

## نسبت سنجی دین و هوش مصنوعی در بستر رسانه‌های نوین

ابوالفضل فرخی\* (نویسنده مسئول)

محسن قمرزاده\*\*

### چکیده

هدف: هدف این مقاله، بررسی و سنجش جایگاه دین و نسبت آن با هوش مصنوعی در بستر رسانه‌های نوین و بررسی پیوند مابین ظرفیت‌های بالقوه دین و فناوری هوش مصنوعی در بسترهای نوین رسانه‌ای است.

روش‌شناسی پژوهش: رویکرد این مقاله پژوهشی است و با استفاده از روش اسنادی-کتابخانه‌ای و توصیفی-تحلیلی انجام شده است.

یافته‌ها: امروزه پلتفرم‌های اینترنتی، الگوریتم‌های مبتنی بر هوش مصنوعی و منابع دینی مختلف مانند متون مقدس، موعظه‌ها، و مطالب عبادی را متناسب با ترجیحات و اعتقادات فردی فعال می‌کنند. مواردی مثل واقعیت مجازی (متاورس) برای ایجاد محیط‌های مذهبی افراد را قادر می‌سازد در زیارت‌های مجازی، مراسم مذهبی و عبادات عمومی شرکت کنند.

\* دانشجوی کارشناسی ارشد مستند، گروه تلویزیون، دانشکده تولید رادیو و تلویزیون، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران؛ afarri1375@gmail.com

\*\* استادیار گروه معارف اسلامی، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران؛ ghamarzadehm@gmail.com

استناد به این مقاله: فرخی، ابوالفضل؛ قمرزاده، محسن (۱۴۰۳). نسبت سنجی دین و هوش مصنوعی در بستر رسانه‌های نوین. مطالعات دینی رسانه، ۶ (۲۲)، ۶۷-۴۵. <https://doi.org/10.22034/jmrs.2024.209282>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۸ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۵/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۶/۱۵ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۳/۰۶/۲۵

© نویسندگان. نوع مقاله: پژوهشی. ناشر: دانشگاه صدا و سیما

این مسئله در عصر نوین دیجیتال، زمینه جدیدی را برای استفاده از علوم رسانه‌ای نوین در خدمت پیروان ادیان ایجاد کرده است.

**بحث و نتیجه‌گیری:** رابطه جایگاه دین و هوش مصنوعی در بستر رسانه‌های نوین می‌تواند منجر به استفاده سالم و مفید برای پیروان و دغدغه‌مندان حوزه دین و رسانه باشد. همچنین از هوش مصنوعی تعریف‌شده در ابزارهای گوناگون رسانه‌ای می‌توان برای اعمال و مناسک گوناگون دینی بهره برد. باید از فرصت‌های نوین در دنیای امروز برای پررنگ کردن جایگاه دین بهره برد و با چالش‌ها به صورت صحیح، تخصصی و علمی رویه‌رو شد.

**کلیدواژه‌ها:** دین، هوش مصنوعی، رسانه، رسانه‌های نوین، نسبت‌سنجی، دیجیتال

#### مقدمه

از دیرباز دین را مولفه‌ای برای درک اسرار و ماهیت هستی می‌دانند. همچنین سیر تطور تاریخ ادیان به ما نشان می‌دهد که اساساً این مهم پیوندی عمیق با زندگی انسان و جوامع داشته است. ارتباط بین دین و انسان از آغاز تاریخ زندگی انسانی، تا به امروز یکی از موضوعات چالش‌برانگیز برای فیلسوفان و عالمان بوده است. دین به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های بنیادی فرهنگ و هویت انسان، نقش مهمی در شکل‌دهی به اعتقادات، ارزش‌ها، و رفتارهای انسانی داشته است. از سوی دیگر، انسان به شکل یک موجود فکری و اجتماعی، همواره در تلاش بوده تا با پرسش‌ها و جستجوهای خود به دنبال معنا و مفهوم زندگی خود بگردد.

هر دینی به‌عنوان یک نظام الوهیتی مبتنی بر تفکرات و مناسک مختص به خود، انسان را در معرض سؤالات بنیادینی قرار می‌دهد. آن مسائل مربوط به مسئله وجود، معنا، هدف، و اخلاق است. از طرف دیگر، انسان با استفاده از فکر و عقل خود به دنبال پاسخ‌های منطقی و عقلانی برای این سؤالات بوده است. در این راستا، رابطه بین دین و انسان به‌عنوان یک تعامل پویا و پیچیده، همواره مورد بررسی و بحث قرار گرفته است. با پیشرفت علم و فناوری،

نگرش‌ها نسبت به دین و نقش آن در زندگی انسان‌ها تغییراتی داشته است. به عنوان مثال، برخی از افراد به دلایل مختلف از جمله پدیدار شدن علم و فناوری، تغییرات اجتماعی و تحولات فرهنگی، به ادیان کمتر توجه می‌کنند و گاهی به دنبال معنای جدید و منابع جایگزین برای زندگی خود هستند. این چالش‌ها نیز در کنار دیگر مسائل مرتبط با دین از دیرباز وجود داشته است (رضایی اصفهانی، ۱۳۸۰: ۵۷).

رابطه دین و انسان در سال‌های اخیر به‌طور قابل‌توجهی تحت‌تأثیر تحولات جدید فناوری و رسانه‌های جدید قرار گرفته است. این پیشرفت‌ها هم فرصت‌ها و هم چالش‌هایی را در نحوه تعامل افراد با باورهای دینی و عمل به آن‌ها ایجاد کرده است. از جمله راه‌هایی که فناوری بر رابطه دین و انسان تأثیر گذاشته است، دسترسی به اطلاعات است. اینترنت و بسترهای رسانه‌های اجتماعی دسترسی افراد به طیف وسیعی از متون، آموزه‌ها و تفاسیر دینی را آسان‌تر کرده است. این امر به مردم این امکان را می‌دهد تا سنت‌ها و باورهای دینی مختلف را کشف کنند و همچنین در بحث‌ها و مناظرات پیرامون موضوعات مذهبی با مخاطبان جهانی شرکت کنند. علاوه بر این، شبکه‌های مختلف مجازی، جوامع مذهبی را قادر می‌سازد تا به روش‌های جدید با یکدیگر ارتباط برقرار کرده و با یکدیگر تعامل داشته باشند (جان بایرناس، ۱۹۸۴: ۷۸).

افزون بر این، فناوری بر نحوه تجربه و عمل افراد به باورهای مذهبی خود نیز تأثیر گذاشته است. به عنوان مثال، فناوری‌های واقعیت مجازی<sup>۱</sup> و واقعیت افزوده<sup>۲</sup> برای ایجاد تجربیات مذهبی فراگیر، مانند زیارت مجازی به مکان‌های مقدس یا مراسم مذهبی تعاملی، استفاده شده‌اند. این فناوری‌ها ظرفیت افزایش تجربیات معنوی را دارند و راه‌های جدیدی را برای افراد فراهم می‌کنند تا با مسائل و آیین‌های دینی همراه شوند.

