

مطالعه تطبیقی نقش هوش مصنوعی در ترویج فرهنگ عمومی و فرهنگ ایثار و شهادت

عبدالرحیم رحیمی^۱، جلال ریاحی^۲

چکیده

مقاله حاضر تلاش می‌کند تا با تحلیلی علمی و با رویکردی تطبیقی پس از تشریح و تبیین مفهوم راستین ایثار و شهادت و واکاوی ابعاد مختلف آن، به بررسی نقش هوش مصنوعی در ترویج فرهنگ عمومی و مطابقت آن با نقش هوش مصنوعی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در دوران پسا اینترنت بپردازد. روش تحقیق از نوع تطبیقی است. این تحقیق از نظر رویکرد و ماهیت، در رده تحقیقات بنیادی به حساب می‌آید. از نظر ابزار گردآوری اطلاعات، از روش‌های بررسی اسناد و مدارک (جستجو در کتابخانه‌ها، آرشیو، اینترنت و ...)، مشاهده و مصاحبه با خبرگان استفاده گردیده است. دستاورد و نتیجه این تحقیق عبارت است از به دست آوردن ۱۲ مؤلفه از مفهوم هوش مصنوعی که در ترویج فرهنگ عمومی و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت مؤثرند. مؤلفه‌ها عبارت‌اند از هوش مصنوعی و تحلیل داده‌ها، تجربه‌های واقعیت مجازی و واقعیت افزوده، همکاری با ربات‌ها و ایجاد واسطه‌های هوشمند، استفاده از پلتفرم‌های چندرسانه‌ای، ترویج آموزش آنلاین، ایجاد پلتفرم‌های آموزشی آنلاین، ترویج همکاری و تبادل فرهنگی، همکاری با هوش مصنوعی در تولید محتوا، ارتباط مستقیم با استفاده‌کنندگان، همکاری با هنرمندان، خالقان محتوا و حفظ و حراست از تنوع فرهنگی و اپلیکیشن‌های موبایل. بیشترین اثرگذاری در ترویج فرهنگ عمومی و همچنین ترویج فرهنگ ایثار و شهادت متعلق به مؤلفه‌های «پلتفرم‌های چندرسانه‌ای» و «اپلیکیشن‌های موبایل» است.

واژگان کلیدی

فرهنگ، ایثار، شهادت، فناوری‌های نوین، هوش مصنوعی.

^۱. استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران

a_rahimi@azad.ac.ir

^۲. دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، تهران، ایران

Riahi.jalal@yahoo.com

(نویسنده مسئول)

❖ مقدمه

ایثار و شهادت، به عنوان فرهنگ متعالی در زمره عالی‌ترین مفاهیم الهی و نتیجه والاترین ارزش‌هایی می‌باشند که یک انسان متعهد می‌تواند به آن مقام دست یابد. این مفاهیم اثرگذار و حرکت آفرین قادرند تا فضای یک جامعه را به‌صورت گسترده تحت تأثیر قرار دهند و والاترین برکات را برای آن به همراه داشته باشند. تقویت باورهای دینی و ملی که امروزه جزء اصلی‌ترین مسائل اعتقادی و فرهنگی به حساب می‌آید و در ردیف مهم‌ترین وظایف ما است، از جمله مواردی است که با معرفی و تعمیق شخصیت، منزلت، عقاید و آرمان‌های ناب آن بزرگواران در سطحی فراگیر تحت تأثیر قرار می‌گیرد. بنابراین، همه ما مدیون شهداء و ایثارگران بوده و یکی از روشی که می‌توانیم ادای دین نماییم، شناساندن همه‌جانبه آنان بر نسل‌هایی است که شهداء و مسیری که در آن ممارست داشته‌اند را به‌خوبی درک نکرده‌اند. بنابراین، نباید فراموش کرد که فرهنگ ایثار و شهادت دربردارنده آثار و برکات عظیمی است که به شکل مستقیم و غیرمستقیم جامعه ما را شامل می‌شود. چراکه ایثار و شهادت یکی از غنی‌ترین گنجینه‌های فرهنگ اسلامی و شیعی است که جلوه‌های اعجاب‌انگیز آن در طول سال‌های انقلاب و دفاع مقدس به‌روشنی آشکار گردید و شگرف‌ترین و عظیم‌ترین صحنه‌های از خودگذشتگی انسان‌ها در آن تبلور یافت؛ و اما مسئله اساسی در این زمینه این است که، چنین گنج گران‌بهایی را نمی‌توان با نگرش‌های سطحی و روش‌های صوری کارآمد ساخت و آن را انتقال و اشاعه داد خاصه آنکه در دوران هوش مصنوعی و پسا اینترنت قرار داریم و طبق بیانات رهبر انقلاب، «تبلیغ در دوره پسا اینترنت و هوش مصنوعی اهمیت مضاعف دارد» (حسینی خامنه‌ای، ۱۴۰۲). در نتیجه ضرورت توجه به فرهنگ ایثار و شهادت و همچنین ترویج آن در جامعه در عصر جدید بیش‌ازپیش ضروری به نظر می‌رسد و انجام آن در گروه داشتن باور عمیق و اندیشه بلند است و می‌بایست چنین تفکری را با سازوکارهای مناسب به‌صورت عمیق در بین مردم نهادینه ساخت و پرواضح است که شناسایی راه‌ها و اتخاذ شیوه‌هایی که بتواند این فرهنگ را در عصر پسا اینترنت و هوش مصنوعی به بهترین شکل ممکن در جامعه مطرح سازد، طبعاً نیازمند بررسی دقیق، همه‌جانبه و مستمر است و یقیناً دست‌اندرکاران این حوزه باید به این مسئله توجه جدی

داشته باشند. چراکه عمل به این وظیفه خطیر درنهایت به بیداری و آگاهی جامعه نسبت به مقوله ایثار و شهادت منجر خواهد شد.

ضرورت و اهمیت

این موضوع و انتخاب آن بدین جهت دارای اهمیت است که اولاً «فرهنگ ایثار و شهادت» به عنوان یک پدیده اجتماعی و دینی علاوه بر اینکه در دوره معاصر بر ضرورت آن تأکید می‌گردد، به لحاظ مصداقی نیز از همان دوران نزول قرآن بر اهمیت آن اشاره شده است، به طوری که واژه «شهادت» و مشتقات آن ۱۵۰ بار در قرآن کریم آمده و جالب آنکه در فرهنگ قرآنی از شهادت با تعبیر «گواه» یاد شده است که برای نمونه می‌توان به این آیه شریفه اشاره نمود:

«ولاتحسبن الذین قتلوا فی سبیل الله امواتاً بل احياء عند ربهم یرزقون» (آل عمران، ۱۶۹).

البته نپندارید که شهیدان راه خدا مرده‌اند بلکه زنده به حیات ابدی شده‌اند و در نزد پروردگارشان متنعم خواهند بود.

ثانیاً در هنگامه‌ای که تاروپود دنیای حقیقی و مجازی درهم تنیده شده و مرزهای بین واقعیت و خیال کمرنگ‌تر شده، نبردی خاموش در عرصه ذهن و اندیشه انسان‌ها در جریان است؛ جنگ شناختی به‌مثابه سلاحی نوین در دستان دشمن، هویت، باورها و ارزش‌های جوامع را هدف گرفته است. در این کارزار نابرابر، هجمه‌ای از اطلاعات نادرست، شایعات و دروغ‌ها، سیل خروشان را به راه انداخته که در صورت عدم مقابله، بنیان‌های فرهنگی و اجتماعی جوامع را به مخاطره خواهد انداخت.

در این میان، فرهنگ ایثار و شهادت همچون دژی نفوذناپذیر، در برابر هجمه‌های دشمن قد علم می‌کند؛ رشادت‌ها و فداکاری‌های شهدا و ایثارگران، مصداقی عینی از ایمان، از خودگذشتگی و عشق به آرمان‌هایی والا است که می‌تواند در برابر سیل دروغ‌ها و تحریف‌ها، سپر بلای جامعه باشد.

اما چگونه می‌توان این فرهنگ غنی و ارزشمند را در عصر جنگ شناختی به نسل جوان منتقل کرد؟ اینجاست که نقش‌آفرینی هوش مصنوعی و فناوری‌های نوین به‌عنوان ابزاری قدرتمند و کارآمد، آغاز می‌شود. هوش مصنوعی و فناوری‌های نوین با توانایی‌های منحصر به فرد خود،

دریچه‌ای نو به سوی دنیای اطلاعات و محتوا می‌گشاید و امکاناتی بی‌نظیر برای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در اختیار ما قرار می‌دهد.

سؤالات و اهداف پژوهش

ما در این پژوهش برای رسیدن به هدف خود و پاسخگویی به مسئله موردنظر که همان «چگونگی ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در دوران پسا اینترنت و هوش مصنوعی» است، سعی خواهیم نمود تا با پاسخگویی به چند سؤال اساسی ذیل که سؤالات فرعی پژوهش را نیز شامل می‌شوند، مسئله خود را حل کرده و بدین ترتیب به هدف کلی (عنوان پژوهش) و اهداف جزئی موردنظر که در اثنای این سؤالات قرار دارند، دست یابیم.

سؤال اصلی پژوهش:

ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در دوران پسا اینترنت و هوش مصنوعی چگونه انجام گیرد؟

سؤالات فرعی پژوهش:

هوش مصنوعی و پسا اینترنت چیست؟

انواع مختلف ربات‌ها و واسط‌های هوشمند، پلتفرم‌های آموزشی آنلاین و رسانه‌های اجتماعی چگونه باعث ترویج فرهنگ ایثار و شهادت می‌شوند؟

استفاده از واقعیت افزوده و واقعیت مجازی، چگونه باعث ترویج فرهنگ ایثار و شهادت می‌شود؟ تولید محتوا به وسیله هوش مصنوعی، چگونه باعث ترویج فرهنگ ایثار و شهادت می‌شود؟ هوش مصنوعی چگونه از طریق تعامل با جامعه هدف، باعث ترویج فرهنگ ایثار و شهادت می‌شوند؟

پیشینه پژوهش

ایمان سهرابی مقدم چافجیری و حسین اکبرنژاد دموچالی (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان: «نقش هوش مصنوعی در فرهنگ نوین تمدن اسلامی»، به بررسی نقش هوش مصنوعی در دهه گذشته تمدن نوین اسلامی و تأثیراتی که این فناوری بر فرهنگ و جامعه اسلامی داشته است پرداخته‌اند.

