein Esmaili Darjozi

Ph.D. Candidate in Media Management, Department of Media Management, Faculty of Management, University of Tehran, Tehran, Iran (Corresponding Author).
Mh.esmaeili@ut.ac.ir

Seyedeh Mahnaz Hosseini

M.A. in Social Communications Sciences, Department of Social Communications Sciences, Faculty of Humanities, Islamic Azad University, Damavand Branch, Tehran, Iran.
hmahnaz656@gmail.com

Abstract

Objective: This study explores the role of artificial intelligence (AI) in modern media, focusing on its impact on promoting religious beliefs. It examines both the opportunities and challenges associated with AI in religious content dissemination.

Research Methodology: A descriptive-analytical approach was utilized, incorporating domestic and international resources. Analytical frameworks were applied to evaluate the gathered data.

Findings: AI facilitates the production and distribution of religious content by analyzing user behaviors on social media platforms. However, risks such as algorithmic censorship and the distortion of religious information pose challenges to freedom of expression in online spaces.

Cite this article: Esmaili Darjozi, Mohammad Hossein; Hosseini, Seyedeh Mahnaz (2025). The Role of Artificial Intelligence in Modern Media and Its Impact on Promoting Religious Belief. *Religious Studies in Media*, 7(25):109-126.
<https://doi.org/10.22034/jmrs.2024.462227.1213>

Received: 2024/09/04 Revised: 2024/11/05 Accepted: 2024/11/11 Published online: 2025/05/07

© The Author(s).

Article type: Research Article

Published by: IRIB University



Discussion and Conclusion: While AI offers innovative tools for religious propagation, ethical oversight and frameworks are necessary to mitigate associated risks. The study highlights AI's dual role as a facilitator of religious dissemination and a potential source of challenges.

Keywords: Artificial Intelligence, Modern Media, Religious Belief, Islam, Ethical Frameworks.



نقش هوش مصنوعی در رسانه‌های نوین در زمینه دین‌باوری

محمد حسین اسمعیلی درجوزی[✉]

دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، گروه مدیریت رسانه‌ای، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

Mh.esmaeili@ut.ac.ir

سیده مهناز حسینی

کارشناسی ارشد علوم ارتباطات اجتماعی، گروه علوم ارتباطات اجتماعی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه آزاد اسلامی

واحد دماوند، تهران، ایران. hmahnaz656@gmail.com

چکیده

هدف: این مقاله به بررسی نقش هوش مصنوعی در رسانه‌های نوین و تأثیر آن بر ترویج دین‌باوری می‌پردازد. هدف اصلی تحقیق، تحلیل فرصت‌ها و چالش‌های مرتبط با استفاده از هوش مصنوعی در انتشار محتوای دینی و بررسی تهدیدهای احتمالی مانند سانسور الگوریتمی است.

روش‌شناسی پژوهش: تحقیق به روش توصیفی-تحلیلی و با استفاده از منابع علمی

استناد به این مقاله: اسمعیلی درجوزی، محمدحسین؛ حسینی، سیده مهناز (۱۴۰۴). نقش هوش مصنوعی در رسانه‌های نوین در زمینه دین‌باوری. مطالعات دینی رسانه، ۷(۲۵): ۱۰۹-۱۲۶.

<https://doi.org/10.22034/jmrs.2024.462227.1213>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۱۴ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۱ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۲/۱۷

ناشر: دانشگاه صدا و سیما

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.



داخلی و بین‌المللی انجام شده است. داده‌ها و اطلاعات به‌روز مرتبط با موضوع جمع‌آوری و بر اساس رویکردهای تحلیلی مورد بررسی قرار گرفته‌اند.

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد که هوش مصنوعی می‌تواند نقش مؤثری در تولید و توزیع محتوای مذهبی ایفا کند و از طریق تحلیل رفتار کاربران در رسانه‌های اجتماعی، محتوای دینی خلاقانه و تعاملی تولید شود. در عین حال، خطراتی مانند سانسور الگوریتمی و تحریف اطلاعات مذهبی وجود دارد که می‌تواند تهدیدی برای آزادی مذهب و بیان در فضای آنلاین باشد.

بحث و نتیجه‌گیری: استفاده از هوش مصنوعی در رسانه‌های مدرن می‌تواند به گسترش دین‌باوری کمک کند، اما این امر نیازمند نظارت دقیق و چارچوب‌های اخلاقی است تا از تهدیدات احتمالی جلوگیری شود. در نهایت، هوش مصنوعی به عنوان یک ابزار نوین، همزمان با ایجاد فرصت‌های جدید برای تبلیغ دین، چالش‌هایی نیز به همراه دارد که باید به‌طور کامل مدیریت شود.

کلیدواژه‌ها: دین، رسانه‌های نوین، هوش مصنوعی، جامعه اسلامی، دین‌باوری.