بسترهای رسانه‌های جدید نیز نقش بسزایی در شکل‌گیری برداشت افراد از دین دارند. رسانه‌های اجتماعی به ابزاری قدرتمند برای انتشار پیام‌های دینی، ترویج

1. Virtual Reality
2. Augmented Reality

تشکل‌های مذهبی و تأثیرگذاری بر افکار عمومی در مورد مسائل مذهبی تبدیل شده‌اند. با این حال، گسترش اطلاعات نادرست و ایدئولوژی‌های افراطی از طریق رسانه‌های اجتماعی چالش‌ها و نگرانی‌هایی را در مورد تأثیر این رسانه‌ها بر گفتمان و فهم دینی ایجاد کرده است (فراستخواه، ۱۳۷۷: ۳۰). علاوه بر این، ظهور فرهنگ دیجیتال و جوامع آنلاین به اشکال جدیدی از بیان و هویت دینی منجر شده است. انجمن‌های آنلاین، وبلاگ‌ها و نمایه‌های رسانه‌های اجتماعی به فضایی برای افراد تبدیل شده‌اند تا به عنوان نمونه سفرهای معنوی شخصی خود را به اشتراک بگذارند، در گفتگوی بین ادیان شرکت کنند و باورهای دینی خود را به روش‌های خلاقانه بیان کنند. این مهم به چشم‌اندازی متنوع و پیچیده از اعمال و تفاسیر مذهبی منجر شده است.

با این تفاسیر می‌توان به این نتیجه رسید که تحولات مربوط به فناوری‌های جدید و رسانه‌های نوین، رابطه بین دین و انسان را با قبل از این تحولات، متفاوت و گسترده‌تر کرده است. درحالی‌که این پیشرفت‌ها فرصت‌هایی را برای دسترسی بیشتر به اطلاعات و تجارب دینی فراهم کرده‌اند، اما پرسش‌هایی را در مورد تأثیر فناوری بر اعمال معنوی و نقش بسترهای دیجیتال در شکل‌دهی به باورهای دینی ایجاد کرده‌اند. همان‌طور که تکنولوژی به تکامل خود ادامه می‌دهد، برای افراد و جوامع مذهبی مهم است که به طور انتقادی با این تغییرات درگیر شوند و پیچیدگی‌های عصر دیجیتال را با حفظ ارزش‌های اصلی و آموزه‌های سنت‌های دینی خود هدایت کنند (ارویولز، ۱۳۹۵: ۲۹).

از جمله فناوری‌های نوین که در سال‌های اخیر محل بحث و گفت‌وگو بین اқشار جامعه و دانشمندان شده، فناوری هوش مصنوعی است. درحالی‌که دین مدت‌هاست چارچوبی برای درک اسرار و ماهیت هستی فراهم آورده، هوش مصنوعی هم در دنیای جدید، در نحوه تعامل ما با فناوری‌های دیگر و دنیای اطرافمان انقلابی ایجاد کرده است. حال این دو مقوله (دین و هوش مصنوعی) در بستر رسانه‌های مدرن، به شیوه‌های جدید و غیرمنتظره‌ای در کنار هم قرار می‌گیرند و پرسش‌های مهمی را درباره تلاقی معنویت، فناوری و اخلاق مطرح می‌کنند. همان‌طور که هوش مصنوعی با سرعت به پیشرفت خود ادامه می‌دهد، به‌طور

فزاینده‌ای در جنبه‌های مختلف زندگی ما ادغام می‌شود، از دستیارهای مجازی مانند سیری<sup>۱</sup> و الکسا<sup>۲</sup> گرفته تا ماشین‌های خودران و سیستم‌های خدمات مشتری خودکار.

پیشرفت‌های مذکور این پتانسیل را دارند تا نحوه برقراری ارتباط، کار و حتی عبادات و مناسک ما را تغییر دهند. قصد ما این است تا در این مقاله به بررسی رابطه پیچیده دین و هوش مصنوعی در بستر رسانه‌های مدرن بپردازیم و بررسی خواهیم کرد که سنت‌های مذهبی مختلف چگونه با فناوری هوش مصنوعی درگیر هستند: از استفاده از آن برای تقویت تجربیات معنوی گرفته، تا دست‌وپنجه نرم کردن با نگرانی‌های اخلاقی در مورد تأثیر آن بر جامعه. همچنین نحوه استفاده از هوش مصنوعی در تولید و انتشار مسائل مذهبی با نظر گرفتن نقش رسانه‌های نوین، از اهداف این مقاله است.

با کاوش در سیر پیچیده و در حال تحول دنیای امروز در حوزه‌های مختلف و با در نظر گرفتن پیامدهای عمیق این همگرایی (میان انسان، دین، فناوری) رسیدن به این اهداف امکان‌پذیر است. همچنین نسبت بین دین، هوش مصنوعی و رسانه‌های جدید پرسش‌های اساسی را در مورد ماهیت ایمان، هویت و جامعه در عصر دیجیتال ایجاد می‌کند. چگونه این فناوری‌ها درک ما از حقیقت و اقتدار دینی را شکل می‌دهند؟ چه تأثیری در شکل‌گیری هویت‌ها و باورهای دینی دارند؟ و چگونه می‌توانیم اطمینان حاصل کنیم که فناوری‌ها به گونه‌ای استفاده می‌شود که اصول اخلاقی را رعایت کند و به سنت‌های مختلف مذهبی احترام بگذارد؟

## دین و فناوری: رابطه دین و فناوری در زمانه معاصر

شاید لازم باشد برای توضیح رابطه دین و فناوری، در مرحله اول تعریفی از این دو

---

۱. «Siri» یک دستیار شخصی هوشمند و راهنمای دانا است که به‌عنوان یک نرم‌افزار کاربردی برای آی‌اواس اپل کار می‌کند.

۲. «Alexa» یک دستیار مجازی است که با صدا کنترل می‌شود. این دستیار صوتی توسط شرکت آمازون ساخته شده است.

مقوله ارائه دهیم. «دین» در تعریف کلی، سیستمی از باورها، عقاید، اعمال و آیین‌ها در چارچوب باور به وجود یک یا چند خدا یا قدرتی مافوق طبیعی است. دین به‌عنوان یک جنبه مهم از فرهنگ و هویت انسانی، تأثیر گسترده‌ای بر زندگی افراد و جوامع داشته و دارد. ادیان شامل مفاهیمی از نظام اخلاقی، روایات، تعالیم، رسوم، آیین‌ها و مراسم‌های عبادی است که انسان به‌منظور رابطه با منبعی الوهیتی و خالق جهان انجام می‌دهد (آریا، ۱۳۷۶: ۶۱). دین را به‌عنوان یک منبع اصلی برای پیدایش رسوم اخلاقی و ارزش‌های انسانی می‌شناسند و برای بسیاری از افراد منبع هدایت، راهنمایی و تعزیت است. همچنین دین به‌عنوان یک عامل اجتماعی و فرهنگی نقش مهمی در شکل‌دهی به هویت فردی و جمعی انسان‌ها ایفا می‌کند.