محمدجواد شاملو (۱۴۰۱) در مقاله‌ای با عنوان: «تأثیر و چشم‌انداز هوش مصنوعی بر توسعه صنایع فرهنگی»، با اشاره به مفهوم ادغام صنعتی که در آن نوع جدیدی از صنعت تحت تأثیر نوآوری فناوری شکل می‌گیرد، چالش‌ها و فرصت‌هایی که هوش مصنوعی بر توسعه صنایع فرهنگی دارد را بررسی می‌کند.

این مقاله در سه بخش تدوین شده است؛ بخش اول به بررسی امکان‌ها و فرصت‌های هوش مصنوعی برای توسعه صنایع فرهنگی می‌پردازد. قسمت دوم، به چالش‌هایی که این فناوری برای صنایع فرهنگی به وجود می‌آورد متمرکز شده است و در بخش پایانی نیز پیشنهادهایی برای تنظیم و نظارت در این وضعیت مطرح شده است.

محسن رجبی و محمدصادق نصراللهی (۱۴۰۲) در مقاله‌ای با عنوان: «پیامدشناسی فرهنگی توسعه هوش مصنوعی در رسانه‌های اجتماعی در ایران» به واکاوی پیامدهای فرهنگی توسعه هوش مصنوعی در رسانه‌های اجتماعی است و اینکه کاربرد و توسعه هوش مصنوعی در رسانه‌های اجتماعی چه پیامدهای مثبت و منفی فرهنگی دارد، پرداخته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد هوش مصنوعی در رسانه‌های اجتماعی باعث تغییرات گسترده‌ای می‌شود که باید مورد توجه ذی‌نفعان توسعه و کاربرد فناوری قرار بگیرد. در اکثر حوزه‌های فرهنگی، پیامدهای هم‌زمان مثبت و منفی دارد؛ یعنی هم فرصت‌آفرین و هم تهدیدزا است و توجه به هر دو وجه مذکور در حوزه سیاست‌گذاری توسعه هوش مصنوعی مهم و اساسی است.

محمد نیک ملکی (۱۴۰۲) پژوهشگر حوزه ارتباطات در همایش هوش مصنوعی، رسانه و تحولات تولید محتوا، ضمن اشاره اجمالی به تاریخچه و اهمیت کنونی هوش مصنوعی در عصر حاضر به‌ویژه در حوزه رسانه و روزنامه‌نگاری به تشریح و گونه‌شناسی جامعه‌شناختی هوش مصنوعی (علمی، فنی و فرهنگی) و دیدگاه‌ها و مطالعات انجام شده صاحب‌نظران این سه حوزه پرداخت.

نیک ملکی در تعریف تحلیلی، «هوش مصنوعی علمی» را مبتنی بر ویژگی‌های اصلی علمی هوش مصنوعی به‌عنوان یک علم یا یک زمینه تحقیقات علمی متمرکز برشمرده و دیدگاه تحلیلی «هوش مصنوعی فنی» را به عنوان یک فناوری تعریف کرد که پیامدهای اجتماعی برنامه‌ها و فناوری‌های فرعی مختلف هوش مصنوعی را تجزیه و تحلیل می‌کند. در ادامه در تعریف

تحلیلی از «هوش مصنوعی فرهنگی» به این موضوع اشاره داشت که این گونه بیشتر به تأثیرات گسترده‌تر اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی توسعه هوش مصنوعی، به‌ویژه در زمینه انقلاب دیجیتال توجه دارد. همان‌گونه که مشاهده نمودید اندیشمندان و پژوهشگران زیادی به مقوله هوش مصنوعی و نقش آن در موضوعات مختلف پرداخته‌اند لیکن افراد خیلی کمی به بررسی نقش هوش مصنوعی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت پرداخته‌اند که حقیر را بر این واداشت تا در این زمینه تحقیق نموده و نتایج آن‌ها در قالب مقاله‌ای به مسئولین امر در زمینه ترویج فرهنگ ایثار و شهادت ارائه دهم.

مبانی نظری پژوهش

فرهنگ؛ فرهنگ «شیوه ویژه‌ای از زندگی» قلمداد می‌شود که ارزش‌ها، سنت‌ها، باورها، اهداف مادی و سرزمینی، آن را شکل می‌دهند و نظام بوم‌شناختی پیچیده و پویایی از مردم، اشیاء، جهان‌بینی‌ها، کنش‌ها و شرایطی به شمار می‌آید که در ارتباطات روزمره و اندرکنش اجتماعی دگرگونی می‌یابد. فرهنگ، «متنی» است که در آن شیوه گویش و پوشش مردم، شیوه تهیه و مصرف، شیوه تقسیم زمان و فضا، شیوه دست‌افشانی و اجتماعی کردن ارزش‌ها و شیوه زندگی روزمره شکل می‌گیرد (Lull, 2000).

در خصوص لایه‌های مختلف فرهنگ، دیدگاه‌های متفاوتی مطرح شده است. دوار برنت تایلور فرهنگ را مجموعه‌ای پیچیده مشتمل بر آگاهی و معلومات، باورها، اعتقادات، هنر، حقوق و قانون، اخلاقیات، آیین‌ها، سنت‌ها و تمامی استعدادها و عاداتی می‌داند که انسان به‌عنوان عصری از جامعه به کسب و فراگیری آن‌ها می‌پردازد (Tylor, 1871).

ریموند ویلیامز فرهنگ را تمامی شیوه زندگی می‌داند که دربرگیرندهٔ هنجارها، ارزش‌ها رفتارهای اجتماعی است (Williams, 1958).

آنتونی د. اسمیت نیز فرهنگ رسانه و فرهنگ‌سازی را شیوه همگانی زندگی یا گنجینه‌ای از باورها، سبک‌ها، ارزش‌ها و نمادها قلمداد می‌کند (Smith, 1991).

باستید فرهنگ را برخوردار از بُعد اعتقادی، اسطوره‌ای، اخلاقی، آیینی، تجربی، اجتماعی و مادی می‌داند (Bastide, 1987). ویلیام درسلر، فرهنگ را مجموعه‌ای از فعالیت‌های تحت

حاکمیت قانون نمادین، مورد توافق همگانی، قابل اکتساب، یادگیری و انتقال می‌داند (Dressler, 2002). یونسکو فرهنگ را در معنای عام کلمه، مجموعه وجوه تمایزبخش معنوی، مادی، فکری و احساسی قلمداد می‌کند که ویژگی یک جامعه یا گروه اجتماعی به شمار می‌آید و هنر، شیوه‌های زندگی، حقوق اساسی بشر، نظام‌های ارزشی، سنت‌ها و باورها را شامل می‌شود (Unesco, 2003).

با عنایت به نکات فوق می‌توان دریافت که فرهنگ از شش لایه مجزا و در عین حال مرتبط با یکدیگر تشکیل شده است. سه لایه نخست، هسته فرهنگ و سه لایه بعد پسته آن را تشکیل می‌دهند. لایه نخست (باورها) به معنای نظام جهان‌بینی و اعتقادات و نوع نگرش به خدا، انسان و جهان است. لایه دوم (ارزش‌ها) به معنای بایدها و نبایدهاست. لایه سوم (هنجارها) به معنای الگوهای رفتاری برآمده از ارزش‌هاست. لایه چهارم (نمادها و اسطوره‌ها) شامل سرود، پرچم، مشاهیر و شخصیت‌های علمی و فرهنگی یک کشور است. لایه پنجم (آیین‌ها و آداب‌ورسوم) رفتارهای اجتماعی را شکل می‌دهد و منجر به جامعه‌پذیری و درونی کردن عادات و علائق اجتماعی می‌شود. لایه ششم را فناوری‌ها، مهارت‌ها و نوآوری‌ها تشکیل می‌دهند و ناظر بر محیط و فضای نوینی هستند که فرهنگ عمومی در بستر آن شکل می‌گیرد و مظهر تعامل و تبادل کنش‌های اجتماعی و الگوهای ارتباطی به شمار می‌آید (دهشیری، ۱۳۸۸). رسانه نمی‌تواند در سه لایه نخست تحول و تغییر ایجاد کند بلکه بیشتر تلاش دارد از رهگذر اندیشه پردازی، ارزش‌گذاری و هنجارسازی، به تعمیق و تثبیت باورها، ارزش‌ها و هنجارها در فرایند تعلیم و تربیت اجتماعی مبادرت ورزد. با وجود این، رسانه از قابلیت ایجاد تحول در پسته فرهنگ شامل نمادها و اسطوره‌ها، آیین‌ها و رسوم و فناوری‌ها از رهگذر نمادسازی، جامعه‌پذیری و الگوسازی رفتاری برخوردار است. بدین ترتیب، تلاش رسانه برای نهادینه‌سازی سه لایه نخست در راستای فرهنگ‌پذیری قلمداد می‌شود و اهتمام رسانه برای ایجاد تحول در سه لایه بیرونی، فرهنگ‌گرایی محسوب می‌شود.

ایثار؛ ایثار در لغت به معنی برگزیدن، غرض دیگران را بر غرض خویش مقدم داشتن و منفعت غیر را بر مصلحت خود مقدم داشتن (دهخدا، ۱۳۷۷: ۳۶۸۲) و در اسلام به معنای تلاش،

فداکاری، بخشش و اخلاص در راه خدا آمده است که بیانگر رشد و معرفت الهی انسان است و با مفاهیمی همچون شهادت، خیرخواهی و دیگر خواهی همراه است؛ و همین طور شهادت در لغت به معنی گواه و در اصطلاح کسی که در مورد مسئله‌ای گواهی و شهادت بدهد، مطرح گردیده است. (ابن منظور، ۱۴۰۵: ۲۲۵) با این توضیح که در این مقاله تلقی ما از ایثار و شهادت، جهاد و کشته شدن در راه خدا است.