مقدمه

اهمیت روزافزون هوش مصنوعی و رشد فناوری‌های دیجیتال منجر به بحث‌های زیادی پیرامون پیامدهای آن شده است. یکی از مهم‌ترین مباحث مرتبط با توسعه هوش مصنوعی، استفاده از آن در حوزه‌های اجتماعی و دینی است. محققانی همچون دیوید مورگان^۱ (۲۰۰۸) و استوارت هوور^۲ (۲۰۰۸) به بررسی چگونگی تأثیر رسانه‌های نوین بر دین‌باوری پرداخته‌اند. با توجه به اینکه رسانه‌ها نقش مؤثری در تبلیغ و گسترش آموزه‌های دینی دارند، استفاده از هوش مصنوعی در رسانه‌های مدرن می‌تواند فرصتی برای تقویت دین‌باوری باشد؛ اما در عین حال، تهدیداتی نظیر سانسور الگوریتمی و دستکاری محتوا نیز وجود دارد که می‌تواند به آزادی دینی و

1. Morgan
2. Hoover

عقیدتی آسیب برساند. هدف این مقاله، بررسی تأثیر هوش مصنوعی بر ترویج دین‌باوری و تحلیل فرصت‌ها و چالش‌هایی است که این فناوری برای جوامع دینی به ارمغان می‌آورد.

هدف این مقاله گسترش گفتمان دانشگاهی در مورد هوش مصنوعی و دین‌باوری با بررسی تأثیر هوش مصنوعی بر آزادی مذهب یا عقیده آنلاین است. در این مقاله ابتدا هوش مصنوعی را تعریف می‌کنیم و مروری کوتاه بر آزادی مذهب یا عقیده ارائه کرده و سپس در مورد تلاقی آزادی مذهب یا عقیده و آزادی بیان بحث می‌ود. این مقاله سپس به تشریح آزادی مذهب یا عقیده آنلاین در زمینه عبادت، آموزش، عبادت و عمل می‌پردازد. پس از دست زدن به آزادی مذهب به صورت آنلاین و آفلاین، بحث به سمت تهدیدات آنلاین، یعنی سانسور الگوریتمی و عناصر تشکیل دهنده آن در نمایش محتوا و تعدیل محتوا خواهد رفت. در نهایت، این مقاله با توصیه‌های سیاستی برای دولت‌ها و شرکت‌های فناوری به پایان می‌رسد.

در این تحقیق، از نظریات استوارت هوور (۲۰۰۸) درباره رسانه‌های نوین و دین‌باوری استفاده شده است. بر اساس این نظریات، رسانه‌های نوین نه تنها ابزار انتقال اطلاعات هستند، بلکه بر نحوه تفکر و باورهای دینی افراد نیز تأثیر می‌گذارند. همچنین، دیوید مورگان (۲۰۰۸) به اهمیت بازتعریف نقش رسانه‌ها در جوامع دینی اشاره می‌کند و معتقد است که با ظهور رسانه‌های دیجیتال، دین و رسانه به هم پیوسته‌تر از گذشته شده‌اند. این چارچوب نظری به ما کمک می‌کند تا تأثیر هوش مصنوعی بر تبلیغ دین را در بستر رسانه‌های اجتماعی مدرن تحلیل کنیم.

پیشینه پژوهش

جدول (۱): مقایسه پژوهش‌های پیشین

نام و نام خانوادگی و سال انتشار	عنوان پژوهش	نتیجه گیری	پیشنهادات
رفیعی طرقی و	تطبیق مفاهیم دینی با	مفاهیم دینی مانند	گفت‌وگوی مداوم میان

نام و نام خانوادگی و سال انتشار	عنوان پژوهش	نتیجه گیری	پیشنهادات
همکاران، ۱۴۰۳	تکنولوژی هوش مصنوعی: رویکردهای معاصر	اخلاق و مسئولیت پذیری می‌توانند با استفاده از هوش مصنوعی تطبیق داده شوند، به شرط رعایت اصول اخلاقی.	کارشناسان دینی و فناوران جهت تطبیق بهتر هوش مصنوعی با اصول دینی.
مرتضوی شاهرودی و همکاران، ۱۴۰۲	چالش‌های تبلیغ مجازی دین در پرتوی هوش مصنوعی	هوش مصنوعی می‌تواند تبلیغ دین را مؤثرتر کند، اما نیاز به مدیریت دقیق و رعایت اصول اخلاقی دارد.	توصیه به مدیریت دقیق و رعایت چارچوب‌های اخلاقی در تبلیغ دین با هوش مصنوعی.
حمیدی و همکاران، ۱۴۰۱	طراحی یک سیستم هوش مصنوعی فازی در انتخاب فناوری سلامت در فرآیند آینده نگاری	فناوری‌های حوزه سلامت نیازمند ارزیابی و آینده‌نگاری برای دستیابی به خودکفایی در صنعت تجهیزات پزشکی هستند.	استفاده از سیستم‌های هوش مصنوعی برای آینده‌نگاری دقیق‌تر در فناوری‌های سلامت.
فرهنگی و قاپچی، ۱۴۰۱	مرور نظام مند پژوهش‌های حوزه آینده پژوهی رسانه با تمرکز بر مفاهیم نوظهور فناوری‌های نوین	شناخت اکوسیستم فناوری‌های نوین و اتخاذ راهبردهای حکمرانی پلتفرمی در حوزه فناوری‌های نوظهور ضروری است.	ضرورت انجام پژوهش‌های بین رشته‌ای میان فناوری‌های نوین و مدیریت رسانه.

