

ظرفیت‌ها و چالش‌های هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی^۱

یوسف خجیر^۲

تاریخ ارسال: ۱۴۰۴/۰۹/۰۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۰۶

چکیده

با توجه به حضور روزافزون ابزارهای هوش مصنوعی در جامعه و عجین شدن مدل‌های بزرگ زبانی با زندگی انسان، در دهه اخیر تحولات اساسی در حوزه‌های مختلف زندگی انسان رخ داده است. یکی از این حوزه‌ها ارتباطات انسانی است. هوش مصنوعی در حوزه ارتباطات انسانی ظرفیت‌ها و چالش‌هایی را به همراه داشته است. این مقاله درصدد شناسایی ظرفیت‌ها و چالش‌های هوش مصنوعی برای ارتباطات انسانی و استفاده بهینه از آن در این ارتباطات است. روش این مقاله مرور تحلیل سیستماتیک از منابع ثانویه است و گردآوری و پردازش داده‌های آن به شیوه تحلیل سیستماتیک هفت‌مرحله‌ای رابیت و همکاران (۲۰۰۷) انجام شده است. با روش نمونه‌گیری هدفمند، ۱۷ مقاله‌ای که از سال ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۴ در سایت ScienceDirect.com و Googelscholar.com منتشر شده‌اند، موردبررسی قرار گرفته‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد ظرفیت‌های هوش مصنوعی برای ارتباطات انسانی عبارت‌اند از: افزایش سرعت و کارایی در پاسخگویی، دسترسی مداوم، تسهیل مکالمات چندزبانه، افزایش تعاملات جهانی، دسترسی به اطلاعات محلی، تسهیل برقراری ارتباط در سفر، تسهیل همکاری‌های بین‌المللی، تجربه یادگیری جهانی و افزایش حس همبستگی جهانی. همچنین چالش‌های هوش مصنوعی برای ارتباطات انسانی عبارت‌اند از: کاهش مهارت‌های گفتاری و اجتماعی، کاهش حس اعتماد و همدلی در ارتباطات، کاهش یادگیری زبان و مهارت‌های زبانی، عدم توانایی در تشخیص ظرافت‌های زبانی و فرهنگی، از دست رفتن توانایی‌های احساسی و همدلی در ارتباطات، کاهش تفکر انتقادی و مهارت‌های حل‌مسئله، دقت پایین در ترجمه‌های پیچیده، کاهش انگیزه یادگیری زبان، تقص حریم خصوصی و پدیده حباب اطلاعاتی. نتایج بیانگر این است دولت، دانشگاه‌ها، مراکز علمی و کاربران حرفه‌ای، چهار بازیگر اصلی استفاده بهینه از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی هستند.

واژه‌های کلیدی

ارتباطات، ارتباطات انسانی، هوش مصنوعی، ظرفیت‌ها، چالش‌ها.

۱. این مقاله براساس نظر گروه دبیران و سردبیر فصلنامه، پژوهشی است.

۲. دانشیار گروه ارتباطات، دانشکده فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه بین‌المللی سوره تهران، ایران (نویسنده مسئول).

مقدمه

ارتباطات انسانی در زیست اجتماعی یکی از کلیدی‌ترین فعالیت‌های روزمره بشر است؛ به گونه‌ای که رشد و تکامل جامعه به آن بستگی دارد. با رشد فناوری‌های ارتباطی در طول تاریخ بشر و گذر از ارتباطات شفاهی به نوشتاری، چاپی، الکترونیکی، الکترونیکی و دیجیتالی، ارتباطات انسانی نیز دچار تحول شده است، به نحوی که ارتباطات انسانی بی‌واسطه جای خود را به ارتباطات انسانی باواسطه داده است. در دهه اخیر با رشد هوش مصنوعی مولد و شکل‌گیری مدل‌های زبانی بزرگ، استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی رشد چشمگیری داشته است. از این رو، از سال ۲۰۲۰ به بعد ChatGPT شرکت اوپن‌آی، Copilot شرکت مایکروسافت، Gemini شرکت گوگل، Llama ۳ شرکت متا و ... وارد حوزه خدمات ارتباطات انسانی شده‌اند. تجربه زیسته محقق و مطالعات بسری مصطفی و همکاران (۲۰۲۴)، دانسو و دیگران (۲۰۲۳) و گازمن و لوئیس (۲۰۲۱) بیانگر این است که هوش مصنوعی و فناوری‌های مبتنی بر آن، برای انسان‌ها در برقراری ارتباطات انسانی دارای ظرفیت‌ها و فرصت‌ها و از سوی دیگر دارای چالش‌ها و تهدیدهایی است که استفاده بهینه از آنها در ارتباطات انسانی نیازمند شناسایی این ظرفیت‌ها و چالش‌ها است. این پژوهش درصدد شناسایی ظرفیت‌ها و چالش‌های استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی است. همچنین از آنجا که آینده‌پژوهی هوش مصنوعی نشان از حضور قوی این فناوری در ارتباطات انسانی در آینده نزدیک دارد (کونیکر، ۲۰۲۴) این پژوهش به شناسایی عوامل کلیدی که باعث استفاده بهینه و درست هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی می‌شود، می‌پردازد. در راستای این امر، پرسش این پژوهش این است که ظرفیت‌ها و چالش‌های استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی چیست؟ عوامل و ملاحظات آنی که می‌توانند باعث استفاده بهینه و درست این فناوری نوظهور در ارتباطات انسانی شود، کدام‌اند؟