ایثار در لغت در فرهنگ فارسی عمید به معنای بذل کردن، دیگری را بر خود ترجیح دادن و سود او را بر سود خود مقدم داشتن و نیز قوت لازم و مایحتاج خود را به دیگری بخشیدن است. ایثار در معنای لغوی در فرهنگ فارسی معین شامل:

بذل کردن، عطا کردن، نثار هر چیزی اعم از مادی و معنوی به دو شرط:

۱. در عین نیاز

۲. نیت عمل

در اسلام ایثار فی النفسه دارای ارزش نیست، آنچه به آن ارزش می‌دهد هدف و جهت ایثار است که کدام جهت و برای چه هدفی باشد. در همه فرهنگ‌ها، ایثار وجود دارد مهم ماهیت و محتوای عمل است نه صورت عمل. آنچه در سال‌های پیروزی انقلاب اسلامی و پس‌از آن دفاع مردانه و غرورآفرین جوانان مؤمن و ملت انقلابی ایران دیده می‌شود، بسی بالاتر و والاتر از مرتبه وجدان و حتی تعقل بشری بود و تنها با تعابیری مانند تعهد، فداکاری، نوآوری، اخلاص، پرکاری، وظیفه‌شناسی و از این دست قابل شرح و بیان نبود؛ بلکه چیزی فراتر از این‌ها لازم بود تا این‌همه مجاهدت‌ها و فداکاری اخلاص را به بهترین وجه تفسیر کند، چیزی از مقوله «عشقی مقدس و الهی» در سایه این فرهنگ الهی پدیدار شده بود تا بتوان در سایه آن به مجاهدت‌ها و فداکاری‌ها معنا بخشید و امروز شبکه‌های ماهواره‌ای خاصه شبکه من و تو جرأت برپا کردن جنگی که با سلاح توان رویارویی با جوانان ایران را داشته باشد، ندارد و جنگ نرم را ایجاد کرده که فرهنگ اسلامی را نشانه گرفته با رواج مدپرستی، ترویج فیلم‌های غیراخلاقی و اشاعه بی‌حجابی در جامعه و با تبلیغات ضدانقلاب از طریق رسانه‌ها و ماهواره‌ها و ... همه و همه اسلام را هدف گرفته تا جوانان را با فرهنگ شهادت و ایثار بیگانه کند (پورشمس‌الدین مطلق، ۱۳۹۶).

ایثار و شهادت؛ بارزترین جلوه‌های ایثار و شهادت در دین تجلی پیدا می‌کند و آن قدر حائز اهمیت است که دین اسلام ایثارگری و شهادت‌طلبی را در راه تعمیق آرمان‌های مذهبی تشویق نموده و بیشتر از هر چیز دیگری بدان پرداخته است. چراکه در اسلام کشته شدن آگاهانه در راه خدا که در راستای گسترش اهداف الهی و اسلامی است بارها مورد تأکید قرار گرفته است. پس به طور خلاصه فرهنگ ایثار و شهادت در دین اسلام دربردارنده مجموعه‌ای از آگاهی‌ها، باورها، اعتقادات و اعمالی است که موجب تقرب انسان به عالی‌ترین درجه کمال یعنی انتخاب آگاهانه مرگ در راه خدا می‌گردد (حسین‌زاده، ۱۳۸۲: ۵۴).

هوش مصنوعی؛ هوش مصنوعی به انگلیسی Artificial Intelligence که به طور مخفف آن را AI نیز می‌نامند، در واقع فناوری است که به نحوی قابلیت تفکر دارد. البته این قابلیت تفکر با چیزی که ما به عنوان تفکر انسانی می‌شناسیم تا حد زیادی تفاوت دارد، اما در حقیقت سعی دارد تا از آن تقلید کند.

امروزه شاید هوش مصنوعی به آن شکلی که تصور می‌کنیم وجود نداشته باشد اما باز هم بسیاری از کارهایی که روزانه انجام می‌دهیم، مانند جستجوی اینترنت یا گشت‌وگذار در صفحات شبکه‌های اجتماعی و غیره، همه متأثر از هوش مصنوعی است و در حقیقت در این مواقع داریم از آن استفاده می‌کنیم. آن قدر این استفاده ناملموس است و به آن عادت کرده‌ایم که در آن لحظه حس نمی‌کنیم که داریم از هوش مصنوعی استفاده می‌کنیم. دلیل اصلی آن این است که نمی‌دانیم هوش مصنوعی واقعاً چیست و چه کارهایی انجام می‌دهد. از آنجایی که آینده از آن هوش مصنوعی خواهد بود بهتر است به جای نگران بودن در مورد هوش مصنوعی یاد بگیریم که چه کارهایی را می‌توانیم با آن انجام دهیم و اطلاعاتمان را در این زمینه بیشتر کنیم. پس بیایید از ابتدا ببینیم هوش مصنوعی چیست (صادقی، ۱۴۰۲).

تعریف هوش مصنوعی؛ هنوز تعریف دقیقی که تمامی دانشمندان بر روی آن توافق داشته باشند از هوش مصنوعی ارائه نشده ولی اکثر تعریف‌ها را می‌توان به شکل زیر دسته‌بندی کرد:

۱. مانند انسان فکر می‌کند؛

۲. منطقی فکر می‌کند؛

۳. مانند انسان عمل می‌کند؛

۴. منطقی عمل می‌کند.

دو تعریف اول مربوط به فرایندهای تفکر و استدلال است، در حالی دو تعریف دیگر با رفتار سروکار دارند (صادقی، ۱۴۰۲).

تعریف ساده‌ای از هوش مصنوعی؛ هوش مصنوعی یا Artificial Intelligence شاخه‌ای از علوم رایانه است که هدف اصلی آن تولید ماشین‌های هوشمندی است که توانایی انجام وظایفی که نیازمند به هوش انسانی است را داشته باشد. هوش مصنوعی در حقیقت نوعی شبیه‌سازی هوش انسانی برای کامپیوتر است و منظور از هوش مصنوعی در واقع ماشینی است که به‌گونه‌ای برنامه‌نویسی شده که همانند انسان فکر کند و توانایی تقلید از رفتار انسان را داشته باشد. این تعریف می‌تواند به‌تمامی ماشین‌هایی اطلاق شود که به‌گونه‌ای همانند ذهن انسان عمل می‌کنند و می‌توانند کارهایی مانند حل مسئله و یادگیری داشته باشند (صادقی، ۱۴۰۲). اینکه هوش مصنوعی چیست و چه تعریفی می‌توان از آن بیان نمود؟ مبحثی است که تاکنون دانشمندان به یک تعریف جامع در آن نرسیده‌اند و هریک تعریفی را ارائه نموده‌اند که در زیر نمونه‌ای از این تعاریف آمده است (ویکی پدیا).

- هنر ایجاد ماشین‌هایی که وظایفی را انجام می‌دهند که آن‌ها توسط انسان‌ها نیاز به هوش دارد (کورزویل - ۱۹۹۰)
- مطالعه استعداد‌های ذهنی از طریق مدل‌های محاسباتی (کارنیاک و مک درموت - ۱۹۸۵).
- مطالعه اینکه چگونه رایانه‌ها را قادر به انجام اعمالی کنیم که در حال حاضر، انسان آن اعمال را بهتر انجام می‌دهد (ریچ و نایت - ۱۹۹۱).
- خودکارسازی فعالیت‌هایی که ما آن‌ها را به تفکر انسانی نسبت می‌دهیم. فعالیت‌هایی مثل تصمیم‌گیری، حل مسئله، یادگیری و ... (بلمن - ۱۹۷۸).
- تلاشی نو و مهیج برای اینکه رایانه‌ها را قادر به فکر کردن کنیم. ماشین‌هایی با فکر و حس تشخیص واقعی (هاگلند - ۱۹۸۵).

- یک زمینه تخصصی که به دنبال توضیح و شبیه‌سازی رفتار هوشمندانه به وسیله فرایندهای رایانه‌ای است. (شالکوف - ۱۹۹۰).
- مطالعه محاسباتی که درک، استدلال و عمل کردن را توسط ماشین‌ها را ممکن می‌سازد. (وینستون - ۱۹۹۲).
- توانایی دست یافتن به کارایی در حد انسان در همه امور شناختی توسط رایانه (آلن تورینگ - ۱۹۵۰)
- هوش مصنوعی دانش و مهندسی ساخت ماشین‌های هوشمند و به‌خصوص برنامه‌های رایانه‌ای هوشمند است. هوش مصنوعی با وظیفه مشابه استفاده از رایانه‌ها برای فهم چگونگی هوش انسان مرتبط است، اما مجبور نیست خودش را به روش‌هایی محدود کند که بیولوژیکی باشند. (جان مک‌کارتی - ۱۹۸۰).

اهداف هوش مصنوعی؛ اساس هوش مصنوعی آن است که هوش انسان و طریق کار آن به‌گونه‌ای تعریف شود که یک ماشین بتواند آن را به‌راحتی اجرا کند و وظایفی که بر آن محول می‌شود را به‌درستی اجرا کند. هدف هوش مصنوعی در حقیقت بر سه پایه استوار است:

۱. یادگیری؛
۲. استدلال؛
۳. درک؛

هوش مصنوعی (AI) شاخه گسترده‌ای از علوم رایانه است که مربوط به ساخت ماشین‌های هوشمند با توانایی انجام وظایفی است که معمولاً به هوش انسان نیاز دارند. هوش مصنوعی یک علم میان‌رشته‌ای با چندین رویکرد است، اما پیشرفت در یادگیری ماشین و یادگیری عمیق باعث ایجاد تغییر الگوی تقریباً در هر بخش از صنعت فناوری می‌شود (صادقی، ۱۴۰۲).

تاریخچه هوش مصنوعی؛ تاریخچه هوش مصنوعی به سال‌های جنگ جهانی دوم برمی‌گردد. زمانی که نیروهای آلمانی برای رمزنگاری و ارسال ایمن پیام‌ها از ماشین Enigma استفاده می‌کردند و دانشمند انگلیسی، آلن تورینگ در تلاش برای شکست این کدها برآمد. تورینگ به همراه تیمش ماشین Bombe را ساختند که Enigma را رمزگشایی می‌کرد. هر دو ماشین

Enigma و BOMBE پایه‌های یادگیری ماشینی (Machine Learning) هستند که یکی از شاخه‌های هوش مصنوعی یا همان Artificial intelligence است. تورینگ ماشینی را هوشمند می‌دانست که بدون اینکه به انسان حس صحبت با ماشین را بدهد، با او ارتباط برقرار کند و این مسئله پایه علم هوش مصنوعی است یعنی ساخت ماشینی که همانند انسان فکر، تصمیم‌گیری و عمل کند. رفته‌رفته با پیشرفت فناوری و سایر سخت‌افزارهای موردنیاز برای توسعه هوش مصنوعی، ابزار هوشمند و سرویس‌های هوشمندی به بازار عرضه شدند که از هوش مصنوعی در بسیاری از فرایندهایشان استفاده می‌کردند. بسیاری از سرویس‌های معروفی همانند موتورهای جستجو، ماهواره‌ها و غیره از هوش مصنوعی استفاده می‌کردند. با معرفی گوشی‌های هوشمند و پس از آن گجت‌های هوشمند، هوش مصنوعی گام بلندی را برای ورود به زندگی انسان‌های پشت سر گذاشت. از این زمان به بعد هوش مصنوعی برای انسان‌ها جلوه کاربردی‌تری پیدا کرد و انسان‌ها بیشتر با واژه هوش مصنوعی و کاربردهای آن آشنا شدند (صادقی، ۱۴۰۲).