از سوی دیگر در تعریف «فناوری» گفته‌اند که «... فناوری یعنی کاربرد علم و دانش در طراحی، ساخت، استفاده و توسعه ابزارها، ماشین‌آلات، سیستم‌ها و فرآیندها در جهت تسهیل زندگی انسان.» (ساروخانی و کمیجانی، ۱۴۰۲: ۱۹) فناوری به‌عنوان یک عامل اساسی در توسعه و پیشرفت اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی شناخته می‌شود. فناوری شامل دانش‌های مختلفی مانند فنون مهندسی، علوم کامپیوتر، الکترونیک، رباتیک، بیوتکنولوژی، نانوتکنولوژی، هوش مصنوعی (که در سال‌های اخیر بسیار محل بحث است) و سایر حوزه‌های علمی و فنی است. این دانش‌ها به کمک تحقیقات و آزمایشات علمی به تولید ابزارها و فناوری‌های جدید منجر می‌شوند که بهبود زندگی انسان‌ها و ارتقای سطح فناوری در جوامع مختلف را تضمین می‌کنند.

با توجه به تعاریفی که بیان شد، می‌توان نتیجه گرفت اگر قرار به بررسی رابطه دین و فناوری باشد، راهی پیچیده و چندوجهی مقابلمان است. هر دو مقوله رسالتی بر دوش دارند. دین تضمین‌کننده ارزش‌های اخلاقی انسان و راهبردی برای زندگی سالم است، و فناوری هم در این مسیر در اختیار انسان به‌منظور زندگی آسان‌تر و فایده‌مندتر است. حال از یک سو، برخی از سنت‌های دینی، فناوری را به‌عنوان وسیله‌ای برای انتشار پیام خود، ارتباط با پیروان و تقویت اعمال خود پذیرفته‌اند. از سوی دیگر، نگرانی‌هایی در مورد تأثیر

فناوری بر باورها، اعمال و افراد جوامع مذهبی وجود دارد. یکی از نمونه مواردی که فناوری بر دین تأثیر گذاشته است، استفاده از پلتفرم‌های دیجیتال برای ارتباطات و جامعه‌سازی بین دینداران است.

بسیاری از سازمان‌های مذهبی از رسانه‌های اجتماعی، وبسایت‌ها و سرویس‌های استریم جدید برای دستیابی به مخاطبان گسترده‌تر و تعامل با پیروان خود به روش‌های جدید استقبال کرده‌اند. به عنوان مثال کلیساها و مساجد اکنون خدمات خود را به صورت زنده پخش می‌کنند؛ گاهی گروه‌های عبادی مجازی را میزبانی می‌کنند و منابع آنلاین برای رشد معنوی ارائه می‌دهند. این امر به جوامع مذهبی اجازه داده است تا با اعضای که ممکن است به دلیل دوری، ناتوانی یا دلایل دیگر نتوانند در خدمات حضوری شرکت کنند، ارتباط برقرار کنند.

یادگیری آنلاین، نمونه دیگری از این مزایاست که افراد می‌توانند به متون مذهبی، آموزه‌ها و منابع دینی از سراسر جهان دسترسی داشته باشند. این امر مردم را قادر می‌سازد تا سنت‌های دینی مختلف را کشف کنند و درک خود را از باورهای دینی عمیق‌تر کنند. علاوه بر این، فناوری به همکاری رهبران مذهبی با یکدیگر منجر شده، و به اشتراک گذاشتن منابع و مشارکت در گفتگوی بین ادیان را آسان‌تر کرده است. این موارد از جمله فواید تأثیر فناوری بر دین است.

از سوی دیگر همان‌طور که گفته شد، ادغام فناوری در اعمال مذهبی نگرانی‌هایی را در مورد تأثیرات منفی بالقوه بر معنویت و جامعه ایجاد کرده است. برخی از منتقدان استدلال می‌کنند که استفاده از فناوری در محیط‌های مذهبی ممکن است به یک تجربه سطحی یا کالایی از ایمان منجر شود، جایی که افراد راحتی و سرگرمی را بر رشد معنویت واقعی اولویت می‌دهند. علاوه بر این، نگرانی‌هایی در مورد حفظ حریم خصوصی افراد و امنیت داده‌ها در فضاهای آنلاین و همچنین احتمال اطلاعات نادرست درباره مسائل دینی وجود دارد.

سرعت سریع پیشرفت تکنولوژی و فناوری‌ها، از جهاتی باعث ایجاد مسائل و چالش‌های اخلاقی برای جوامع مذهبی بوده است. برای مثال، پیشرفت‌های مبتنی بر هوش مصنوعی و بیوتکنولوژی این پتانسیل را دارد که درک سنتی از طبیعت انسان، اراده آزاد و تقدس زندگی را به چالش بکشد. این مهم باعث شده رهبران و متفکران دینی که وظیفه هدایت، تبیین مبانی و این مسائل پیچیده در چارچوب اعتقادات و ارزش‌های دینی را دارند، سعی در به‌روزرکردن خود برای آموزش مسائل و مبانی دینی را جدی بگیرند (باربور، ۱۳۹۴: ۲۰).

پس همان‌طور که شرح داده شد، می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که رابطه دین و فناوری در دوران معاصر رابطه‌ای پویا و در حال تحول است. این رابطه دارای فرصت‌ها و چالش‌های فراوان است. بدیهی است که باید از فرصت‌ها به‌منظور تبلیغ دین و فرهنگ دینی بهره برد و با چالش‌ها به شکل علمی روبه‌رو شد. فناوری و تکنولوژی نوین جوامع مذهبی را قادر می‌سازد تا از طریق رسانه‌های جدید (فضای مجازی، پلتفرم‌ها، سرویس استریم) به مخاطبان جدید دست یابند، آموزه‌های خود را تعمیق بخشند و ارتباطات فراسوی مرزها را تقویت کنند. از آنجا که فناوری به شکل‌دهی جدید و بنیادی جهان ما ادامه می‌دهد، برای رهبران و پیروان دینی ضروری است که با این تغییرات به‌طور متفکرانه درگیر شوند و ارزش‌های اصلی سنت‌های دینی را در چارچوب‌های جدید تعریف کنند.

باید توجه داشت که به‌طور کلی پیشرفت فناوری، روابط اجتماعی و نحوه ارتباطات انسان‌ها را تغییر داده است. این تغییرات در حالت عادی بر بعضی از اصول و ارزش‌های جوامع انسانی تأثیرگذار بوده است. استفاده از رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی می‌تواند باعث تغییر در نحوه تفکر و باورهای افراد شود. از طرف دیگر، زمانی که این ابزار در خدمت نیات ارزشمند و انسان‌دوستانه قرار بگیرد، می‌تواند تغییرات مثبت و اساسی در زندگی بشر ایفا کند. فناوری و دین آنجا می‌توانند با یکدیگر تعامل داشته باشند که تأثیرات متقابلی هم بر یکدیگر داشته باشند. این تعامل در سیری قرار می‌گیرد که منجر به تغییرات جامعه و فرهنگ شود و نقش مهمی نیز در شکل‌دهی به آینده جوامع دارند (همان: ۴۴).



حال اگر بخواهیم رابطه بین دین و فناوری که طیف وسیعی از موضوعات را در بر می‌گیرد را در چند مورد دسته‌بندی کنیم، شامل موارد زیر است:

۱. دسترسی به دانش و منابع دینی: فناوری دسترسی به متون، آموزه‌ها و منابع دینی را گسترش داده است و افراد را برای کاوش و درگیری با سنت‌های دینی خود آسان‌تر کرده است. پلتفرم‌های آنلاین، کتابخانه‌های دیجیتال و رسانه‌های اجتماعی انتشار اطلاعات دینی را دموکراتیزه کرده‌اند و مردم را قادر می‌سازند تا بدون توجه به موقعیت جغرافیایی با جوامع مذهبی و اعمال مذهبی گوناگون ارتباط برقرار کنند.