نام و نام خانوادگی و سال انتشار	عنوان پژوهش	نتیجه گیری	پیشنهادات
حیدری و همکاران، ۱۴۰۰	تجزیه و تحلیل تأثیر رسانه‌های نوین بر قدرت نرم فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (مورد مطالعه: شهروندان اهواز)	رسانه‌های نوین می‌توانند به تقویت یا تضعیف هویت دینی و ملی کمک کنند و نیازمند مدیریت هوشمندانه هستند.	مدیریت هوشمند رسانه‌های نوین برای تقویت قدرت نرم و هویت فرهنگی.

روش‌شناسی پژوهش

روش این تحقیق به صورت توصیفی-تحلیلی است و با استفاده از منابع و اسناد علمی داخلی و بین‌المللی به تحلیل فرصت‌ها و چالش‌های مربوط به تأثیر هوش مصنوعی بر دین‌باوری پرداخته است. در این تحقیق، ابتدا به بررسی پتانسیل هوش مصنوعی برای تولید محتوای مذهبی پرداخته و سپس تهدیدات مرتبط با استفاده نادرست از این فناوری در حوزه دینی بررسی می‌شود. در نهایت، راهکارهای پیشنهادی برای بهره‌برداری صحیح از هوش مصنوعی در رسانه‌های مدرن ارائه شده است.

یافته‌ها

تعریف هوش مصنوعی و نقش آن در رسانه‌های اجتماعی

هوش مصنوعی به عنوان فناوری‌ای تعریف می‌شود که سعی دارد رفتارهای انسان را شبیه‌سازی کند و بر اساس تجزیه و تحلیل داده‌های ورودی، خروجی‌های هوشمند تولید کند. این فناوری شامل دو زیرمجموعه مهم یعنی یادگیری ماشینی و یادگیری عمیق است که هر کدام نقش مهمی در تحلیل داده‌ها و پیش‌بینی الگوها ایفا می‌کنند

(بری^۱، ۲۰۱۹). یادگیری ماشینی از مجموعه داده‌های بزرگ برای آموزش سیستم‌ها استفاده می‌کند و یادگیری عمیق با بهره‌گیری از شبکه‌های عصبی مصنوعی، قدرت بیشتری در تحلیل داده‌ها دارد.

در بستر رسانه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی به‌طور گسترده برای تحلیل رفتار کاربران و پیشنهاد محتوای مرتبط به کار می‌رود. این سیستم‌ها از تعاملات قبلی کاربران برای پیش‌بینی علایق آن‌ها استفاده می‌کنند و محتوای متناسب را نمایش می‌دهند. به‌عنوان مثال، الگوریتم‌های فیسبوک و یوتیوب بر اساس تعاملات کاربران با محتوای خاص، پیشنهادات جدیدی ارائه می‌دهند که این فرایند به تقویت تعاملات کاربران با محتوای دینی و مذهبی نیز کمک می‌کند (سینگر^۲، ۲۰۲۰).

رسانه‌های اجتماعی و دین‌باوری: فرصت‌ها و چالش‌ها

رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از پدیده‌های نوظهور در عصر دیجیتال، نقش مهمی در انتشار و تبلیغ دین‌باوری ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها امکان ارتباط گسترده میان افراد و گروه‌های مذهبی را فراهم کرده و به کاربران اجازه می‌دهند تا باورهای دینی خود را به راحتی به اشتراک بگذارند و با دیگران تعامل کنند (هورر، ۲۰۰۸).

از جمله فرصت‌های اصلی رسانه‌های اجتماعی در حوزه دین‌باوری می‌توان به گسترش محتوای مذهبی و ارتباط تعاملی بین مبلغان دینی و مخاطبان اشاره کرد. رسانه‌های اجتماعی ابزارهایی را فراهم کرده‌اند که به وسیله آن‌ها کاربران می‌توانند در هر لحظه و مکانی به محتوای دینی دسترسی داشته باشند. با این حال، چالش‌هایی نیز در این مسیر وجود دارد. یکی از مهم‌ترین چالش‌ها، انتشار اطلاعات نادرست و تحریف‌شده درباره مسائل دینی است که می‌تواند منجر به سوءتفاهم‌ها و ایجاد تضادهای فرهنگی شود (مورگان، ۲۰۰۸). علاوه بر این، در برخی موارد، رسانه‌های اجتماعی به ابزاری برای ترویج ایدئولوژی‌های

1. Berry
2. Singer

مخالف دینی یا تحریف آموزه‌های مذهبی تبدیل شده‌اند که نیازمند نظارت و مدیریت دقیق است.

تأثیر هوش مصنوعی بر انتشار محتوای دینی

هوش مصنوعی در رسانه‌های نوین نقش مهمی در انتشار محتوای دینی ایفا می‌کند. الگوریتم‌های هوش مصنوعی با استفاده از یادگیری ماشینی و یادگیری عمیق قادر به تحلیل رفتارهای کاربران و ارائه محتوای متناسب با علایق آن‌ها هستند. این امر به افزایش تعاملات کاربران با محتوای مذهبی کمک می‌کند و امکان دسترسی به محتوای دینی را برای مخاطبان گسترده‌تری فراهم می‌سازد (بری، ۲۰۱۹). به‌عنوان مثال، پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی مانند فیسبوک و یوتیوب از این الگوریتم‌ها برای پیشنهاد محتوای مذهبی به کاربران استفاده می‌کنند که به گسترش آموزه‌های دینی کمک می‌کند. در عین حال، هوش مصنوعی قادر است محتوای دینی خلاقانه و تعاملی تولید کند که می‌تواند به تبلیغ دین در محیط‌های دیجیتال بپردازد. این فناوری به تحلیل متون دینی، ارائه تفسیرهای مختلف و حتی ایجاد تجارب تعاملی دینی کمک می‌کند. با این حال، استفاده از هوش مصنوعی در این حوزه نیازمند نظارت دقیق است تا از انتشار محتوای تحریف‌شده یا نادرست جلوگیری شود (مک‌کلور، ۲۰۱۷).