تفاوت هوش مصنوعی و برنامه‌نویسی؛ ما در برنامه‌نویسی ورودی‌های معلوم و مشخص داریم و با استفاده از دستورات شرطی مانند if و else می‌توانیم معادلات را حل کنیم و به نتیجه دلخواه برسیم ولی مسائلی که با هوش مصنوعی حل می‌شوند از تنوع ورودی زیادی بهره‌مند هستند به همین دلیل نمی‌توان با برنامه‌نویسی معمولی تمام جنبه‌ها را پوشش داد مثل یک سیستم تبدیل صدا به متن یا تشخیص چهره که داده‌های ورودی آن‌ها بسیار متنوع هستند به همین دلیل مجبور به استفاده از مدل‌های هوش مصنوعی برای انجام این کارها هستیم در مقاله‌ای دیگر به صورت کامل به مهم‌ترین تفاوت‌های هوش مصنوعی و برنامه‌نویسی اشاره کردیم برای خواندن مقاله «تفاوت هوش مصنوعی و برنامه‌نویسی» بر روی عنوان مقاله کلیک کنید.

شاخه‌های هوش مصنوعی؛ هوش مصنوعی یک علم بسیار گسترده و پیچیده است که شاخه‌های متعددی دارد؛ شاخه‌های هوش مصنوعی عبارت‌اند از:

۱. سیستم خبره (Experts Systems)

۲. رباتیک (Robotics)

۳. یادگیری ماشین (Machine Learning)

۴. شبکه عصبی (Neural Network)

۵. منطق فازی (Fuzzy Logic)

۶. پردازش زبان طبیعی (Natural Language Processing)

سطوح مختلف هوش مصنوعی؛ یک سیستم هوش مصنوعی بر اساس آنچه از دنیای بیرون درک می‌کند و می‌تواند به آن پاسخ دهد، دارای سه سطح است. هوش مصنوعی محدود، عمومی و سوپر هوش مصنوعی. (همان)

معایب و مزایای استفاده از هوش مصنوعی در کسب‌وکار؛ همان‌طور که قبل‌تر به آن اشاره شد استفاده از هوش مصنوعی نگرانی‌های بسیاری برای افراد به همراه دارد. نگرانی در مورد امنیت شغلی، کم‌رنگ شدن احساسات، کنترل رفتار توسط ماشین‌ها و حکمرانی ربات‌ها، همه از این موارد هستند. از مزایای هوش مصنوعی می‌توان به انجام امور با دقت بالا، کار مداوم بدون نیاز به استراحت، تصمیم‌گیری درست و به دور از احساسات در شرایط مختلف اشاره نمود؛ اما در مواقعی ممکن است همین نکات مثبت نیز منجر به بروز مشکلاتی شوند. به بیان دیگر تصمیم‌گیری بدون در نظر گرفتن ابعاد عاطفی، خطر بزرگی برای انسان خواهد بود. از طرفی وابستگی بیش‌ازحد به ماشین‌ها، نرم‌افزارها، ربات‌های هوشمند نیز موجب کاهش راندمان فعالیت افراد شده‌اند. تصور کنید تنها یک ساعت بدون اینترنت و گوشی همراه در اتاقی تنها بمانید. بدون این ابزار در بسیاری از مواقع حس سردرگمی و اضطراب در افراد نمایان می‌شود و این ناشی از عدم تاب‌آوری آنان است. نکته دیگر هزینه بالای استفاده از هر ابزار است. بخش قابل‌توجهی از هزینه‌های ماهانه افراد صرف استفاده از فناوری‌های گوناگون می‌شود. در تجارت نیز ممکن است نکات مثبت و منفی بسیاری برای استفاده از هوش مصنوعی وجود داشته باشد، اما مزیت‌ها همواره بر معایب این فناوری برتری دارند (صادقی، ۱۴۰۲).

❖ روش پژوهش

روش‌های پژوهش در علوم اجتماعی مبتنی بر دو بینش اثباتی - تجربی و تفهیمی - تفسیری است و در چهارچوب این دو بینش، روش‌های کمی و کیفی و یا ترکیبی از آن‌ها برحسب موضوع و مسئله تحقیق به کار می‌رود. پژوهش کیفی عمده‌تاً به صورت توصیفی است و پژوهشگر به فرایند معنی و درک حاصل از واژگان و تصاویر تمایل دارد، در واقع پژوهش کیفی یک پژوهش تفسیری و مبتنی بر روش‌شناسی تفسیری است و علت اصلی شکل‌گیری آن، اعتقاد طرفداران این نوع پژوهش به ضعف روش‌های اثباتی در بررسی پدیده‌های اجتماعی است. پژوهش کیفی می‌تواند همانند پژوهش کمی در همه زمینه‌های زندگی اجتماعی از قبیل مطالعه زندگی افراد، تجارب زنده، رفتارها، هیجانات و احساسات آنان و همچنین عملکردهای سازمانی، تحرکات اجتماعی، پدیده‌های فرهنگی و تعاملات میان ملل به کار رود (ساعی ارسی، ۱۳۸۹: ۶۲-۶۱).

پژوهش کیفی به‌طور کلی در مورد کنش‌های اجتماعی است، ادراکی انسان‌گرایانه و پدیدار شناختی دارد و از این‌رو هدف خود را تلاش برای دیدن از دیدگاه بازیگران انسانی قرار داده و در گردآوری، تحلیل و تفسیر داده‌ها از روش‌های انعطاف‌پذیرتری استفاده می‌کند. پژوهش کیفی مستقیماً و به‌طور مستمر، فرایندهای زمینه‌ای و بنیادی سلسله وقایع و موقعیت‌های مختلف را در توالی زمانی آن‌ها در نظر می‌گیرد و نشان می‌دهد که این وقایع و موقعیت‌ها چگونه به نتایج ویژه‌ای منجر می‌شوند (حریری، ۱۳۸۵: ۱۰-۵).

تحقیق را با توجه به دو ملاک: الف) هدف و ماهیت تحقیق و ب) نحوه گردآوری داده‌ها تقسیم‌بندی می‌کنند (سرمد، بازرگان و حجازی، ۱۳۸۶). از آنجاکه می‌توان از نتایج تحقیق حاضر در جهت چگونگی ترویج فرهنگ ایثار و شهادت به‌وسیله هوش مصنوعی استفاده کرد، می‌توان آن را از نظر هدف و ماهیت تحقیق، در رده تحقیقات بنیادی به حساب آورد. از نظر روش، تحقیق حاضر جز تحقیقات توصیفی-تحلیلی به روش تطبیقی است که به مقایسه و تطبیق روش‌های اثرگذاری هوش مصنوعی در ترویج فرهنگ عمومی و فرهنگ ایثار و شهادت پرداخته است. پژوهشگران متعددی با استفاده از واژه تطبیق در عنوان پژوهشی خود در تلاش برای ایجاد جلوه

و اعتبار مقایسه در کار خود هستند البته آن‌ها باید توجه داشته باشند که روش تطبیق با مقایسه تفاوت‌هایی دارد، در مطالعات تطبیقی هدف فقط مقایسه کردن نیست بلکه از کشف موارد تشابه و اختلاف باید به ملاک تشابه یا اختلاف رسید و بر اساس آن مسئله‌ای حل شود. مقایسه جزئی کلیدی از این روش مطالعاتی است که طی آن دو یا چند پدیده دامنه‌ای مشخص و باهدف شناسایی اشتراک یا اختلاف پدیده‌ها مورد مقایسه قرار می‌گیرند باید توجه داشت که اصطلاح رویکرد تطبیق با اصطلاح روش تطبیقی تفاوت دارد. رویکرد تطبیقی مبتنی بر مقایسه برای فهم مشابهت‌ها و تفاوت‌ها و از قدیمی‌ترین شیوه‌های تفکر در اندیشه اجتماعی است. برای مثال هرودوت به مقایسه جهان یونانی و غیر یونانی پرداخت. در سال‌های اخیر پژوهش‌های تطبیقی در حوزه‌هایی چون علوم تربیتی، علوم سیاسی، حقوق، مدیریت فلسفه و امثال آن رو به رشد بوده است. از مهم‌ترین دلایل این گرایش می‌توان به مواردی به شرح جدول ذیل اشاره کرد (معدن‌دار آرانی، ۱۳۹۴).

جدول ۱. دلایل گرایش پژوهشگران به روش تطبیقی

ردیف	دلایل	توضیح
۱	استفاده از تجارب	شناخت محورهای موفق و روبه رشد در ابعاد تطبیق و استفاده از تجارب برای جبران عقب‌ماندگی‌ها
۲	گسترش فناوری‌های اطلاعاتی	به‌ویژه اینترنت و دسترسی به انواع بانک‌های اطلاعاتی قابل تطبیق

جامعه آماری؛ واژه «جامعه آماری» برای یک پژوهش کیفی از اساس نادرست است زیرا پژوهش کیفی در رسته آمار طبقه‌بندی نمی‌شود، برای این منظور از واژه «جامعه مشارکت‌کنندگان» استفاده می‌کنیم. جامعه مشارکت‌کنندگان می‌تواند شامل خبرگان نظری، خبرگان تجربی یا افرادی باتجربه زیسته باشد. تعداد نمونه منتخب از این جوامع نیز معمولاً بسیار محدود است و ملاک پایان نمونه‌گیری، اشباع نظری است.

نمونه آماری؛ از آنجاکه جامعه هدف (جامعه مورد مطالعه) ما کل جوانان کشور می‌باشند و ابزار گردآوری اطلاعات در این تحقیق، مصاحبه است لذا جامعه نمونه مشارکت‌کننده ما در مصاحبه،

تعداد ۳ نفر از اساتید و اعضای هیئت علمی گروه‌های رسانه و فرهنگی، ۲ نفر کارشناس ارشد در رشته هوش مصنوعی و ۴ نفر از مدیران سطوح میانی و عالی در بنیاد شهید و امور ایثارگران می‌باشند.

روش نمونه‌گیری؛ الوانی، آذر و دانایی فرد (۱۳۹۵) در کتاب روش شناسی پژوهش کیفی در مدیریت معتقدند که برای مصاحبه در مطالعات کیفی نمونه‌ای بین ۵ تا ۲۵ نفر کافی است. باین وجود دقت داشته باشید فرایند مصاحبه تا رسیدن به اشباع نظری ادامه پیدا می‌کند. اشباع نظری نقطه‌ای است که پژوهشگر درمی‌یابد دیگر حرف تازه‌ای زده نمی‌شود. در این تحقیق، نگارنده پس از مصاحبه با ۹ نفر از اساتید و خبرگان در زمینه فرهنگ، رسانه و هوش مصنوعی به اشباع نظری رسید.