۲. عبادت و مناسک دیجیتال: فناوری جدید رسانه‌ای مانند متاورس،<sup>۱</sup> می‌تواند نحوه انجام مراسم مذهبی و عبادی را متحول کند. گردهمایی‌های مجازی، مراسم پخش زنده و گروه‌های جمعی آنلاین به‌طور فزاینده‌ای رایج شده‌اند و به افراد امکان می‌دهند از راه دور در فعالیت‌های مذهبی شرکت کنند. این امر به‌ویژه در مت‌همه‌گیری کرونا<sup>۲</sup> که تجمعات حضوری محدود شده بود، بسیار کاربردی بود.

۳. پیامدهای اخلاقی: سنت‌های مذهبی اغلب چارچوب‌های اخلاقی را برای ارزیابی تأثیر فناوری بر جامعه ارائه می‌دهند. موضوعاتی مانند هوش مصنوعی، مهندسی ژنتیک، پایداری محیطی و اخلاق رسانه‌های اجتماعی، پرسش‌های اخلاقی را مطرح می‌کنند که با آموزه‌های دینی در مورد کرامت انسانی، سرپرستی زمین و عدالت اجتماعی تلاقی می‌کنند.

۴. گفتگو و همکاری بین ادیان: فناوری با فراهم کردن بستری برای ارتباط و همکاری میان جوامع مختلف مذهبی، گفت‌وگو و همکاری بین ادیان را تسهیل کرده است. انجمن‌های آنلاین، وبینارها و شبکه‌های اجتماعی فرصت‌هایی را برای افراد با سنت‌های اعتقادی مختلف فراهم می‌کنند تا در گفتگوها و مناظرات شرکت کنند، دیدگاه‌ها را به اشتراک بگذارند، و با یکدیگر بر روی اهداف مشترک کار کنند.

۱. «Metaverse» فرضیه‌ای از آینده اینترنت است که از محیط‌های مجازی سه‌بعدی آنلاین غیرمتمرکز و پایدار تشکیل می‌شود.

۵. چالش‌های متخصصین دین: فناوری‌هایی همچون هوش مصنوعی می‌تواند باعث ایجاد مسائل و چالش‌های اخلاقی برای جوامع مذهبی باشد. پیشرفت‌های مبتنی بر هوش مصنوعی و بیوتکنولوژی این پتانسیل را دارد که درک سنتی از طبیعت انسان، اراده آزاد و تقدس زندگی را به چالش بکشد. تبیین مبانی این مسائل پیچیده در چارچوب اعتقادات و ارزش‌های دینی، وظیفه‌ای سنگین بر دوش مراجع دینی است که پیش‌شرط آن آشنایی با فناوری‌های نوین رسانه‌ای است.

۶. هویت دیجیتال و بیان دینی: فناوری اشکال جدیدی از بیان دینی و شکل‌گیری هویت را امکان‌پذیر کرده است و به افراد این امکان را می‌دهد تا با مناسک دینی خود به روش‌های خلاقانه درگیر شوند و از رسانه‌های نوین، وبلاگ‌ها، پادکست‌ها و جوامع آنلاین فضاهایی را برای مردم فراهم می‌کنند تا باورها، اعمال و تجربیات مذهبی خود را با مخاطبان جهانی برای تبلیغ، آشنایی و گفت‌وگو به اشتراک بگذارند.

با این تفاسیر، همان‌طور که بیان شد، تعامل بین دین و فناوری‌های نوین امری پیچیده و چندوجهی است که هم چالش‌ها و هم فرصت‌هایی را پیش‌روی افراد قرار می‌دهد. با بررسی انتقادی پیامدهای فناوری بر زندگی دینی و تقویت گفت‌وگو بین سنت‌های دینی و مبتکران فناوری، می‌توانیم پتانسیل این رابطه را برای تغییرات مثبت اجتماعی بهتر درک کنیم و از آن استفاده کنیم.

### دین و رسانه‌های نوین: جایگاه دین در رسانه‌های نوین

دنای امروز در ابعاد مختلف با سرعت در حال پیشرفت است. این پیشرفت‌ها در عصر دیجیتال در حوزه رسانه‌ای حتی بیش‌ازپیش است. از طرفی شاهد جای‌گیری مسائل مختلف از جمله سرگرمی، ورزش، موسیقی و... در رسانه‌های نوین هستیم. در این میان جایگاه دین در رسانه‌های نوین چگونه تعریف می‌شود؟ منظور از رسانه‌های جدید شامل مواردی مانند شبکه‌های اجتماعی، وبسایت‌ها، پادکست‌ها و سرویس‌های استریم، که عملاً جایگزین

تلویزیون‌های کابلی<sup>۱</sup> شده‌اند، به‌طور کلی نحوه تعامل افراد با یکدیگر، جامعه، دولت و البته دین را تغییر داده است. نمونه‌ای از برجسته‌ترین تأثیرات رسانه‌های جدید بر دین، افزایش دسترسی کاربران و قرار گرفتن در معرض طیف گسترده‌ای از مخاطبان است. از طریق وبگاه‌های آنلاین<sup>۲</sup> که از شاخص‌ترین رسانه‌های نوین هستند، مردم می‌توانند تنها با چند کلیک به متون، آموزه‌ها و سخنران‌های مذهبی از سراسر جهان دسترسی داشته باشند. این قابلیت دسترسی اطلاعات مذهبی را تسهیل کرده است و به افراد این امکان را می‌دهد تا عقاید و اعمال و مناسک گوناگون دینی را که ممکن است با آن مواجهه نشده‌اند یا درباره آن کنجکاو هستند، کشف کنند.

همچنین جایگاه دین در رسانه‌های نوین را می‌توان در حوزه آموزش و اطلاع‌رسانی هم در نظر گرفت. نهادها و مراجع دینی رسانه‌های جدید را به‌عنوان ابزاری برای آموزش و اطلاع‌رسانی پذیرفته‌اند. بسیاری از کلیساها، مساجد، معابد و کنیسه‌ها اکنون خدمات خود را به‌صورت زنده پخش می‌کنند، نشست‌هایی را در مورد موضوعات مذهبی برگزار می‌کنند، و دوره‌های آنلاین را برای دستیابی به مخاطبان گسترده‌تر ارائه می‌دهند. این دسترسی دیجیتال بسیار سودمند و ارزشمند است، به‌ویژه در مواقعی که ممکن است تجمعات فیزیکی به هر دلیلی محدود باشد.

قبل از این بیان شد که ادغام مقوله دین و عناصر تکنولوژیک جدید بدون چالش نیست. سرعت و گستردگی ارتباطات رسانه‌ای دیجیتال می‌تواند به گسترش سریع اطلاعات غلط، تفسیر نادرست آموزه‌های دینی و گاهی درگیری‌های آنلاین در جوامع مذهبی منجر شود. علاوه بر این، کالایی شدن معنویت از طریق افرادی مشهور به (بلاگر) و تجاری شدن محتوای مذهبی، سؤالاتی را در مورد اصالت و یکپارچگی مقوله دین و مذهب در قلمرو گسترده دنیای دیجیتال ایجاد می‌کند. انتظار می‌رود در آینده جایگاه دین در رسانه‌های نوین تکامل پیدا کند

۱. «Cable Television» یا تلویزیون بافه‌ای یک نوع سامانه تلویزیونی است که در آن مشترکان سیگنال‌های

تلویزیونی را از طریق فیبر نوری و کابل کواکسیال دریافت می‌کنند.