سانسور الگوریتمی و تهدید آزادی مذهب آنلاین

سانسور الگوریتمی به فرآیندی اطلاق می‌شود که در آن هوش مصنوعی با استفاده از الگوریتم‌های پیچیده، محتوا را در رسانه‌های اجتماعی مدیریت و محدود می‌کند. این الگوریتم‌ها بر اساس مجموعه‌ای از معیارها، محتواهایی که از نظر پلتفرم‌ها نامناسب یا مغایر با سیاست‌هایشان هستند را حذف یا محدود می‌کنند. اگرچه این فرآیند به منظور مقابله با انتشار محتوای توهین‌آمیز، نفرت‌پراکنی و اطلاعات نادرست طراحی شده است، اما در مواردی می‌تواند منجر به سانسور محتوای دینی شود.



یکی از مشکلات مهم سانسور الگوریتمی، عدم شفافیت در عملکرد این الگوریتم‌ها است. این امر می‌تواند باعث شود که محتوای مذهبی، به دلایل نادرست یا بدون توضیح کافی، از دسترس خارج شود یا محدود شود. به‌عنوان مثال، پست‌ها یا ویدیوهای مرتبط با آموزه‌های دینی ممکن است به اشتباه به‌عنوان محتوای حساس یا نامناسب تشخیص داده شوند و به‌طور خودکار حذف شوند. این مسئله به‌ویژه برای گروه‌های مذهبی که از رسانه‌های اجتماعی برای تبلیغ و ترویج دین استفاده می‌کنند، چالشی جدی ایجاد می‌کند. سانسور الگوریتمی همچنین می‌تواند بر آزادی مذهب و عقیده آنلاین تأثیر بگذارد. وقتی الگوریتم‌ها به‌طور خودکار محتوای مذهبی را محدود می‌کنند، آزادی بیان دینی کاربران به خطر می‌افتد و ممکن است احساس کنند که نظرات و باورهای دینی‌شان در فضای آنلاین قابل انتشار نیست. این موضوع می‌تواند به خودسانسوری کاربران منجر شود، چراکه ترس از حذف یا مسدود شدن محتوایشان ممکن است آن‌ها را از بیان عقاید دینی بازدارد (اولسین^۱، ۲۰۱۸).

علاوه بر این، سانسور الگوریتمی ممکن است باعث تشدید تبعیض دینی در فضای آنلاین شود. الگوریتم‌هایی که توسط هوش مصنوعی اجرا می‌شوند، بر اساس داده‌های قبلی آموزش می‌بینند و ممکن است سوگیری‌های ناخواسته را در خود داشته باشند. به‌عنوان مثال، الگوریتم‌های تشخیص تصویر ممکن است تصاویر مربوط به برخی نمادهای دینی را به‌درستی شناسایی نکنند و آن‌ها را به‌عنوان محتوای نامناسب تشخیص دهند (بری، ۲۰۱۹). این مسئله باعث می‌شود که برخی گروه‌های مذهبی با محدودیت‌های بیشتری نسبت به دیگران مواجه شوند. سانسور الگوریتمی می‌تواند به‌طور غیرمستقیم بر آزادی مذهب و بیان دینی کاربران در فضای آنلاین تأثیر بگذارد و مانع از انتشار آزادانه محتوای مذهبی شود. برای جلوگیری از این تهدید، نیاز به شفافیت بیشتر در عملکرد الگوریتم‌ها و همچنین نظارت دقیق‌تر بر تصمیمات آن‌ها در زمینه محتواهای دینی وجود دارد.

تعدیل محتوا و تأثیرات آن بر محتوای مذهبی

عدیل محتوا فرآیندی است که در آن پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی به وسیله هوش مصنوعی و در مواردی ناظران انسانی، محتوای تولید شده توسط کاربران را بررسی و مدیریت می‌کنند. این فرآیند به طور خودکار یا با نظارت انسانی، محتواهای نامناسب، توهین‌آمیز، یا خلاف قوانین پلتفرم را حذف، فیلتر یا محدود می‌کند. تعدیل محتوا با هدف جلوگیری از انتشار اطلاعات نادرست، نفرت‌پراکنی، و خشونت آنلاین اجرا می‌شود؛ اما در عین حال ممکن است به طور غیرمستقیم بر محتوای مذهبی نیز تأثیر بگذارد (اولسین، ۲۰۱۸).