ابزار تحقیق؛ نحوه گردآوری اطلاعات در این تحقیق به روش بررسی اسناد و مدارک (جستجو در کتابخانه‌ها، آرشیو، اینترنت و...)، مشاهده و در نهایت مصاحبه با خبرگان است. در مصاحبه صورت گرفته از جامعه مشارکت‌کننده از مصاحبه نیمه ساختاریافته استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

یکی از الگوهای رایج برای مطالعات تطبیقی الگوی جرج بردی با رویکرد کیفی است. در این الگو با توجه به ماهیت و نوع مطالعه، بررسی تطبیقی در چهار مرحله «توصیف، تفسیر، هم‌جواری و مقایسه» صورت می‌گیرد (قاسمی، ۱۴۰۰).

در مطالعات این بخش ابتدا داده‌های مورد نیاز درباره موضوع از منابع گردآوری و تفسیر شدند. در گام بعدی داده‌ها طبقه‌بندی شده و در آخرین مرحله با توجه به هدف اصلی این نوع مطالعه، شباهت‌ها و تفاوت‌ها مورد بررسی و مقایسه قرار گرفتند. پس از انجام مصاحبه با خبرگان و اساتید مربوطه و رسیدن به نقطه اشباع نظری، مطالب جمع‌بندی و در راستای توصیف و تفسیر چگونگی اثرگذاری هوش مصنوعی بر فرهنگ و همچنین بر فرهنگ ایثار و شهادت، به شرح ذیل ارائه می‌گردد:

۱. هوش مصنوعی و تحلیل داده‌ها: هوش مصنوعی و الگوریتم‌های تحلیل داده‌ها می‌توانند در جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات مربوط به فرهنگ و رفتارهای اجتماعی به کار گرفته شوند. با

تجزیه و تحلیل داده‌های مربوط به عادات، سلاقی و نیازهای مخاطبان، می‌توان محتوای فرهنگی را به صورت هدفمند تولید کرد و به گروه‌های هدف خاصی متناسب با سلیقه و نیازشان ارائه داد.

۲. تجربه‌های واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR): استفاده از فناوری‌های AR و VR می‌تواند به تجربه‌های جذاب و متفاوتی در ترویج فرهنگ کمک کند. با استفاده از این فناوری‌ها، می‌توان مردم را به تجربه‌های واقعیت مجازی از رویدادها، جاها و محصولات فرهنگی دعوت کرد، یا با استفاده از واقعیت افزوده، محتوای فرهنگی را به فضای واقعی افزوده و تعاملی کرد. با استفاده از فناوری‌های واقعیت افزوده و واقعیت مجازی می‌توان تجربه‌های فرهنگی جذاب و تعاملی را برای افراد ایجاد کرد. برنامه‌ها و بازی‌هایی که از این فناوری‌ها استفاده می‌کنند، می‌توانند محتوای فرهنگی را به شکلی جذاب و هیجان‌انگیز به مخاطبان ارائه دهند و آن‌ها را درگیر کنند.

۳. همکاری با ربات‌ها و ایجاد واسط‌های هوشمند: ربات‌ها و واسط‌های هوشمندی می‌توانند در ارتباط با مردم و ترویج فرهنگ نقش مؤثری ایفا کنند. ربات‌ها می‌توانند به صورت هوشمند و با استفاده از هوش مصنوعی، اطلاعات فرهنگی را ارائه کرده و به سؤالات مردم پاسخ دهند. همچنین، واسط‌های هوشمند می‌توانند با تحلیل و فهم نیازها و سلاقی کاربران، محتوای فرهنگی را به طور شخصی‌سازی شده به آن‌ها ارائه کنند. در زیر تعدادی از این نمونه‌ها را معرفی می‌کنم:

الف) ربات‌های گفتگو (Chatbots) ربات‌های گفتگو، یا چت‌بات‌ها، برنامه‌های کامپیوتری هستند که با استفاده از هوش مصنوعی، می‌توانند با انسان‌ها در گفتگوی متنی یا صوتی تعامل کنند. این ربات‌ها می‌توانند اطلاعات فرهنگی را ارائه کرده، سؤالات مرتبط با فرهنگ و هنر را پاسخ دهند و کاربران را در بررسی و بیشتر شناختن از فرهنگ‌های مختلف همراهی کنند.

ب) واسط‌های صوتی هوشمند: با پیشرفت فناوری تشخیص صدا و پردازش گفتار، واسط‌های صوتی هوشمند می‌توانند در ترویج فرهنگ مورد استفاده قرار بگیرند. این واسط‌ها می‌توانند به صورت صوتی با کاربران تعامل کنند و اطلاعات فرهنگی را ارائه دهند. به عنوان مثال، می‌توانند راهنمایی‌های صوتی در موزه‌ها یا سفرهای مجازی صوتی به مناطق فرهنگی را فراهم کنند.

ج) ربات‌های اجتماعی: ربات‌های اجتماعی به‌عنوان همراهان هوشمند می‌توانند در ترویج فرهنگ نقش بسزایی داشته باشند. این ربات‌ها می‌توانند با کاربران در شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های مربوط به فرهنگ تعامل کنند، محتوای فرهنگی را به اشتراک بگذارند و به سؤالات و نیازهای فرهنگی کاربران پاسخ دهند.

ه) ربات‌های گردشگری: این نوع ربات‌ها می‌توانند در ترویج فرهنگ و گردشگری کمک کنند. آن‌ها می‌توانند به کاربران راهنمایی‌هایی درباره جاذبه‌های فرهنگی، رستوران‌ها، هتل‌ها و اطلاعات مربوط به مقاصد گردشگری را ارائه دهند. همچنین، می‌توانند تجربه‌های گردشگری مجازی تقدیم کنند و کاربران را در مسیرهای فرهنگی هدایت کنند.

و) واقعیت افزوده (AR) با استفاده از فناوری واقعیت افزوده، می‌توان ربات‌ها یا واسط‌های هوشمند را برای ارائه تجربه‌های فرهنگی تعاملی به کاربرد. این فناوری می‌تواند اطلاعات فرهنگی را بر روی صفحه‌نمایش دستگاه تلفن همراه یا عینک واقعیت افزوده نمایش دهد و کاربران را در مقابل مکان‌ها و آثار هنری هدایت کند. این فقط چند مثال از ربات‌ها و واسط‌های هوشمندی است که در ترویج فرهنگ مورد استفاده قرار می‌گیرند. با پیشرفت فناوری و هوش مصنوعی، احتمالاً خلاقیت در طراحی و استفاده از این ربات‌ها و واسط‌ها در زمینه ترویج فرهنگ همچنان در حال افزایش است.

۴. استفاده از پلتفرم‌های چندرسانه‌ای: رسانه‌های اجتماعی در دنیای امروز نقش بسیار مهمی در ارتباطات انسان‌ها دارند. از طریق این رسانه‌ها می‌توان فرهنگ را به دسترس عموم مردم برساند. ایجاد صفحات و کانال‌های مختلف در رسانه‌های اجتماعی، انتشار محتوای آموزشی و فرهنگی، تشویق به بحث و تبادل نظر و ایجاد جو انگیزشی برای فعالیت در این فضاها می‌تواند به ترویج فرهنگ کمک کند. با توجه به رشد روزافزون پلتفرم‌های چندرسانه‌ای، ایجاد و بهره‌برداری از این پلتفرم‌ها می‌تواند در ترویج فرهنگ مؤثر باشد. ایجاد وب‌سایت‌ها، برنامه‌های موبایل، برنامه‌های رایانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی برای به اشتراک‌گذاری محتوای فرهنگی، تصاویر، ویدئوها و صداها می‌تواند به افزایش دسترسی و آگاهی مردم از فرهنگ‌های مختلف کمک کند. در زیر چند مرحله برای استفاده از پلتفرم‌های چندرسانه‌ای در به اشتراک‌گذاری محتوای فرهنگی را بررسی می‌کنیم:

الف) انتخاب پلتفرم: انتخاب پلتفرم‌های مناسب برای به اشتراک‌گذاری محتوای فرهنگی اولین گام است. می‌توانید از پلتفرم‌های معروفی مانند یوتیوب، اینستاگرام، فیس‌بوک، توییتر، تیک‌تاک و لینکدین استفاده کنید. هر پلتفرم دارای ویژگی‌ها و جماعتی مخصوص خود است، بنابراین بررسی و تحقیق در مورد هر پلتفرم و همچنین مشخص کردن هدف و جمهور موردنظرتان مفید است.

ب) تولید محتوا: بعد از انتخاب پلتفرم، باید محتوای فرهنگی را تولید کنید. محتوا می‌تواند شامل ویدئوها، تصاویر، متن‌ها، پادکست‌ها و سایر رسانه‌ها باشد. برنامه‌ریزی محتوا، انتخاب موضوعاتی که با علاقه‌مندی‌های جمهور هدف‌تان همخوانی داشته باشد و کیفیت بالای محتوا برای جذب و تعامل با مخاطبان مهم است.

ج) به اشتراک‌گذاری محتوا: پس از تولید محتوا، باید آن را در پلتفرم‌های چندرسانه‌ای به اشتراک بگذارید. هر پلتفرم دارای قالب و فرایند به اشتراک‌گذاری محتوا است. برای مثال، در یوتیوب می‌توانید ویدئوها را بارگذاری کنید و در اینستاگرام می‌توانید تصاویر را پست کنید. برخی از پلتفرم‌ها ابزارهایی را برای برنامه‌ریزی و زمان‌بندی ارائه می‌دهند تا بتوانید محتواها را در زمان‌های مختلف منتشر کنید.

د) تعامل با جامعه هدف: پس از به اشتراک‌گذاری محتواها، مهم است با جامعه هدف خود در پلتفرم‌ها تعامل داشته باشید. پاسخگویی به نظرات، پرسش‌ها و بازخوردهای جامعه هدف می‌تواند ارتباط شما را با آن‌ها تقویت کند و اعتماد را افزایش دهد. پاسخگویی به نظرات مثبت و منفی، ارائه اطلاعات بیشتر و ایجاد بحث‌های سازنده می‌تواند در جذب و نگهداشت جامعه هدف مؤثر باشد.

ه) ارزیابی و بهبود: درنهایت، مهم است عملکرد و بازخورد را از پلتفرم‌ها و محتوای فرهنگی خودارزیابی کنید و بهبودهای لازم را اعمال کنید. بررسی آمار و ارقام پلتفرم‌ها، میزان تعامل جامعه هدف با محتواها و بازخوردهای دریافتی می‌تواند به شما در بهبود راهبردها و استراتژی‌های به اشتراک‌گذاری کمک کند. درنهایت، به اشتراک‌گذاری محتوای فرهنگی از طریق پلتفرم‌های چندرسانه‌ای نیازمند پیشبرد مستمر و همچنین درک عمیق از هدف، جامعه هدف و روش‌های بهتر به کاربردن این پلتفرم‌ها است.