پیشینه پژوهش

مطالعات اجتماعی و ارتباطی درخصوص اثرات هوش مصنوعی بر حوزه‌های مختلف زندگی به سال‌های نخستین اوایل قرن بیستم یکم برمی‌گردد. اما نخستین مطالعات منسجم درخصوص اثر هوش مصنوعی بر ارتباطات انسانی،

مهارت‌های ارتباطی و مدیریت ارتباط میان‌فردی به سال ۲۰۱۲ در دانشگاه ایلی‌نویز شمالی باز می‌گردد. اگر چه مطالعات عمیق و دقیق در این زمینه بعد ورود چت‌بات‌ها از اواخر سال ۲۰۱۹ آغاز شده است. روند مطالعات نشان می‌دهد که هر چه به سال‌های اخیر نزدیک شده‌ایم، با توجه به شناخت دقیق تأثیر ابزارهای هوش مصنوعی بر ارتباطات انسانی، مطالعات هدفمند و دقیق‌تر شده‌اند. صاحبی و فورموسی (۲۰۲۵) در مطالعه‌ای به چالش‌ها و تناقض‌های ارتباط با واسطه هوش مصنوعی پرداخته‌اند و کاهش اعتماد در روابط آن لاین، برقراری ارتباطات سطحی، ضعف شناخت معرفتی و دریافت اطلاعات ضعیف و کم عمق و کاهش مسئولیت‌پذیری را از چالش‌های استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات آنلاین بیان کرده‌اند. محمد بسری مصطفی و همکارانش (۲۰۲۴) در پژوهشی درخصوص ابزار هوش مصنوعی در ارتباطات میان‌فردی معتقدند ChatGPT باعث ارتقای ارتباط میان‌فردی برای افراد درون‌گرا و جمع‌گریز شده است. این ابزارها مهارت ارتباطی آنها را ارتقاء داده است. این وضعیت در نظام یادگیری بهتر دیده می‌شود. مشارکت‌کنندگان در دوره‌های آموزشی آنلاین با ابزارهای هوش مصنوعی سریعتر و راحتتر از مربیان ارتباط برقرار می‌کنند و مباحث آنها را زودتر یاد می‌گیرند. غلامی و عبدوانی (۲۰۲۴) در مطالعه ظهور ماشین‌های هوشمند در عصر ارتباطات معتقدند که هوش مصنوعی توانمندی‌های هوش مصنوعی (AI) در پردازش زبان طبیعی به سرعت در حال پیشرفت بوده و شیوه‌های ارتباطی را در زمینه‌های مختلف دگرگون می‌کنند. در عصر جدید، هوش مصنوعی در واسطه‌گری و مشارکت در ارتباط حضوری نقش دارند. آنان معتقدند دستیارهای مجازی، چت‌بات‌ها، پاسخ‌های هوشمند، ابزارهای تحلیل احساسات و فناوری‌های ترجمه در ارتقای ارتباطات انسانی نقش اساسی دارند. می‌لو (۲۰۲۳) در مطالعه اهمیت ارتباطات در هوش مصنوعی معتقد است که ارتباطات انسانی نیازمند تمرکز بر درک حساس گوش دادن، انعطاف‌پذیری گفت‌وگو، سازش قدرت مذاکره و تعامل عاطفی و متقاعدسازی است، هوش مصنوعی این توان را ندارد که ظرافت‌ها و مهارت‌های ارتباط انسانی را به طور کامل اعیان کند. اما از سوی دیگر هوش مصنوعی ابزاری کمکی برای حل مسئله، تفسیر داده‌ها، آموزش سواد دیجیتال، افزایش تفکر

۱. این مطالعه با عنوان «ارتباطات و هوش مصنوعی، فرصت‌ها و تهدیدها در قرن بیست یکم» توسط دیوید گونکل صورت گرفته است.