تعدیل محتوا در رسانه‌های اجتماعی به وسیله الگوریتم‌های هوش مصنوعی صورت می‌گیرد که با استفاده از تکنیک‌های یادگیری ماشینی و یادگیری عمیق قادر به تشخیص محتوای نامناسب هستند. این الگوریتم‌ها از داده‌های آموزشی برای تشخیص محتوای مجاز و نامجاز استفاده می‌کنند. با این حال، چالش اصلی این است که الگوریتم‌ها گاهی به دلیل سوگیری در داده‌های آموزشی، محتوای مذهبی را به اشتباه به عنوان محتوای نامناسب تشخیص داده و حذف کنند (بری، ۲۰۱۹). مثال‌هایی از این نوع خطاها در تعدیل محتوای مذهبی شامل تشخیص نادرست نمادهای مذهبی یا حتی تفاسیر دینی خاص به عنوان محتوای توهین‌آمیز یا حساس است. این مسئله می‌تواند باعث شود که محتواهای مذهبی، به ویژه در موضوعات حساس دینی، تحت تأثیر خطاهای الگوریتمی حذف یا فیلتر شوند. این امر به ویژه در پلتفرم‌های بزرگ مانند فیسبوک و یوتیوب که تعداد زیادی از محتواها به صورت روزانه منتشر می‌شوند، مشاهده شده است.

تعدیل محتوا می‌تواند به شکل غیرعمدی بر آزادی مذهب و بیان دینی تأثیر منفی بگذارد. در صورتی که هوش مصنوعی نتواند به درستی محتوای مذهبی را تحلیل کند، این احتمال وجود دارد که پست‌ها، ویدیوها یا پیام‌های مرتبط با دین که برای آموزش، تبلیغ، یا بحث دینی طراحی شده‌اند، به اشتباه حذف یا فیلتر شوند. این مسئله می‌تواند منجر به خودسانسوری کاربران شود، زیرا آن‌ها از ترس حذف محتوایشان ممکن است از انتشار دیدگاه‌های دینی یا مذهبی خودداری کنند (اولسین، ۲۰۱۸).

علاوه بر این، شفافیت ناکافی در عملکرد الگوریتم‌های تعدیل محتوا، یکی دیگر از چالش‌های جدی است. کاربران به‌طور معمول نمی‌دانند چرا محتوای آن‌ها حذف یا محدود شده است، و این می‌تواند به نارضایتی آن‌ها از پلتفرم‌ها منجر شود. برخی از محتوای دینی ممکن است به دلیل تفاسیر اشتباه الگوریتمی از نمادها، تصاویر، یا متون مذهبی به‌طور ناعادلانه حذف شود. این موضوع به‌ویژه برای اقلیت‌های مذهبی که به دنبال ترویج باورهای دینی خود در رسانه‌های اجتماعی هستند، می‌تواند مشکلات جدی ایجاد کند. یکی از پیامدهای تعدیل نادرست محتوا این است که محدودیت‌های غیرضروری برای کاربران مذهبی ایجاد می‌شود. به‌عنوان مثال، گروه‌های مذهبی که از رسانه‌های اجتماعی برای تبلیغ آموزه‌های دینی خود استفاده می‌کنند، ممکن است با محدودیت‌های انتشار مواجه شوند. همچنین، برخی از محتواهای دینی که ممکن است شامل بحث‌های اخلاقی یا اعتقادی پیچیده باشند، به‌طور نادرست به‌عنوان محتوای توهین‌آمیز شناسایی و حذف می‌شوند (مک‌کلور، ۲۰۱۷).

برای بهبود تعدیل محتوا در زمینه مذهبی، نیاز به نظارت بهتر بر عملکرد الگوریتم‌ها و همچنین شفافیت بیشتر در فرآیند تصمیم‌گیری هوش مصنوعی وجود دارد. همچنین استفاده از ناظران انسانی با دانش و آگاهی کافی در زمینه‌های دینی می‌تواند به کاهش خطاهای الگوریتمی کمک کند. در نهایت، پلتفرم‌ها باید به کاربران این امکان را بدهند که در صورت حذف یا فیلتر ناعادلانه محتوای دینی، بتوانند درخواست بررسی مجدد ارائه دهند تا از آزادی مذهب محافظت شود. تعدیل محتوا اگرچه در مقابله با محتوای نامناسب ضروری است؛ اما باید به‌گونه‌ای اجرا شود که آزادی بیان دینی کاربران را تحت الشعاع قرار ندهد. با اصلاحات در الگوریتم‌ها و نظارت دقیق‌تر بر محتوای مذهبی، می‌توان از تأثیرات منفی تعدیل نادرست محتوا در رسانه‌های اجتماعی جلوگیری کرد و فضای مناسبی برای تبلیغ و تبادل آزادانه آموزه‌های دینی ایجاد کرد.

تعدیل محتوا و تأثیرات آن بر محتوای مذهبی

چارچوب نظری این تحلیل مبتنی بر دیدگاهی است که رابطه بین رسانه‌های نوین و

دین‌باوری را بررسی می‌کنند. استوارت هوور (۲۰۰۸) و دیوید مورگان (۲۰۰۸) از برجسته‌ترین محققانی هستند که بر تأثیر رسانه‌های نوین بر دین‌باوری تأکید دارند. آن‌ها معتقدند که رسانه‌های نوین نه تنها ابزارهایی برای انتقال پیام‌های دینی هستند، بلکه به‌طور فعال در تغییر و تحول باورهای دینی نیز نقش دارند. به‌ویژه با رشد فناوری‌هایی مانند هوش مصنوعی، این تأثیرگذاری به شکلی قابل توجه‌تر نمایان شده است.