۲. آپارات، یوتیوب، ویمنو و... نمونه‌ای از این وبگاه‌ها هستند.

و گسترده‌تر شود. فناوری‌های رسانه‌ای جدید مانند واقعیت مجازی و واقعیت افزوده نوید تجربه‌های دینی همه‌جانبه را می‌دهند و به افراد امکان می‌دهند به‌صورت مجازی از مکان‌های مقدس بازدید کنند و به روش‌های نوآورانه در مراسم‌های دینی شرکت کنند. با کاوشی متفکرانه و اخلاقی درباره پیچیدگی‌های رسانه‌ای در دنیای معاصر، می‌توانیم از قدرت رسانه‌های نوین برای تقویت درک، ارتباط و رشد معنوی در دنیایی که به سرعت در حال تغییر است، استفاده کنیم.

باید این نکته را در نظر داشت که هم دین و هم رسانه، نقش بسزایی در شکل دادن به هنجارهای فرهنگی و اجتماعی ایفا می‌کنند. به عنوان مثال رسانه بسیاری از رسانه‌ها اخبار، رویدادها و مسائل مذهبی را پوشش می‌دهند. با این حال، نحوه نمایش دین در رسانه‌ها می‌تواند با توجه به خروجی و زمینه متفاوت باشد. اینجاست که رسانه شاید منجر به استفاده سوء از دین شود (بهار، ۱۳۹۳: ۷۸). در برخی موارد، دین به‌صورت مثبت به تصویر کشیده می‌شود و رسانه‌ها بر کمک‌های مثبت سازمان‌ها و گروه‌های دینی به جامعه تاکید می‌کنند.

از زمان ظهور رسانه‌های اجتماعی در جهان، به افراد امکان و ظرفیت بیشتری در راستای تثبیت تبلیغات مبانی دینی و نحوه نمایش دین در رسانه‌ها داده شده است. اشاره کردیم که بسیاری از مبلغان و دین‌پژوهان از پلتفرم‌ها و رسانه‌های جمعی برای به‌اشتراک گذاشتن باورها، ارزش‌ها و مناسک آیین خود با مخاطبان گسترده‌تر، استفاده می‌کنند، درحالی‌که برخی دیگر از رسانه‌های اجتماعی برای ارائه تصویر غلط در مورد دین استفاده می‌کنند. اگر بخواهیم به پنج مورد اساسی از جایگاهی که دین در رسانه دارد، اشاره کنیم موارد ذیل را می‌توان نام برد:

۱. ترویج ارزش‌های اخلاقی: دین ارزش‌های اخلاقی و الهی را ترویج می‌کند که می‌تواند در محتوای رسانه‌ها منعکس شود. بسیاری از آموزه‌های دینی بر شفقت، مهربانی و عدالت تأکید دارند و می‌تواند بر نمایش شخصیت‌ها و خطوط داستانی در تولیدات نمایشی رسانه تأثیر بگذارد.

۲. تنوع فرهنگی: دین جزء لاینفک بسیاری از فرهنگ‌ها در سراسر جهان است. با گنجاندن دیدگاه‌های مذهبی در پوشش رسانه‌ای و داستان‌گویی دینی، رسانه‌ها می‌توانند به ارتقای درک باورها و اعمال گوناگون ادیان کمک کنند.

۳. الهام و امید: داستان‌ها و پیام‌های مذهبی می‌توانند الهام‌بخش باشند و باعث ایجاد حس امید برای افرادی که با چالش‌ها مواجه هستند یا به دنبال راهنمایی هستند، باشد. رسانه‌ها قدرت دارند این پیام‌ها را تقویت کنند و به طیف گسترده‌ای از مخاطبان ارائه دهند.

۴. جامعه‌سازی: دغدغه‌مندان دین از پتانسیل رسانه‌های نوین برای ارتباط با دیگران و به اشتراک گذاشتن اطلاعات در مورد رویدادها و فعالیت‌ها و تقویت حس جمعی استفاده می‌کنند. افراد با استفاده از رسانه‌های نوین، محتوا و برنامه‌های دینی را به منظور تقویت پیوندهای جامعه و تسهیل ارتباطات بین گروه‌های دینی به کار می‌گیرند.

۵. آموزش و آگاهی: رسانه می‌تواند نقش حیاتی در آموزش مردم در مورد ادیان، عقاید و اعمال مختلف داشته باشند. این مهم با ارائه دیدگاه‌های مذهبی متنوع در پوشش خبری، مستند و سایر برنامه‌ها، می‌تواند گفت‌وگوی بین ادیان را ترویج کند، و آگاهی از تنوع مذهبی را افزایش دهد، و آموزش‌های لازم دینی را برای پیروان ارائه دهد.

در مجموع، بازنمایی مثبت دین در رسانه‌ها می‌تواند به شکل‌گیری جامعه‌ای فراگیر، دغدغه‌مند و سالم کمک کند. پر کردن شکاف‌های فرهنگی، ترویج مدارا، و تقویت حس وحدت در میان جوامع مختلف دینی هم از دیگر ثمرات این امر است.

همان‌طور که اشاره هم شد، برخی از افراد از روی عمد یا غیرعمد، از رسانه‌های اجتماعی در راستای ارائه تصویر غلط درباره دین استفاده می‌کنند. در دنیای پرشتاب و به‌هم‌پیوسته امروزی، رسانه‌ها نقش قدرتمندی در شکل دادن به برداشت‌ها و نگرش‌های عمومی نسبت به موضوعات مختلف از جمله دین دارند. اغلب اوقات، تصویر رسانه‌ها از دین با سوگیری، کلیشه‌ها، فقدان زمینه‌دار می‌شود. این امر می‌تواند منجر به ایجاد تصویری مخدوش و مضر از دین در نزد مردم شود.

یکی از علت‌هایی که رسانه‌ها دین را نادرست معرفی می‌کنند، هیجان‌گرایی است. رسانه‌های خبری اغلب داستان‌هایی را که بحث‌برانگیز، جنجالی یا افراطی هستند، در مورد دین در اولویت قرار می‌دهند. این می‌تواند منجر به برداشت نادرست از سنت‌های دینی و مذهبی شود، زیرا این داستان‌های هیجان‌انگیز نماینده اکثریت قریب به اتفاق مومنان نیستند. رسانه‌ها با تمرکز بر موارد دور از ذهن، باورهای غلط را تداوم می‌بخشند و کلیشه‌های غلط را در مورد دین تقویت می‌کنند. تعصب، یکی دیگر از موضوعاتی است که پوشش رسانه‌ای دین را با مشکل مواجه می‌کند. خبرنگاران و رسانه‌ها ممکن است تعصبات یا ترجیحات خاص خود را در مورد گروه‌ها یا عقاید مذهبی داشته باشند که منجر به گزارش‌های ناعادلانه یا نامتعادل می‌شود. این مسئله که می‌تواند ذیل مقوله سوگیری تعریف شود، منجر به نمایش مثبت یا منفی ادیان خاص نسبت به سایر ادیان می‌شود و شکاف‌ها و سوء تفاهم‌ها را در میان جوامع گوناگون مذهبی تشدید می‌کند.