۵. ایجاد پلتفرم‌های آموزشی آنلاین و ترویج این آموزش‌ها: با استفاده از فناوری هوش مصنوعی و پسا اینترنت می‌توان پلتفرم‌های آموزشی آنلاینی را ایجاد کرد که به صورت گسترده مطالب فرهنگی را در اختیار عموم مردم قرار دهند. این پلتفرم‌ها می‌توانند شامل دوره‌های آموزشی ویدئویی، منابع متنی، آزمون‌ها و تمرین‌ها باشند که به صورت هوشمندانه و با استفاده از الگوریتم‌های یادگیری ماشینی به نیازها و سطح دانش هر فرد پاسخ دهند. در زیر چند نمونه از این پلتفرم‌ها را بررسی خواهیم کرد:

الف) پلتفرم‌های آموزش ویدئویی: این نوع پلتفرم‌ها شامل ویدئوهای آموزشی در قالب دروس و آموزش‌های مرتبط با فرهنگ هستند. مثال‌هایی از این پلتفرم‌ها شامل Udemey، Coursera و Khan Academy می‌باشند. با استفاده از این پلتفرم‌ها می‌توانید دوره‌های آموزشی در زمینه‌های فرهنگی مانند زبان‌ها، تاریخ، هنر و موارد مشابه را ارائه دهید.

ب) پلتفرم‌های آموزش مبتنی بر متن: این پلتفرم‌ها شامل منابع متنی مرتبط با فرهنگ هستند. می‌توانید مقالات، کتاب‌ها، مجلات و منابع متنی دیگر را در این پلتفرم‌ها منتشر کنید. به عنوان مثال، می‌توانید یک وبسایت آموزشی را ایجاد کنید که مقالات و راهنماهایی در زمینه‌های فرهنگی را پوشش دهد.

ج) پلتفرم‌های آموزش تعاملی: این نوع پلتفرم‌ها شامل منابع آموزشی تعاملی است که به کاربران امکان برقراری تعامل و مشارکت در فرایند یادگیری را می‌دهد. می‌توانید از این پلتفرم‌ها برای ایجاد آزمون‌ها، تمرین‌ها، بازی‌های آموزشی و ارائه فعالیت‌های تعاملی در زمینه‌های فرهنگی استفاده کنید.

د) پلتفرم‌های آموزش مبتنی بر واقعیت افزوده و واقعیت مجازی: با استفاده از این پلتفرم‌ها، می‌توانید تجربه‌های آموزشی واقعیت افزوده (AR) و واقعیت مجازی (VR) را در زمینه‌های فرهنگی ایجاد کنید. این پلتفرم‌ها به کاربران امکان می‌دهند تا در محیط‌های مجازی یا ترکیبی از دنیای واقعی و مجازی فعالیت کنند و تجربه‌های جذاب و آموزشی را تجربه کنند.

ه) پلتفرم‌های اجتماعی آموزشی: این نوع پلتفرم علاوه بر فرم بسته، در زیر کلمه را ادامه می‌دهم: ۵. پلتفرم‌های اجتماعی آموزشی: این نوع پلتفرم‌ها به کاربران امکان می‌دهند تا در یک محیط اجتماعی با همکاری و تعامل با دیگران، یادگیری کنند. می‌توانید یک پلتفرم آموزشی

اجتماعی را برای ترویج فرهنگ ایجاد کنید، جایی که کاربران می‌توانند با یکدیگر درباره موضوعات فرهنگی گفتگو کنند، نظرات خود را به اشتراک بگذارند و تجربیات خود را به اشتراک بگذارند. با توجه به نیازها و هدف خاص شما برای ترویج فرهنگ، می‌توانید از یک یا ترکیبی از این پلتفرم‌ها استفاده کنید تا بهترین راه‌حل را انتخاب کنید. همچنین، می‌توانید پلتفرم‌هایی را برای دسترسی آسان به منابع آموزشی فرهنگی و ارتباط با افراد بااهمیت فرهنگی ایجاد کنید.

۶. ترویج همکاری و تبادل فرهنگی: با ایجاد فرصت‌های همکاری و تبادل فرهنگی بین افراد و اجتماعات مختلف، می‌توان از تجارب و دانش‌های فرهنگی آن‌ها بهره برد. برگزاری رویدادها، نمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و جشنواره‌های فرهنگی، افراد را به همراهی و تبادل ایده‌ها و ارزش‌های فرهنگی دعوت می‌کند و فضایی برای ترویج فرهنگ فراهم می‌کند. درنهایت، ترویج فرهنگ در دوران هوش مصنوعی و پسا اینترنت نیازمند استفاده هوشمندانه از فناوری‌های نوین و تلاش برای ایجاد تجربه‌های فرهنگی متنوع و جذاب است. همچنین، حفظ تنوع فرهنگی و احترام به ارزش‌ها و اعتقادات اجتماعات مختلف نیز از اهمیت بالایی برخوردار است.

۷. همکاری با هوش مصنوعی در تولید محتوا: با استفاده از هوش مصنوعی و الگوریتم‌های پیشرفته، می‌توان محتوای فرهنگی را با سرعت بالا و به شکلی هوشمند تولید کرد. برنامه‌های مبتنی بر هوش مصنوعی می‌توانند به‌طور خودکار مطالب فرهنگی را تولید کنند، محتوای مرتبط را پیشنهاد دهند و با استفاده از تحلیل داده‌ها، بهبودهای لازم را در محتوا ایجاد کنند.

۸. ارتباط مستقیم با استفاده‌کنندگان: در دوران هوش مصنوعی و پسا اینترنت، ارتباط مستقیم با استفاده‌کنندگان امری بسیار حائز اهمیت است. ایجاد فضاهای مجازی برای بحث و تبادل نظر، برگزاری وبینارها و کنفرانس‌های آنلاین و ایجاد امکاناتی برای بازخورد و پیشنهادهای کاربران می‌تواند به ترویج فرهنگ و ارتقای کیفیت محتوا کمک کند.

۹. همکاری با هنرمندان و خالقان محتوا: هنرمندان و خالقان محتوا در ترویج فرهنگ نقش بسیار مهمی دارند. همکاری با آن‌ها برای ایجاد محتوای خلاقانه و جذاب، تولید فیلم‌ها، موسیقی، نقاشی‌ها و غیره می‌تواند تجربه‌های جدیدی را برای مخاطبان فراهم کند و به ارتقای فرهنگ کمک کند.

۱۰. حفظ و حراست از تنوع فرهنگی: در ترویج فرهنگ، حفظ و حراست از تنوع فرهنگی بسیار اهمیت دارد. از طریق هوش مصنوعی و پسا اینترنت، می‌توان محتواها و منابعی را فراهم کرد که تنوع فرهنگی را در بین مردم ارتقا دهد و به فرهنگ‌های مختلف رسیدگی کند. در نهایت، ترویج فرهنگ در دوران هوش مصنوعی و پسا اینترنت نیازمند یک ترکیب از فناوری‌های پیشرفته و همکاری انسانی است. با استفاده هوشمندانه از ابزارها و فناوری‌های موجود و همکاری بین انسان‌ها و سیستم‌های هوش مصنوعی، می‌توان به ترویج فرهنگ و ارتقای آن در جامعه کمک کرد.

۱۱. اپلیکیشن‌های موبایل: توسعه اپلیکیشن‌های موبایل مخصوص فرهنگ و سنت‌های مختلف، به کاربران اجازه می‌دهد تا به صورت تعاملی و آنلاین به فرهنگ‌ها و سنت‌های جهانی دسترسی داشته باشند. این اپلیکیشن‌ها می‌توانند شامل راهنمای سفر، داستان‌های محلی، آموزش‌های فرهنگی و بازی‌های آموزشی باشند. در زیر چند نوع اپلیکیشن معمول برای ترویج فرهنگ و سنت‌ها ذکر شده است:

الف) راهنمای سفر و گردشگری: اپلیکیشن‌های راهنمای سفر و گردشگری می‌توانند اطلاعات جامعی در مورد مکان‌های تاریخی، فرهنگ و سنت‌های مرتبط با آن‌ها را ارائه دهند. این اپلیکیشن‌ها معمولاً شامل نقشه‌ها، راهنمایی‌ها، توصیه‌ها و داستان‌های مرتبط با مکان‌های دیدنی هستند.

ب) آموزش فرهنگی: اپلیکیشن‌های آموزشی متناسب با فرهنگ و سنت‌ها، برای ارائه اطلاعات دقیق و جامع در مورد آداب و رسوم، زبان، هنر و تاریخ فرهنگ‌ها استفاده می‌شوند. این اپلیکیشن‌ها می‌توانند شامل درس‌های تعاملی، ویدیوها، آزمون‌ها و بازی‌های آموزشی باشند.

ج) داستان‌های محلی: اپلیکیشن‌هایی که داستان‌های مرتبط با فرهنگ و سنت‌های محلی را ارائه می‌دهند، به کاربران اجازه می‌دهند تا با سنت‌ها، افسانه‌ها و داستان‌های محلی آشنا شوند. این اپلیکیشن‌ها معمولاً شامل داستان‌های مصور، نقاشی‌ها و صوتی‌ها هستند.

ه) بازی‌های آموزشی: بازی‌های آموزشی مبتنی بر فرهنگ و سنت‌ها، روشی جذاب برای آموزش و ترویج فرهنگ است. این بازی‌ها می‌توانند بازی‌های پازل، کوییز، کارت، مسابقه و تعامل با شخصیت‌های فرهنگی شامل باشند.

و) اپلیکیشن‌های هنری: اپلیکیشن‌هایی که به هنر و صنایع دستی مرتبط هستند، می‌توانند به ترویج فرهنگ و سنت‌های محلی کمک کنند. این اپلیکیشن‌ها می‌توانند شامل آموزش‌های هنری، نمونه‌های صنایع دستی و ارتباط با هنرمندان محلی باشند.