در این چارچوب، رسانه‌های نوین مانند شبکه‌های اجتماعی، به عنوان محیطی در نظر گرفته می‌شوند که در آن کاربران می‌توانند هویت دینی خود را شکل دهند، باورهای مذهبی خود را ترویج دهند یا حتی آن‌ها را مورد تجدید نظر قرار دهند. در این محیط، هوش مصنوعی به‌عنوان یک عامل کلیدی عمل می‌کند که می‌تواند محتوای دینی را بر اساس رفتار و علایق کاربران تحلیل و پیشنهاد دهد. این فناوری می‌تواند دین‌باوری را از طریق انتشار هدفمند محتوا تقویت کند؛ اما درعین حال، در صورتی که الگوریتم‌ها به‌درستی طراحی نشوند، ممکن است به تحریف اطلاعات مذهبی یا حتی سانسور محتوای دینی منجر شود (هوور، ۲۰۰۸؛ مورگان، ۲۰۰۸). از سوی دیگر، نظریه‌های کنترل رسانه‌ای و دین دیجیتال به ما کمک می‌کنند تا بفهمیم چگونه رسانه‌های دیجیتال و هوش مصنوعی در کنار هم به ایجاد یا تغییر فضای دینی کمک می‌کنند. بر اساس این نظریات، رسانه‌های نوین می‌توانند به‌عنوان ابزاری برای تقویت دین‌باوری یا به‌عنوان فضایی برای مباحث و نقدهای مذهبی عمل کنند. بنابراین، تحلیل نقش رسانه‌های نوین و هوش مصنوعی در دین‌باوری بر این چارچوب استوار است که فناوری‌های نوظهور توانایی شکل‌دهی به محتوای مذهبی و نحوه دریافت آن توسط کاربران را دارند.

در نهایت، چارچوب نظری به ما نشان می‌دهد که تعامل میان دین و رسانه‌های نوین یک فرآیند دوطرفه است؛ از یک‌سو، رسانه‌های دیجیتال و هوش مصنوعی می‌توانند در ترویج و تبلیغ باورهای دینی مؤثر باشند، و از سوی دیگر، دین‌باوری نیز می‌تواند در نحوه استفاده و هدف‌گذاری این رسانه‌ها نقش داشته باشد. این چارچوب نظری به تحلیل دقیق‌تر چگونگی تأثیر رسانه‌های نوین بر دین‌باوری کمک می‌کند و نشان می‌دهد که تأثیر هوش مصنوعی بر این فرآیند تا چه اندازه می‌تواند مثبت یا منفی باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

گسترش استفاده از هوش مصنوعی در جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها به یکی از چالش‌های مهم در حریم خصوصی تبدیل شده است. هوش مصنوعی به دلیل غیرشفاف بودن عملکرد، اغلب نقض حریم خصوصی افراد را با دقت مشخص نمی‌کند؛ اما نظارت خودکار بر شبکه‌های اجتماعی و جستجوهای اینترنتی می‌تواند افراد را به خودسانسوری به‌ویژه در زمینه‌های مربوط به ترجیحات مذهبی یا اعتقادی آن‌ها وادار کند. هوش مصنوعی قادر است بر اساس داده‌های مرتبط با علاقه‌مندی‌های افراد، اطلاعاتی در مورد مذهب یا اعتقادات آن‌ها جمع‌آوری و گسترش دهد، که این موضوع می‌تواند پیامدهای ناخواسته‌ای مانند نظارت و ارباب از سوی برخی نهادها ایجاد کند.

برای مثال، فناوری‌هایی مانند کلرووی‌آی^۱ به نهادهای قانونی این امکان را می‌دهند که با استفاده از عکس‌های تصادفی، افراد را شناسایی کنند و پست‌ها و پروفایل‌های آن‌ها در رسانه‌های اجتماعی را بررسی کنند. این نوع نظارت آنلاین می‌تواند بر آزادی بیان و حقوق تجمع و تشکل تأثیر منفی بگذارد. برای مثال، گزارش‌هایی مانند آنچه توسط نیویورک تایمز منتشر شده است، نشان می‌دهد که هوش مصنوعی در برخی موارد به اشتباه افرادی را به جرم‌هایی که مرتکب نشده‌اند، متهم می‌کند؛ این مسئله نشان می‌دهد که هوش مصنوعی می‌تواند منجر به پیگردهای غیرقانونی شود، به‌ویژه در مواردی که الگوریتم‌ها دارای تعصبات ناخودآگاه هستند. با وجود پتانسیل‌های مثبت هوش مصنوعی، این فناوری به دلیل همین تعصبات و عدم شفافیت در عملکرد، همچنان مباحثات گسترده‌ای را به خود اختصاص داده است. تحقیقات نشان می‌دهد که اگرچه هوش مصنوعی می‌تواند تأثیرات مثبتی بر جامعه بگذارد؛ اما استفاده از آن بدون مداخلات سیاستی و نظارتی مناسب می‌تواند تهدیدهایی برای آزادی مذهب و دین به‌ویژه در بستر اینترنت ایجاد کند.