از سوی دیگر با مسئله کلیشه‌سازی طرف هستیم که یک چالش رایج در بازنمایی تصویر دین در رسانه‌هاست. رسانه‌ها به جای ارائه ماهیتی متنوع و چندوجهی از باورها و اعمال مذهبی، گاهی سنت‌های پیچیده را اغلب به کاریکاتورهای ساده‌انگارانه و تک‌بعدی تقلیل می‌دهند. این امر می‌تواند منجر به تعصب و تبعیض علیه اقلیت‌ها در ادیان مختلف شود، زیرا افراد بر اساس این کلیشه‌های محدود و غلط به طور ناعادلانه قضاوت می‌شوند. علاوه بر این، رسانه‌ها اغلب در ارائه گزارش در مورد مسائل مذهبی، پیش‌زمینه کافی را فراهم نمی‌کنند. به عبارت دیگر، بدون درک دقیق عوامل تاریخی، فرهنگی و اجتماعی که باورها و اعمال مذهبی را شکل می‌دهند، مخاطبان را با تصویری سطحی و ناقص از دین مواجه می‌کنند. به طور کلی این فقدان پیش‌زمینه می‌تواند منجر به سوء تفاهم و تفسیر نادرست از آموزه‌ها و سنت‌های دینی شود.

بدیهی است تمایل رسانه‌ها به تمرکز بر جنبه‌های منفی دین در حالی که مشارکت‌های مثبت آن را نادیده می‌گیرند، مضر است. باید توجه کرد سازمان‌ها و افراد مذهبی اغلب

نقشی حیاتی در ارائه پشتیبانی، خدمات اجتماعی و اعمال خیر ایفا می‌کنند. با این حال امکان دارد این ابعاد مثبت تحت الشعاع تثبیت رسانه‌ها بر بازنمایی غلط مبانی دینی در رسانه‌ها قرار گیرد.

در نتیجه ارائه تصویر نادرست و سوء رسانه‌ها از دین می‌تواند باعث ایجاد مسائلی همچون سوگیری و کلیشه‌های اشتباه شود. همچنین فقدان پیش‌زمینه علمی درباره تاریخ دین و تمرکز بر تصویر سطحی و ناقص از دین می‌تواند پیامدهای زیان‌باری برای جامعه داشته باشد (ارویولژ، ۱۳۹۵: ۸۳). برای مخاطبین رسانه‌ها ضروری است که اطلاعات ارائه‌شده به خودشان را به‌طور انتقادی و دقیق ارزیابی کنند و دیدگاه‌های متنوعی را درباره دین جست‌وجو کنند، تا به درک دقیق‌تر و صحیح‌تر از دین و نقش آن در دنیای امروز دست یابند. با مقابله صحیح در برابر تصویر منفی از دین، و البته ترویج گفت‌وگو متعادل و آگاهانه در مورد دین، می‌توانیم قدمی محکم در راستای تقویت درک، احترام و هماهنگی بیشتر در بین سنت‌های دینی در جامعه برداریم.

### سه‌گانه دین، هوش مصنوعی، رسانه‌های نوین

تا اینجا سعی شد تعاریفی از دین، فناوری، و جایگاه دین در رسانه‌های نوین شرح داده شود. اشاره شد که رابطه این سه مقوله و تعریف این رابطه مب‌محی پیچیده و چند بعدی است. خاصیت دنیای معاصر این است که عملاً مرزهای فکری و ابزاری مسائل مختلف را محو کرده است. همچنین شبکه‌های دیجیتال و پیشرفت این فناوری به این امر سرعت زیادی بخشیده است. در ادامه قصد داریم به نسبت این سه مورد پردازیم و آشکار کنیم در دنیای امروزی نسبت دین چگونه با دو مقوله هوش مصنوعی و رسانه‌های نوین سن‌جیده می‌شود.

در سال‌های اخیر بحث درباره پدیده هوش مصنوعی<sup>۱</sup> بسیار رواج یافته است. در تعریفی یک خطی از این پدیده گفته شده: «... هوشی است که توسط ماشین‌ها ظهور پیدا

می‌کند،<sup>۱</sup> در مقابل هوش طبیعی که توسط جانوران شامل انسان‌ها نمایش می‌یابد.» پیش از هر چیز باید این موضوع را دانست که کلمه هوش، نشان‌دهنده امکان استدلال است و اینکه آیا هوش مصنوعی می‌تواند به توانایی استدلال دست یابد یا خیر، خود موضوع اختلاف محققان است (شانک،<sup>۲</sup> ۱۹۹۱).

تاریخچه این پدیده جدید مربوط به سال‌های اخیر نیست؛ ماجرا به دهه ۴۰ میلادی برمی‌گردد و اگر بخواهیم دقیق‌تر بررسی کنیم، به سال‌های قرن نوزدهم برمی‌گردد. ایده هوش مصنوعی در قرن نوزدهم توسط ریاضی‌دان انگلیسی، جرج بول<sup>۳</sup> مطرح شد. او به ارائه قوانین و نظریه‌هایی در مورد منطق ریاضی اقدام کرد و بعدها با اختراع رایانه‌های الکترونیکی در سال ۱۹۴۳، هوش مصنوعی، دانشمندان آن زمان را به چالشی بزرگ فراخواند. در آن شرایط، چنین به نظر می‌رسید که این فناوری قادر به شبیه‌سازی رفتارهای هوشمندانه انسانی خواهد بود. در ادامه پیشرفت هوش مصنوعی در زمینه‌های مختلف، امروزه این پدیده نقش حیاتی و مهم در دنیای رسانه و دیجیتال دارد (جی. راسل و نوروگ،<sup>۴</sup> ۱۴۰۰: ۲۱). در حال حاضر، پیوند هوش مصنوعی و رسانه‌های نوین به موضوعی برای افزایش نقش این پدیده و بحث درباره کارکرد آن در رسانه‌های جدید و نیز جایگاه مقوله دین در این فرایند تبدیل شده است. با بررسی روش‌هایی که اساساً فناوری در آن تجارب و تعاملات مذهبی را تغییر می‌دهد، می‌توانیم به درک عمیق‌تری از نتایج این همگرایی برای جامعه دست پیدا کنیم.

در تعریف فناوری گفتیم که فناوری به‌طور کلی یعنی به‌کارگیری علم برای طراحی و ساخت ابزار نوین در راستای تسهیل زندگی انسان. همچنین در تعریف دین نیز بیان شد که از دیرباز جنبه مرکزی جامعه بشری بوده و به باورها، ارزش‌ها و اعمال در فرهنگ‌ها و

۱. بعضی دانشمندان حوزه تکنولوژی مانند استوارت راسل و پیتر نوروگ، این تعریف را «انسانی اندیشیدن» توصیف می‌کنند، اما آن را به نفع «عقلانانه عمل کردن» رد می‌کنند.