ز) اپلیکیشن‌های موسیقی: اپلیکیشن‌های موبایلی موسیقی می‌توانند نقش مهمی در ترویج فرهنگ و سنت‌ها ایفا کنند. این اپلیکیشن‌ها می‌توانند به کاربران اجازه دهند تا موسیقی محلی، آهنگ‌های سنتی و اجراهای زنده را بشنوند. همچنین، این اپلیکیشن‌ها می‌توانند اطلاعات در مورد سازهای موسیقی محلی، تکنیک‌های نوازندگی و تاریخچه موسیقی سنتی را نیز ارائه دهند. همچنین، می‌توان از امکانات دیگر اپلیکیشن‌های موبایلی مانند شبکه‌های اجتماعی، پادکست‌ها و ویدیوها برای ترویج فرهنگ و سنت‌ها استفاده کرد. این ابزارها امکان ارتباط بین افراد را فراهم می‌کنند و به اشتراک‌گذاری داستان‌ها، تجربیات و اطلاعات مرتبط با فرهنگ و سنت‌ها را تسهیل می‌کنند. درنهایت، برای ترویج فرهنگ و سنت‌ها، مهم است که اپلیکیشن‌ها برای هدفمندانه و مطابق با نیازهای جامعه مورد استفاده قرار گیرند. همچنین، ایجاد همکاری با متخصصان و نهادهای مرتبط با فرهنگ و سنت‌ها می‌تواند به موفقیت این اپلیکیشن‌ها کمک کند.

۱۲. هوش مصنوعی و سیستم‌های پیشنهاددهنده: استفاده از هوش مصنوعی و سیستم‌های پیشنهاددهنده، می‌تواند به افراد کمک کند تا با فرهنگ‌های جدید آشنا شوند. این سیستم‌ها می‌توانند بر اساس سلیقه و علاقه‌های فرد، محتواهای فرهنگی مناسب را پیشنهاد دهند و به افراد کمک کنند تا به صورت خودکار در فرهنگ‌های مختلف فعالیت کنند.

نتیجه‌گیری

در پایان پس از اینکه مؤلفه‌های پیشنهادی هوش مصنوعی و چگونگی تأثیر آن‌ها بر ترویج فرهنگ عمومی و فرهنگ ایثار و شهادت از دل مصاحبه‌های صورت گرفته جمع‌بندی و ارائه شد به نمره دهی مصاحبه‌شوندگان به نقش هریک از مؤلفه‌ها به صورت جداگانه در ترویج فرهنگ عمومی و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت به شرح ذیل پرداخته‌ایم:

جدول ۲. معدل نمره دهی مصاحبه‌شوندگان به نقش مؤلفه‌های هوش مصنوعی در ترویج فرهنگ عمومی

معدل نمرات از ۱ تا ۱۰	مؤلفه	ردیف
۹	هوش مصنوعی و تحلیل داده‌ها	۱
۷	تجربه‌های واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR)	۲
۷	همکاری با ربات‌ها و ایجاد واسطه‌های هوشمند	۳
۱۰	استفاده از پلتفرم‌های چندرسانه‌ای	۴
۸	ایجاد پلتفرم‌های آموزشی آنلاین و ترویج این آموزش‌ها	۵
۶	ترویج همکاری و تبادل فرهنگی	۶
۹	همکاری با هوش مصنوعی در تولید محتوا	۷
۶	ارتباط مستقیم با استفاده‌کنندگان	۸
۸	همکاری با هنرمندان و خالقان محتوا	۹
۷	حفظ و حراست از تنوع فرهنگی	۱۰
۱۰	اپلیکیشن‌های موبایل	۱۱
۷	هوش مصنوعی و سیستم‌های پیشنهاددهنده	۱۲

جدول ۲ بیانگر آن است که هر ۱۲ مؤلفه هوش مصنوعی در ترویج فرهنگ عمومی بین جوانان کشور نقش داشته با این توضیح که بیشترین اثرگذاری متعلق به مؤلفه‌های «پلتفرم‌های چندرسانه‌ای» و «اپلیکیشن‌های موبایل» است و در حقیقت استفاده و بهره‌گیری از این دو مؤلفه می‌تواند تأثیر زیادی در ترویج فرهنگ عمومی داشته باشد. همچنین مؤلفه‌های «ترویج همکاری و تبادل فرهنگی» و «ارتباط مستقیم با استفاده‌کنندگان» تأثیر کمتری در ترویج فرهنگ عمومی دارند.

جدول ۳. معدل نمره دهی مصاحبه‌شوندگان به نقش مؤلفه‌های هوش مصنوعی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت

معدل نمرات از ۱ تا ۱۰	مؤلفه	ردیف
۸	هوش مصنوعی و تحلیل داده‌ها	۱
۹	تجربه‌های واقعیت مجازی (VR) و واقعیت افزوده (AR)	۲
۸	همکاری با ربات‌ها و ایجاد واسطه‌های هوشمند	۳
۱۰	استفاده از پلتفرم‌های چندرسانه‌ای	۴
۸	ایجاد پلتفرم‌های آموزشی آنلاین و ترویج این آموزش‌ها	۵
۶	ترویج همکاری و تبادل فرهنگی	۶
۸	همکاری با هوش مصنوعی در تولید محتوا	۷
۷	ارتباط مستقیم با استفاده‌کنندگان	۸
۹	همکاری با هنرمندان و خالقان محتوا	۹
۶	حفظ و حراست از تنوع فرهنگی	۱۰
۱۰	اپلیکیشن‌های موبایل	۱۱
۷	هوش مصنوعی و سیستم‌های پیشنهاددهنده	۱۲

جدول ۳ بیانگر آن است که هر ۱۲ مؤلفه هوش مصنوعی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت بین جوانان کشور نقش داشته با این توضیح که بیشترین اثرگذاری متعلق به مؤلفه‌های «پلتفرم‌های چندرسانه‌ای» و «اپلیکیشن‌های موبایل» است و در حقیقت استفاده و بهره‌گیری از این دو مؤلفه می‌تواند تأثیر زیادی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت داشته باشد. همچنین مؤلفه‌های «ترویج همکاری و تبادل فرهنگی» و «حفظ و حراست از تنوع فرهنگی» تأثیر کمتری در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت دارند.

در مجموع پس از طی سیر مراحل مطالعات تطبیقی صورت گرفته به این نتیجه می‌رسیم که در هنگامه‌ای که تاروپود دنیای حقیقی و مجازی درهم تنیده شده و مرزهای بین واقعیت و خیال کمرنگ‌تر شده، نبردی خاموش در عرصه ذهن و اندیشه انسان‌ها در جریان است؛ جنگ شناختی به‌مثابه سلاحی نوین در دستان دشمن، هویت، باورها و ارزش‌های جوامع را هدف گرفته است. در این کارزار نابرابر، حجم‌های از اطلاعات نادرست، شایعات و دروغ‌ها، سیل خروشان را به

راه انداخته که در صورت عدم مقابله، بنیان‌های فرهنگی و اجتماعی جوامع را به مخاطره خواهد انداخت. در این میان، فرهنگ ایثار و شهادت همچون دژی نفوذناپذیر، در برابر هجمه‌های دشمن قد علم می‌کند؛ رشادت‌ها و فداکاری‌های شهدا و ایثارگران، مصداقی عینی از ایمان، از خودگذشتگی و عشق به آرمان‌هایی والا است که می‌تواند در برابر سیل دروغ‌ها و تحریف‌ها، سپر بلای جامعه باشد؛ اما چگونه می‌توان این فرهنگ غنی و ارزشمند را در عصر جنگ شناختی به نسل جوان منتقل کرد؟ اینجاست که نقش‌آفرینی هوش مصنوعی و فناوری‌های نوین به‌عنوان ابزاری قدرتمند و کارآمد، آغاز می‌شود. هوش مصنوعی و فناوری‌های نوین با توانایی‌های منحصربه‌فرد خود، دریچه‌ای نو به سوی دنیای اطلاعات و محتوا می‌گشاید و امکاناتی بی‌نظیر برای ترویج فرهنگ ایثار و شهادت در اختیار ما قرار می‌دهد. تصور کنید نسل جوان در قالب یک بازی رایانه‌ای با هوش مصنوعی و فناوری‌های نوین، در کنار شهدا در عملیات‌های مختلف حضور پیدا می‌کند و رشادت‌های آن‌ها را از نزدیک لمس می‌کند. خاطرات، وصیت‌نامه‌ها و داستان‌های شهدا با استفاده از هوش مصنوعی به زبان‌های مختلف ترجمه و در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شود و گفت‌وگوهای زنده و تعاملی با نسل جوان در خصوص فرهنگ ایثار و شهادت شکل می‌گیرد. با استفاده از فناوری‌های واقعیت مجازی، واقعیت افزوده و هوش مصنوعی؛ نسل جوان به‌طور مجازی در مکان‌های مرتبط با شهدا و ایثارگران، مانند جبهه‌های جنگ و یا محل شهادت آن‌ها حضور پیدا می‌کند و حس همدلی و نزدیکی عاطفی با آن‌ها را تجربه می‌کند. انیمیشن‌ها، فیلم‌ها و سریال‌هایی با موضوع ایثار و شهادت با استفاده از تکنیک‌های نوین انیمیشن‌سازی و فیلم‌سازی، به زبان روز و با لحنی جذاب و متناسب با سلیقه نسل جوان تولید می‌شوند و مفاهیم والای این فرهنگ را به آن‌ها منتقل می‌کنند. استفاده از این ابزارها، به مثابه‌ی دمیدن روحی نو در کالبد فرهنگ ایثار و شهادت است. جوانان امروز، تشنه‌ی حقیقت و عدالت هستند و هوش مصنوعی و فناوری‌های نوین، می‌تواند دریچه‌ای به سوی دنیای واقعی ایثار و شهادت باشند. اما در این میان، فناوری‌های نوین به‌مثابه‌ی شمشیر دو لبه‌ای هستند که می‌توانند هم در جهت ترویج این فرهنگ والا و هم در جهت تخریب آن به کار گرفته شوند.

از سویی، فناوری‌های نوین، دریچه‌ای نو به سوی دنیایی از اطلاعات و آگاهی گشوده‌اند به واسطه این فناوری‌ها، می‌توان داستان‌ها و خاطرات شهدا را به شکلی جذاب و نوین به نسل‌های جدید منتقل کرد. می‌توان از طریق فیلم‌های کوتاه، پویانمایی‌ها، بازی‌های رایانه‌ای و دیگر ابزارهای دیجیتال، مفاهیمی مانند ایثار، فداکاری و از خودگذشتگی را به زبانی ساده و قابل فهم برای کودکان و نوجوانان تبیین و به تصویر کشید. از سوی دیگر جنگ شناختی و رسانه‌ای دشمن با بهره‌گیری از همین فناوری‌ها در تلاش است تا فرهنگ ایثار و شهادت را نادیده گرفته و آن را در بین نسل جدید بی‌ارزش جلوه دهد. دشمن با استفاده از دروغ‌پردازی، شایعه‌سازی و وارونه جلوه دادن حقایق، سعی دارد تا از جایگاه والای شهدا بکاهد و فرهنگ ایثار و فداکاری را به امری منسوخ و غیرقابل دسترس تبدیل کند.