مطالعات موجود بیشتر بر تأثیر هوش مصنوعی بر حریم خصوصی و آزادی بیان متمرکز شده‌اند و جنبه‌های دیگری مانند آزادی فکر و انتشار اعتقادات مذهبی کمتر مورد توجه قرار

گرفته‌اند. این مقاله با هدف بررسی اثرات هوش مصنوعی بر انتشار اعتقادات مذهبی به‌عنوان بخشی از پروژه‌های پژوهشی جامع در زمینه حقوق بشر و هوش مصنوعی، توصیه‌هایی را ارائه می‌دهد. در این راستا، لازم است که توسعه هوش مصنوعی در چارچوب استانداردهای بین‌المللی حقوق بشر و اصول اخلاقی انجام شود. شرکت‌های فناوری به‌عنوان بازیگران اصلی در توسعه و استقرار هوش مصنوعی در فضای آنلاین، نقش مهمی در حفظ حقوق بشر و آزادی مذهبی دارند و باید در این مسیر با دولت‌ها همکاری کنند. در تحلیل این پژوهش، مشخص شد که انتشار اعتقادات مذهبی دارای چهار جلوه کلیدی است: عبادت، تعلیم، رعایت و عمل. این جلوه‌ها باید به‌طور آنلاین و در بسترهای دیجیتال محافظت شوند، همان‌گونه که قطعنامه ۷۳۴ شورای حقوق بشر سازمان ملل بیان می‌کند که حقوق افراد در فضای آنلاین باید همانند حقوق آفلاین آنان محافظت شود.

برای جلوگیری از تحریف‌های ناشی از الگوریتم‌های هوش مصنوعی در تشخیص ترجیحات دینی، باید نظارت دقیقی بر نحوه استفاده از این الگوریتم‌ها صورت گیرد. سیستم‌های پیشنهاددهی آنلاین ممکن است به‌طور نادرست ترجیحات دینی کاربران را آشکار کنند یا تبلیغاتی تولید کنند که به افشای باورهای مذهبی افراد منجر شود. از سوی دیگر، ساختار الگوریتم‌های رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به سانسور یا پنهان‌سازی محتوای مرتبط با اعتقادات دینی بینجامد. علاوه‌براین، دولت‌ها باید تأثیر قوانین داخلی خود بر ملاقات‌های مجازی مذهبی را نیز در نظر بگیرند؛ زیرا افراد ممکن است برای عبادت و تدریس مذهبی از این بسترها استفاده کنند. عدم وجود قوانین داخلی مناسب برای مدیریت هوش مصنوعی می‌تواند به نقض حقوق بشر و تأثیرات منفی بر آزادی مذهب در سطح جهانی منجر شود.

در نهایت، تنوع در طراحی الگوریتم‌های هوش مصنوعی و مشارکت گروه‌های مختلف می‌تواند به بهبود عملکرد این فناوری و کاهش تبعیض‌های ناعادلانه کمک کند. به‌عنوان مثال، تجربه استفاده از هوش مصنوعی در گوگل نشان داده است که تعصبات موجود در داده‌های آموزشی می‌تواند به تفاسیر نادرست از محتواهای مذهبی منجر شود. بنابراین، در

توسعه هوش مصنوعی باید تنوع در طراحی و استفاده از سیستم‌های یادگیری مشارکتی لحاظ شود تا به انتشار بدون سوگیری اعتقادات مذهبی کمک کند.

رابطه بین حقوق بشر و اینترنت همواره پیچیده و بحث‌برانگیز بوده است. اینترنت از یک سو ابزارهایی نوین برای بهره‌مندی از حقوق بشر فراهم کرده و از سوی دیگر، در برخی موارد امکان محدودسازی این حقوق را نیز افزایش داده است. برای گروه‌های مذهبی، اینترنت به‌طور چشمگیری به تحول و شکوفایی عبادات و تعلیمات دینی کمک کرده است. برای بسیاری از ادیان، این فضا باعث پرورش اعمال دینی شده و برای دیگران فرصت ایجاد آداب جدید دینی و تبلیغ دین را فراهم کرده است. محققان دین دیجیتال تاکید دارند که اینترنت به بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی مذهبی بسیاری از افراد تبدیل شده است. در این مقاله، تلاش شد تا رابطه میان رسانه‌های اجتماعی و دین بررسی شود و به تغییرات عمیقی که در این ارتباط رخ داده است، پرداخته شود. این پژوهش به ویژه به نقش رسانه‌های اجتماعی مدرن در تقویت انگیزه‌ها و تعلقات مذهبی از طریق استفاده از فناوری‌هایی نظیر هوش مصنوعی پرداخت. این ابزارها در واقع شبکه‌ای از عوامل و بازیگران مختلف را تشکیل می‌دهند که برای دستیابی به اهداف دینی خود از این فناوری بهره می‌گیرند. توسعه یک رویکرد تحلیلی برای مواجهه با تأثیرات هوش مصنوعی در دین‌باوری و جامعه مدرن امری ضروری است. هوش مصنوعی نوید تحولی در بسیاری از بخش‌های اینترنت، از جمله رسانه‌های اجتماعی، نتایج جستجو و خرید آنلاین را می‌دهد. با این حال، ظهور سریع آن موجب شده تا توجه کافی به پیامدهای حقوق بشری آن، به‌ویژه در حوزه آزادی مذهب معطوف نشود. بسیاری از مطالعات موجود بیشتر بر آزادی بیان و حریم خصوصی متمرکز بوده و به آزادی مذهب کمتر توجه شده است. با این حال، تعصبات در توسعه هوش مصنوعی و نحوه نمایش یا تعدیل محتوا می‌تواند تأثیر مستقیمی بر آزادی مذهب و عقیده افراد در فضای آنلاین داشته باشد. با توجه به حجم گسترده محتوا در اینترنت، استفاده از رویکردهای خودکار هوش مصنوعی اجتناب‌ناپذیر است؛ اما چگونگی پیاده‌سازی این فناوری از استخدام تا توسعه و استقرار الگوریتم‌ها همچنان مبهم است. با این وجود، تشکیل گروه‌های اخلاق هوش مصنوعی و