2. Schank

3. George Boole

4. Russell & Norvig



تمدن‌ها شکل می‌دهد. با پیشرفت سریع فناوری، به‌ویژه در حوزه هوش مصنوعی و رسانه‌های جدید، چشم‌انداز دین دستخوش تغییرات قابل توجهی شده و خواهد شد. با پیشرفت روزافزون و پیچیده‌تر شدن سیستم‌های هوش مصنوعی و افزایش پلتفرم‌های رسانه‌ای جدید، سؤالاتی در مورد اینکه چگونه این تحولات بر سنت‌ها و جوامع مذهبی تأثیر می‌گذارند، مطرح می‌شود.

همان‌طور که هوش مصنوعی توانسته بر ابعاد زندگی بشر تأثیرگذار باشد و فرصت‌ها و چالش‌هایی فراهم کند، از سوی دیگر فناوری‌های هوش مصنوعی این پتانسیل را دارند که اعمال دینی و مذهبی را هم از روش‌های مختلف از جمله رسانه، متحول کند؛ از ربات‌های چت که راهنمایی معنوی ارائه می‌کنند، تا تعریف الگوریتم‌هایی که متون دینی را برای بینش عمیق‌تر تجزیه و تحلیل می‌کنند، از جمله فواید هوش مصنوعی برای تقویت تجربه الهیاتی برای دینداران است.

پیش‌بینی می‌شود با ایجاد دستیارهای مجازی مجهز به هوش مصنوعی، بتوان به افراد کمک کرد تا متون مقدس یا دعا‌های خاص را بر اساس نیازها یا اعتقادات خاص خود پیدا کنند. این موارد به‌طور کلی نمونه‌ای از فواید و جوانب مثبت درباره دو مقوله دین و هوش مصنوعی است. از سوی دیگر، برخی از منتقدان استدلال می‌کنند که کاربرد هوش مصنوعی در مسائل دینی احتمالاً باعث ایجاد نگرانی‌های اخلاقی شود، مانند احتمال سوگیری یا دستکاری در انتشار اطلاعات مذهبی. همچنین سؤالاتی در مورد نقش هوش مصنوعی در شکل‌دهی به باورها و اعمال مذهبی وجود دارد و اینکه آیا این فناوری‌ها در نهایت می‌توانند جایگزین رهبران معنوی انسان شوند و حتی ارتباط بین افراد و دین را افزایش یا کاهش دهند؟

در پلتفرم‌های رسانه‌ای جدید، مانند شبکه‌های مجازی، پادکست‌ها و وبگاه‌های آنلاین، هوش مصنوعی به ابزاری بسیار مهم تبدیل شده است. کاربرد هوش مصنوعی در این رسانه‌های نوین باعث استفاده کاربری ساده و کاربردی‌تر از آن‌ها شده است. سم آلتمن<sup>۱</sup> از

مدیران شرکت اوپن-آی<sup>۱</sup> که خدمات هوش مصنوعی ارائه می‌دهد، شش مورد از فواید استفاده از هوش مصنوعی در رسانه را مطرح می‌کند:<sup>۲</sup>

۱. ایجاد محتوا: الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌توانند محتوای نوشتاری، ویدیوها و تصاویر را در مقیاس دلخواه تولید کنند و به سازمان‌های رسانه‌ای کمک می‌کنند حجم زیادی از محتوا را به طور کارآمدتر تولید کنند. ابزارهای مجهز به هوش مصنوعی همچنین می‌توانند در ویرایش، تصحیح و بهینه‌سازی محتوا برای موتورهای جستجو کمک کنند.
۲. شخصی‌سازی: الگوریتم‌های هوش مصنوعی رفتار، اولویت‌ها و تعاملات کاربر را برای ارائه توصیه‌های محتوای شخصی‌سازی شده تجزیه و تحلیل می‌کنند. این امر به شرکت‌های رسانه‌ای کمک می‌کند تا پیشنهادات خود را برای همه کاربران ارائه دهند، زیرا تعامل و حفظ مخاطب را افزایش دهند. این امر در شبکه‌های اینترنتی و سرویس‌های استریم به فراوانی استفاده می‌شود و باعث تسهیل رابطه کاربران و پلتفرم‌ها شده است.
۳. تجزیه و تحلیل داده‌ها: ابزارهای هوش مصنوعی می‌توانند حجم وسیعی از داده‌ها را برای استخراج روش‌ها و الگوهایی که می‌توانند استراتژی‌های محتوا، هدف‌گیری مخاطبان و کمپین‌های تبلیغاتی را آگاه کنند، پردازش کنند. یک نمونه استفاده از ابزارهای تحلیلی مبتنی بر هوش مصنوعی در سازمان‌های رسانه‌ای است که آن‌ها را قادر می‌سازد تا تصمیمات مبتنی بر داده‌های هوش مصنوعی را اتخاذ کنند.
۴. تشخیص تصویر و ویدئو: فناوری هوش مصنوعی برچسب‌گذاری، طبقه‌بندی و تجزیه و تحلیل خودکار تصاویر و ویدئوها را امکان‌پذیر می‌کند و رسانه‌ها می‌توانند برای سازماندهی و جستجوی محتوای بصری، راه را برای کاربران آسان‌تر کنند. ابزارهای مجهز به هوش مصنوعی همچنین به شناسایی محتوای نامناسب یا دارای حق چاپ نیز کمک می‌کنند.
۵. بهینه‌سازی جستجوی صوتی: هوش مصنوعی به‌منظور بهینه‌سازی محتوا برای درخواست‌های جستجوی صوتی نیز استفاده می‌شود. شرکت‌های رسانه‌ای از هوش

1. openAI

2. Interview with time magazine

مصنوعی استفاده می‌کنند تا اطمینان حاصل کنند که محتوای آن‌ها از طریق جستجوی صوتی هم می‌تواند قابل کشف باشد.

۶. تعدیل محتوا: الگوریتم‌های هوش مصنوعی برای نظارت بر محتوای تولیدشده نیز کاربرد دارد، از این نظر که امکان دارد مطالب نامناسب یا مضر، مانند سخنان مشوق نفرت، خشونت، یا اطلاعات نادرست در رسانه استفاده شود. در مقابل ابزارهای تعدیل محتوا با استفاده از هوش مصنوعی به حفظ یک محیط آنلاین امن و محترمانه کمک می‌کند. به عنوان مثال شبکه اجتماعی اینستاگرام از این الگوریتم برای محتوای نامناسب استفاده می‌کند.

هوش مصنوعی با ارائه راه‌حل‌های نوآورانه برای چالش‌های پیش‌روی شرکت‌های رسانه‌ای چشم‌انداز جدیدی در این عرصه به وجود آورده است. با استفاده مؤثر از فناوری‌های هوش مصنوعی، سازمان‌های رسانه‌ای می‌توانند رقابتی باقی بمانند، تجربیات قانع‌کننده‌ای را به مخاطبان خود ارائه دهند و با چشم‌انداز فناوری دیجیتال که همواره در حال تحول است، سازگار شوند.

حال باید اشاره کرد که هوش مصنوعی می‌تواند برای سازمان‌ها و حوزه‌های دینی به‌منظور دسترسی و تعامل با پیروان خود تبدیل شود، که این امر امروزه از طریق رسانه‌های نوین امکان‌پذیر است. پلتفرم‌ها امکان برقراری ارتباط بی‌درنگ، جامعه‌سازی و انتشار آموزه‌های دینی را برای مخاطبان جهانی فراهم می‌کنند. به‌علاوه، رسانه‌های جدید با کمک فناوری هوش مصنوعی افراد را قادر می‌سازد تا به‌صورت مجازی در مناسک و مراسم مذهبی شرکت کنند، موانع جغرافیایی را از بین ببرند و دسترسی به محتوای مذهبی را گسترش دهند.