در این میان نقش ما چیست؟ ما مدعیان فرهنگ ایثار و شهادت موظفیم تا از تمام ظرفیت‌های موجود و به‌ویژه از فناوری‌های نوین برای مقابله با جنگ دشمن و ترویج این فرهنگ ناب استفاده کنیم.

ما باید با تولید محتوای جذاب و فاخر با استفاده از زبان روز و متناسب با نیازهای نسل جدید به تبیین و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت بپردازیم؛ باید از طریق فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی و دیگر ابزارهای دیجیتال پیام شهدا را به گوش جهانیان برسانیم و اجازه ندهیم که دشمن با دروغ‌پردازی‌های خود این فرهنگ ارزشمند را از ما بگیرد.

آری، فناوری‌های نوین، ابزاری قدرتمند در میدان جنگ شناختی و رسانه‌ای هستند که باید با هوشیاری و بصیرت از این ابزارها در جهت ترویج فرهنگ ایثار و شهادت استفاده کنیم و اجازه ندهیم که دشمن از این ابزارها برای تخریب این فرهنگ ناب بهره ببرد. به یاد داشته باشیم، شهدا چراغ راه ما هستند و فرهنگ ایثار و شهادت ضامن حفظ و تداوم انقلاب اسلامی خواهد بود. باشد تا با اتکا به خلاقیت و نوآوری از ظرفیت‌های بی‌نظیر هوش مصنوعی و فناوری‌های نوین در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت بهره ببریم و حماسه‌ای نو در عصر دیجیتال رقم بزنیم. همچنین با توجه به جمله راهبردی رهبر عظیم‌الشان نظام جمهوری اسلامی ایران، که می‌فرماید: (تبلیغ در دوره پسا اینترنت و هوش مصنوعی اهمیت مضاعف دارد)، می‌توان به اهمیت و چرایی پرداختن به هوش مصنوعی و نقش آن در ترویج فرهنگ بیش‌ازپیش پی برد. ما در این مقاله

قصد بررسی موضوع مهمی همچون «نقش هوش مصنوعی در ترویج فرهنگ ایثار و شهادت» را داشتیم که در این راستا سعی نمودیم تا با رویکردی دینی و جامعه‌شناختی و علمی به تحلیل واقع‌بینانه و همه‌جانبه از مسئله موردنظر بپردازیم. فلذا در قالب یک چارچوب مشخص و منسجم پس از تبیین ضرورت و اهداف پژوهش و تشریح مفهوم ایثار و شهادت با بررسی مواردی همچون راهکارهای عملی ترویج این فرهنگ در جامعه به‌وسیله هوش مصنوعی پرداختیم و سپس به این نتیجه‌گیری کلی رهنمون شدیم که با اتمام جنگ و انقلاب نباید شهدا، ایثارگران و فداکارهای آنان فراموش شود. چراکه نسل جدیدی که به دنیا می‌آید با خاطرات آنان روبروست و باید این نسل را با شهدا، ایثارگران و فرهنگی که به آن پایبند بودند آشنا کنیم و ارزش و اهمیت کار آن‌ها باید در جامعه به‌خوبی روشن شود. زیرا جامعه‌ای که بتواند آرمان شهدا و ایثارگران و جانبازان را به‌خوبی درک و ترویج نماید، از کارکردهای مثبت آنکه همانا گسترش معنویت در جامعه، کاهش فساد و ناهنجاری و به‌تبع آن شکل‌گیری یک محیط انسانی سالم و الهی است بهره خواهد برد و هیچ عامل دیگری حتی پول و ثروت هم نخواهد توانست با آن رقابت نماید و تمامی آن‌ها در «فرهنگ ایثار و شهادت» متجلی است که از آن می‌توان به‌عنوان نگهبان حقیقی برای دژ محکم دین و اسلام نام برد. چراکه وجود فرهنگ ایثار و شهادت است که به زندگی انسان‌ها معنا می‌دهد و آن‌ها را از رخوت و بیگانگی خارج می‌نماید و به آن‌ها هویت دینی بخشیده و در مسیر الهی مقاوم و پایدار می‌سازد که در نهایت رفاه، آسایش و امنیت را برای تداوم بخشی به زندگی هموعان در ابعاد گوناگون به ارمغان می‌آورد.

بدیهی است بسیاری از این راهکارها و پیشنهادهایی که به آن‌ها اشاره شد فقط بخشی از آن‌ها می‌تواند به‌وسیله ترجمان‌ها و سازمان‌های مرتبط و بخصوص بنیاد شهید و بنیاد حفظ آثار و نشر ارزش‌های دفاع مقدس، سپاه و تحت نظر ستاد کل نیروهای مسلح به اجرا گذارده شود، ولی پیچیدگی و تخصصی بودن بسیاری از این راهکارها تنها از عهده یک بنیاد و مرکز خاص برنمی‌آید، بلکه باید از کلیه نیروهای مردمی و مشارکت عمومی بهره گرفت؛ زیرا حفظ و اشاعه آثار و ارزش‌های دفاع مقدس و فرهنگ ایثار و شهادت مانند خود دفاع مقدس و انقلاب اسلامی

با مشارکت همگانی میسر است. و بدین منظور باید برای هر یک از دستگاه‌های ذی‌ربط بر اساس تقسیم‌کار و تناسب مأموریت، وظایف خاصی را در نظر گرفت.



منابع و مآخذ

- قرآن کریم (۱۳۸۶). ترجمه الهی قمشهای، مهدی، قم: سپهر نوین.
- ابن منظور، محمدبن مکرم (۱۴۰۵ ق). *لسان العرب*، قم: نشر ادب الحوزه.
- الوانی، مهدی؛ آذر، عادل؛ دانایی فرد، حسن (۱۳۹۵). *روش‌شناسی پژوهش کیفی در مدیریت: رویکردی جامع*، تهران: صفار.
- پورشمس‌الدین مطلق، محمدعلی (۱۳۹۶). *مفهوم‌ایثار و شهادت و نقش عشایر در دفاع مقدس*، پایگاه اطلاع‌رسانی خانه فرهنگ ایثار و مقاومت.
- توسلی، غلامعباس (۱۳۸۰). *جامعه‌شناس دین*، تهران: سخن.
- حریری، نجلا (۱۳۸۵). *اصول و روش‌های پژوهش کیفی*، چاپ اول، تهران: انتشارات دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- حسین‌زاده، وحید (۱۳۸۲). *آسیب‌شناسی فرهنگ ایثار و شهادت و شناخت عوامل بازدارنده و ریشه‌یابی موانع ترویج، فصلنامه فرهنگی - اجتماعی فرهنگ عمومی*، شماره ۳۷.
- حسینی خامنه‌ای، سیدعلی، ۱۴۰۲/۴/۲۱، *دیدار با مبلغان و طلاب*، تهران.
- دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷). *لغت‌نامه*، تهران: دانشگاه تهران.
- رجبی، محسن و نصراللهی، محمدصادق (۱۴۰۲). *پیام‌شناسی فرهنگی توسعه هوش مصنوعی در رسانه‌های اجتماعی در ایران، فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران*، ۱۶ (۲)،
- <https://doi.org/10.22035/jicr.2023.3178.3481>
- ساعی ارسبی، ایرج (۱۳۸۹). *مهارت‌های نوشتاری پژوهش در علوم اجتماعی*، چاپ دوم، تهران: انتشارات بهمن برنا.
- سرمد، زهره، عباس بازرگان و الهه حجازی (۱۴۰۲). *روش‌های تحقیق در علوم رفتاری*، چاپ ۴۸، تهران: انتشارات آگاه.
- سهرابی مقدم چافجیری، ایمان و اکبرنژاد دموچالی، حسین (۱۴۰۱). *نقش هوش مصنوعی در فرهنگ نوین تمدن اسلامی، جستارنامه فرهنگ و هنر اسلامی*، ۱ (۲). ۳۹-۵۱.
- سنگری، محمدرضا (۱۳۸۰). *عوامل معنوی و فرهنگی دفاع مقدس و فرهنگ عاشورا*؛ قم: مرکز تحقیقات اسلامی.

- شاملو، محمدجواد (۱۴۰۱). تأثیر و چشم‌انداز هوش مصنوعی بر توسعه صنایع فرهنگی، تهران، پژوهشکده سیاست‌گذاری دانشگاه صنعتی شریف.
- صادقی، امیرعباس (۱۴۰۲). هوش مصنوعی از تعریف تا کاربرد، پایگاه تخصصی آموزش سواد رسانه‌ای و تکنیک‌های روابط عمومی، تهران.
- عمید، حسن (۱۳۶۹). فرهنگ فارسی عمید، جلد اول، تهران: موسسه انتشارات امیرکبیر.
- قاسمی، حمید (۱۴۰۰). مرجع پژوهش، ویراست نوزدهم، تهران: اندیشه آرا.
- مظاهری، محسن حسام (۱۳۸۷). رسانه شیعه، ج ۱، تهران: شرکت چاپ و نشر بین‌الملل.
- معاونت پژوهشی مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (۱۳۷۸)، تعلیم و تربیت از دیدگاه امام خمینی (ره)، جلد ۲، تهران.
- معدن‌دار آرانی، عباس (۱۳۹۴). مطالعات تطبیقی در آموزش و پرورش: کاربرت روش‌های جدید تحقیق، نشریه خانواده و پژوهش، ۱۲(۲۷)، ۶۹-۹۰.
- معین، محمد (۱۳۵۱). فرهنگ فارسی معین، جلد اول، تهران: موسسه انتشارات امیرکبیر.
- نیک‌ملکی، محمد (۱۴۰۲). هوش مصنوعی علمی، فنی و فرهنگی، همایش «هوش مصنوعی، رسانه و تحولات و تولید محتوا»، تهران: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

- Bastide, D. (1987) Religious Education, Lewes: Falmer press.
- Dressler, W. (2002) A Working Definition of Culture, Department of Anthropology and School of Social Work, University of Alabama.
- Lull, J. (2000) Media, Communication, Culture: A Global Approach, Second Edition, Cambridge, UK: Polity Press.
- Smith, Anthony D. (1991) National Identity, London: Penguin Books.
- Tylor, E. (1871) Primitive Culture: Researches into the Development of Mythology, Philosophy, Religion, Art, and Custom. New York: Gordon press
- UNESCO, (2003) "Convention of Intangible Cultural Heritage", www.unesco.org.
- Williams, R. (1958) Culture and Society: 1780-1950, New York: Columbia University Press.
- <https://fa.wikipedia.org/wiki/هوش-مصنوعی>