تحقیقات پیرامون پیامدهای آن بر حقوق بشر نشانه‌های امیدوارکننده‌ای هستند. بررسی انتقادی از نحوه استفاده از هوش مصنوعی برای شکل‌دهی، تجلی و شکوفایی مذهب بسیار حیاتی است.

در نهایت، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که استفاده صحیح و انسانی از هوش مصنوعی در حوزه دین می‌تواند پایه‌ای برای شکل‌گیری و توسعه محتوای مذهبی باشد. هوش مصنوعی همچنین می‌تواند سیستم‌های پیچیده‌ای از ارزش‌های فرهنگی و مذهبی را در فضای دیجیتال ایجاد کند. این فناوری می‌تواند ضمن مقابله با محتوای نامناسب، محتوای دینی تعاملی و تبادلی همراه با تصاویر خلاقانه تولید کند و به گسترش دین‌باوری در جامعه کمک کند. در نهایت، هوش مصنوعی می‌تواند به توسعه تحقیقات علمی در زمینه تعاملات میان دین و فناوری نیز کمک شایانی کند.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

۱. حمیدی، فاطمه؛ عابدی، صادق؛ ثنایی، محمدرضا (۱۴۰۱). طراحی یک سیستم هوش مصنوعی فازی در انتخاب فناوری سلامت در فرآیند آینده نگاری. آینده پژوهی مدیریت (پژوهش‌های مدیریت)، ۳۲(۱۲۸): ۲۸-۴۰. <https://doi.org/10.30495/jmfr.2022.20262>
۲. حیدری، جعفر؛ مسعودنیا، حسین؛ دوازده امامی، سید غلامرضا (۱۴۰۰). تجزیه و تحلیل تأثیر رسانه‌های نوین بر قدرت نرم فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (مورد مطالعه: شهروندان اهواز). نشریه دانش سیاسی، ۱۷(۲): ۳۲۱-۳۵۶. <https://doi.org/10.30497/pkn.2021.238833.2747>
۳. رفیعی طرقی، فاطمه؛ فولادی، ساجده؛ فهرستی اصل، علیرضا؛ رمضان، شبنم؛ صالحی کیا، فاطمه (۱۴۰۳). تطبیق مفاهیم دینی با تکنولوژی هوش مصنوعی: رویکردهای معاصر. چهاردهمین کنفرانس ملی پژوهش‌های نوین در تعلیم و تربیت، روانشناسی، فقه و حقوق و علوم اجتماعی، شیروان. <https://civilica.com/doc/2069701>
۴. فرهنگی، علی اکبر؛ قاپچی، هومن (۱۴۰۱). مرور نظام‌مند پژوهش‌های حوزه آینده پژوهی رسانه با تمرکز بر مفاهیم نوظهور فناوری‌های نوین. بررسی‌های مدیریت رسانه، ۱(۲): ۱۵۰-۱۷۰. <https://doi.org/10.22059/mmr.2000.89051>
۵. مرتضوی شاهرودی، سیدمحمدعلی (۱۴۰۲). چالش‌های تبلیغ مجازی دین در پرتوی هوش مصنوعی. نخستین همایش ملی جامعه سالم در عصر دیجیتال: رویکردی تفسیری و انتقادی، جهرم. <https://civilica.com/doc/1966139>
6. Auslin, M. (2018). Can the Pentagon Win the AI Arms Race?. Foreign Affairs. Retrieved from <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2018-10-19/can-pentagon-win-ai-arms-race>.
7. Berry, D. (2019). Reinforcement Learning - Microsoft Azure Cognitive Services. Microsoft Documentation. Retrieved from <https://docs.microsoft.com/en-us/azure/cognitive-services/personalizer/concepts-reinforcement-learning>.
8. Hoover, S. (2006). *Religion in the Media Age*. New York: Routledge.
9. McClure, P. (2017). *Technology and Religion in the Digital Age: The Effects of Internet Use on Religious Beliefs, Behaviors, and Belonging*.
10. Morgan, D. (2008). *Key Words in Religion, Media and Culture*. Routledge.
11. Singer, B. (2020). *Artificial Intelligence and the Future of Religion*. Homerton College, University of Cambridge.