انتقادی و بروز خلاقیت در ارتباطات است. ساندر و لی (۲۰۲۲) در مطالعه‌ای ضمن تأکید بر نقش مثبت و منفی هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی بیان می‌دارند که هوش مصنوعی در عصر جدید بخش اجتناب‌ناپذیر ارتباطات انسانی است و به عنوان میانجی عمل می‌کند. تسریع در برقراری ارتباطات، حذف چالش‌های زبانی و تفاوت زبان‌های بین‌المللی، ارتباط سفارشی و شخصی‌شده از نقاط مثبت و تضعیف یادگیری زبان، کاهش ارتباطات حضوری، سوگیری ارتباطی، حباب فیلتر و انسداد گفت‌وگو از نقاط ضعف هوش مصنوعی برای ارتباطات انسانی است. هرمان (۲۰۲۲) نیز با توجه به نقش هوش مصنوعی در ارتباطات در کسب و کار، به نقش ابزارهای هوش مصنوعی در ایجاد ارتباطات شخصی‌سازی‌شده جمعی می‌پردازد. وی معتقد است با آموزش سواد هوش مصنوعی می‌توان باعث ایجاد ارتباطات سفارشی‌شده شد؛ اما باید به اخلاق استفاده از هوش مصنوعی توجه ویژه داشت. اخلاق، کاربر را از تجاوز به حریم خصوصی، سوگیری الگوریتمی و سوء استفاده از اطلاعات شخصی دور می‌کند. گازمن و دیگران (۲۰۱۹) با رویکرد ارتباط انسان با ماشین به تبیین جایگاه میانجی هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی پرداختند. آنان در مطالعه خود دریافتند که ابزارهای هوش مصنوعی می‌تواند به افراد کم‌توان در برقراری ارتباط با دیگران کم کند و این نیازمند سواد استفاده از این ابزارها برای آنان است. همچنین برای افراد سالم نیز باعث توانمندی و غنی شدن ارتباطات و گسترش ارتباطات در عرصه جهانی شد. در مطالعات داخلی پژوهشی که به این موضوع مرتبط باشد یافت نشد.

جمع‌بندی: همان‌طور که پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد، سه رویکرد در استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی وجود دارد. رویکرد نخست، رویکرد خوشبینانه‌ای است که تنها به جنبه‌های مثبت هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی توجه دارد و رویکرد دوم تنها به اثرات و نقاط منفی اشاره دارند و رویکرد سوم با در نظر گرفتن توأمان فرصت و تهدید به ظرفیت کاربردی این فناوری در ارتباطات اشاره دارند و استفاده از آن را ضرورت عصر جدید می‌دانند. در این مطالعات رفع چالش‌های زبانی، تسهیل ارتباطات، ایجاد ارتباطات جهانی، آموزش سواد دیجیتال، افزایش خلاقیت‌های ارتباطی و شخصی‌سازی ارتباطات در کسب‌وکار جزء نقاط مثبت و سوگیری ارتباطی، کم توجهی به مهارت‌های گفت‌وگو در ارتباط حضوری، انسداد

گفت‌وگو، ضعف استفاده از ابزار هوش مصنوعی، بی‌عدالتی فناوری و شکل‌گیری حباب فیلتر نقاط منفی استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی است.

همان‌طور که یافته‌ها نشان می‌دهد هر کدام از این پژوهش‌ها به صورت بخشی و جزئی به نقش هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی یا ارتباطات عمومی پرداختند برخی با رویکرد توجه به نقاط مثبت و ظرفیت‌ها و برخی نیز به نقاط منفی و چالش‌ها اشاره کردند و برخی نیز به صورت جزئی به ظرفیت‌ها و چالش‌ها توأمان در بخشی خاص چون کسب و کار یا تجارت اشاره کرده‌اند؛ نوآوری این مقاله این است که با رویکرد عمل‌گرایانه درصدد معرفی ظرفیت‌ها و فرصت‌ها، چالش‌ها و تهدیدها هوش مصنوعی در نظام ارتباطات انسانی، الزامات استفاده بهینه این فناوری در ارتباطات انسانی است، به نحوی که به عوامل کلیدی استفاده مطلوب و بهینه هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی و مهارت‌های ارتباطی اشاره دارد.