همان‌طور که اشاره شد، ظهور رسانه‌های نوین با فناوری هوش مصنوعی نگرانی‌هایی را در مورد اصالت و اعتبار آموزه‌های دینی در یک محیط آنلاین ایجاد کرده است. احتمال گسترش اطلاعات نادرست و اخبار جعلی در بسترهای رسانه‌های اجتماعی، این خطر را به وجود می‌آورد که افراد در معرض تفسیرهای تحریف‌شده یا افراطی از متون مذهبی قرار

گیرند. علاوه بر این، دیجیتالی شدن اعمال مذهبی ممکن است منجر به از دست دادن تجربه اصیل و جنبه‌های اشتراکی شود که جزء لاینفک بسیاری از سنت‌های دینی هستند. همان‌طور که ما به سیر چشم‌انداز در حال تکامل دین، هوش مصنوعی و رسانه‌های جدید ادامه می‌دهیم، ضروری است که پیامدهای این همگرایی را برای افراد و جوامع به‌طور کلی بررسی کنیم. با درگیر شدن در گفت‌وگوی متفکرانه و تأمل در مورد تأثیر متقابل بین این سه مقوله، می‌توانیم بهتر درک کنیم که چگونه فناوری در قرن بیست‌ویک، اعمال و باورهای دینی را بازتعریف می‌کند. بسیار مهم است که با احساس مسئولیت اخلاقی و توجه به این تحولات برخورد کنیم و اطمینان حاصل کنیم که فناوری‌های نوین (هوش مصنوعی، رسانه‌های جدید، اینترنت و...) به جای کاهش دادن تجربیات معنوی، به‌عنوان ابزاری برای تقویت تجربیات معنوی عمل می‌کند.

### بحث و نتیجه‌گیری

دین از دیرباز به‌عنوان یک سیستم الوهیتی و فلسفی، انسان را در معرض سؤالات بنیادینی قرار می‌دهد. دین در سیر تطور تاریخ خود جایگاهی معنوی و فکری برای انسان داشته است. در زمانه حاضر همگرایی نسبت دین و پدیده‌هایی همچون هوش مصنوعی و رسانه‌های نوین فرصت‌ها و چالش‌هایی را برای مبحث دین و متخصصین دینی، و البته پیروان به وجود می‌آورد. این فناوری‌ها راه‌های جدیدی را برای ارتباط با مؤمنان، تعمیق تجربیات معنوی و دسترسی گسترده به آموزه‌های دینی ارائه می‌دهند. با این حال، چالش‌های مرتبط با استفاده از هوش مصنوعی و رسانه‌های جدید در دین نیز وجود دارد، از جمله نگرانی در مورد حریم خصوصی، امنیت، و احتمال دستکاری، تحریف یا بهره‌برداری اشتباه از دین. همچنین نسبت بین دین، هوش مصنوعی و رسانه‌های جدید پرسش‌های اساسی را در مورد ماهیت ایمان، هویت و جامعه در عصر دیجیتال ایجاد می‌کند که لزوم حضور متولیان، متخصصان دین و فناوری‌های رسانه‌ای نوین را برای حل این چالش‌ها و پرسش‌ها بیش از پیش می‌کند. فناوری در دنیای امروز در راستای تسهیل زندگی انسان با سرعت در حال

پیشرفت است، و دین هم نیاز انسان برای یک زندگی هدفمند و سالم است. نسبت این دو مقوله، یعنی دین و فناوری در به‌اختیار گرفتن ابزار جدید برای تعریف جایگاه دین است. به دیگر سخن می‌توان از هوش مصنوعی تعریف‌شده در ابزارهای گوناگون رسانه‌ای برای اعمال و مناسک گوناگون دینی بهره برد. بنابراین باید از فرصت‌های نوین در دنیای امروز برای پررنگ کردن جایگاه دین بهره برد و با چالش‌ها به‌صورت صحیح، تخصصی و علمی روبه‌رو شد.



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی  
پرتال جامع علوم انسانی

## منابع

۱. ارویلوژ، دانیل (۱۳۹۵). دین در جوامع مدرن. ترجمه علیرضا خدای. تهران: نشر نی.
۲. آریا، غلامعلی (۱۳۹۲). آشنایی با تاریخ ادیان. تهران: نشر پایا.
۳. باربور، ایان (۱۳۹۴). علم و دین. ترجمه بهاءالدین خرماهی. تهران: نشر مرکز دانشگاهی.
۴. بایرناس، جان (۱۳۶۳). تاریخ جامع ادیان. ترجمه علی اصغر حکمت. تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
۵. بهار، مهری (۱۳۹۳). دین و رسانه. تهران: نشر علم.
۶. جی. راسل، استورات؛ نوریگ، پیتر (۱۴۰۱). هوش مصنوعی مدرن (۱). ترجمه بهروز مینایی. تهران: نشر مدیریت دانش.
۷. رضایی اصفهانی، محمدعلی (۱۳۷۹). رابطه علم و دین در غرب. تهران: موسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر.
۸. ساروخانی، سعیده؛ کمیجانی، مژگان (۱۴۰۲). سفر به دنیای فناوری. تهران: پلیس فضای تولید و تبادل اطلاعات فراجا.
۹. فراستخواه، مقصود (۱۳۷۷). دین و جامعه. تهران: شرکت سهامی انتشار.
10. Schank, Roger C. (1991). "Where's the AI". AI magazine. Vol. 12, no.4.

## The Relationship between Religion and Artificial Intelligence in the Context of New Media

Abolfazl Farrokhi\* (Corresponding Author)

Mohsen Qamarzadeh\*\*

### Abstract

**Objective:** The aim of this article is to examine and measure the position of religion and its relationship with artificial intelligence within the framework of new media, and to investigate the connection between the potential capacities of religion and artificial intelligence technology in new media contexts.

**Research Methodology:** This article adopts a research approach and is conducted using documentary-library methods and descriptive-analytical techniques.

**Findings:** Today, internet platforms, AI-based algorithms, and various religious sources such as sacred texts, sermons, and worship materials activate according to individual preferences and beliefs. Technologies like virtual reality (metaverse) enable individuals to participate in virtual pilgrimages, religious ceremonies, and public worship, creating a new environment for the utilization of new media sciences in service of religious followers in the digital age.

**Discussion and Conclusion:** The relationship between the position of religion and artificial intelligence in the context of new media can lead to a healthy and fruitful use for followers and those concerned with the fields of religion and media. Additionally, defined artificial intelligence in various media tools can be utilized for various religious practices and rituals. It is essential to leverage new opportunities in today's world to enhance the position of religion and to confront challenges in a correct, specialized, and scientific manner.

**Keywords:** Religion, Artificial Intelligence, New Media, Relationship Measurement, Digital

---

\* Master's student Documentary, Department of Television, Faculty of Radio and Television Production, IRIB University, Tehran, Iran; afarri1375@gmail.com.

\*\* Assistant Professor of Department of Islamic Studies, IRIB University, Tehran, Iran; ghamarzadehm@gmail.com.