چهارچوب نظری

چیستی ارتباطات انسانی

ارتباط انسانی^۱ به فرایند انتقال و تبادل اطلاعات، افکار، احساسات و معانی بین افراد از طریق استفاده از نمادها، نشانه‌ها و رفتارها اطلاق می‌شود. این فرایند می‌تواند به صورت کلامی^۲ یا غیرکلامی^۳ و از طریق رسانه‌های مختلف صورت گیرد. براساس تعریف ارائه شده توسط اندیشمندان، ارتباطات انسانی به عنوان مهمترین گونه ارتباطات، فرایندی پویا و تعاملی است که در آن افراد به صورت فعالانه در ایجاد و تفسیر پیام‌ها مشارکت می‌کنند. این فرایند شامل عناصری مانند فرستنده، گیرنده، پیام، کانال ارتباطی، بازخورد و زمینه است (دویتو، ۲۰۱۹) ارتباط انسانی باعث ساخت روابط، کاهش سوءتفاهم، حل مسأله و افزایش فهم و همدلی در بین انسان‌ها می‌شود. ارتباطات انسانی نقش اساسی در شکل‌گیری روابط اجتماعی، انتقال فرهنگ و ارتقای سازمان دارد.

1. Human Communication.
2. Verbal.
3. non-verbal.

چیستی هوش مصنوعی

تعاریف گوناگونی از هوش مصنوعی وجود دارد. اما می‌توان هوش مصنوعی را به دو رویکرد اصلی «هوش مصنوعی ضعیف» و «هوش مصنوعی قوی» تقسیم کرد. هوش مصنوعی ضعیف یا ANI به سیستم‌هایی گفته می‌شود که برای یک کار خاص و ثابت طراحی می‌شوند و بازه عملکردی آنها در همان حیطه تعریف شده است. هوش مصنوعی قوی یا AGI به سیستم‌هایی گفته می‌شود که دقیقاً مانند انسان، توانایی درک و استدلال مکالمات و تصمیم‌گیری‌های عقلانی براساس اطلاعات دریافتی را دارند. این سیستم‌ها، باید مانند مغز انسان ظرفیتی بی انتها برای ذخیره سازی اطلاعات داشته باشند تا بتوانند با استفاده از این اطلاعات آرشيو شده، وظایف انسانی را بدون هیچ کم و کاستی انجام دهند. هدف رویکرد قوی این است که ماشینی بسازد که بتواند تمامی ویژگی‌های مرتبط با هوش انسانی، از جمله آگاهی، اراده، تفکر، درک معنا و زبان، و یادگیری و ... را داشته باشد (پیسلا و دیگران، ۲۰۲۴: ۲۴). هوش مصنوعی را در قالب شبیه‌سازی فرایندهای هوش انسانی توسط ماشین‌ها، به ویژه سیستم‌های کامپیوتری، تعریف می‌کنند. این فرایندها می‌تواند شامل یادگیری^۱، استدلال^۲ و خود اصلاحی^۳ باشند. منظور از یادگیری، فرایند تصاحب (یا تغییر) دانش، اطلاعات، قوانین، مقادیر یا ترجیحات جدید (یا موجود) در جهت بهبود تعامل با محیط عملیاتی است. استدلال، به استفاده از قوانین برای رسیدن به نتایج تقریبی^۴ یا قطعی^۵ اطلاق می‌شود (امیرحسینی و مجیدی، ۱۴۰۱) در مجموع هوش مصنوعی نوعی فناوری رایانه‌ای از وب معنایی (وب^۳) است که برگرفته و تقلیدی از هوش انسانی است. قابلیت ایجاد، تغییر و بهبود در فرایندها و قدرت تفکر و تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و اجرا را دارد (خجیر، ۲۰۱۴: ۲۱)

1. Learning
2. Reasoning
3. Self-Correction
4. Approximate
5. Definite

ارتباط با واسطه هوش مصنوعی

با رشد رایانه در اواخر ۱۹۹۰ تری شری‌کل و ساندی استون ایده ارتباط با واسطه رایانه (CMC) را مطرح کرده‌اند. در آن ایده نظری رایانه عامل و واسطه ارتباطی بین افراد بود. با رشد سریع هوش مصنوعی مولد (Gen AI) از سال ۲۰۲۰ به بعد همانند ChatGPT شرکت اوپن‌آی، Copilot شرکت مایکروسافت، Gemini شرکت گوگل، Llama ۳ شرکت متا و ... وارد حوزه جدیدی از ارتباطات با عنوان ارتباط با واسطه هوش مصنوعی (AIMC) شده‌ایم. با ورود این نوع از هوش مصنوعی کاربران توانستند از ابزارهای هوش مصنوعی در زندگی خود به ویژه در ارتباطات بهره‌گیرند. با تلفیق هوش مصنوعی مولد در پلتفرم‌های اجتماعی این کاربری برای کاربران بیشتر شده است، به نحوی که امروزه کاربران برای فعالیت‌های آنلاین روزانه خود به آنها تکیه می‌کنند که نمونه متداول آن سیستم‌عامل‌ها، موتورهای جستجو، برنامه‌های پردازش کلمه، متن پیش‌بینی‌کننده و تکمیل خودکار در صفحه‌کلیدهای موبایل و پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی است (هتکاک و دیگران، ۲۰۲۰: ۹۰). این پدیده را می‌توان در امتداد ارتباط مبتنی بر رایانه، ارتباطات مبتنی بر هوش مصنوعی (AI-MC) نامید. ارتباط مبتنی بر هوش مصنوعی، ارتباطات بین فردی یا گروهی است که در آن یک عامل محاسباتی از طرف یک ارتباط‌گر با تغییر، تقویت یا تولید پیام‌ها برای دستیابی به اهداف ارتباطی یا بین فردی عمل می‌کند. به نوعی AI-MC یک واژه گسترده و عمیقی است که دامنه متنوعی از سفارشی‌سازی پیام، خلاصه کردن پیام‌های طولانی، ترجمه پیام‌ها، تغییر لحن، صدا و تصویر، خلق ویدئو با تکنیک جعل عمیق، تولید متن، تصویر و ... دارد. استفاده روزافزون از AI-MC برای انواع ارتباطات، از ایمیل‌ها گرفته تا پست‌های رسانه‌های اجتماعی و از پیام‌های متنی بین دوستان نزدیک گرفته تا گزارش‌های کاری همگی مصداقی از کاربرد هوش مصنوعی در ارتباطات میان‌فردی است. (خجیر، ۱۴۰۳: ۲۵۸)

چهار پارادایم اندیشه‌ای درخصوص استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی و اطلاعاتی در جامعه وجود دارد. نخستین پارادایم به رویکرد خوشبینانه شهرت دارد. این پارادایم که از ابتدای ۱۹۶۰ مطرح شده است معتقد است که فناوری‌ها می‌توانند زیست جهان بشر را به سمت توسعه تغییر دهند. این فناوری‌ها هستند که باعث رشد و توسعه جوامع بشری می‌شوند. از پی این فناوری‌ها هست که

انقلاب ثروت، تمدن جهانی جدید، جامعه جهانی گفت‌وگویی، دموکراسی آنلاین، زندگی شبکه‌ای و مشارکت آنلاین شکل می‌گیرد. در این نگاه شرط لازم توسعه استفاده از فناوری‌های نوین است. به این طیف فکری فتوریست‌ها نیز گفته می‌شود. اینها دچار تکنوفیلی هستند. پارادایم دوم که به لودیت‌های فناوری معروف هستند، دارای نگاه بدبینانه و منفی به حضور فناوری‌ها در ساحت زندگی بشر هستند. آنها معتقدند فناوری‌ها بر ساحت زندگی سلطه پیدا می‌کنند و انسان را به تسخیر خود در می‌آورند. این سلطه از طریق اطلاعات و فناوری‌های متکی بر آن صورت می‌گیرد. در این رویکرد فناوری‌های باعث یکدست‌سازی اطلاعات شکاف روز افزون اطلاعات تا انسانیت، تقویت سلطه حاکمیت و دیگران، مسخ‌شدگی ارتباطی و از خودبیگانگی شبکه‌ای می‌شود. صاحبان این دیدگاه دچار تکنوفوبیا هستند. رویکرد سوم عملگرا یا پراگماتیسم است. (خجیر، ۱۴۰۳: ۱۰۷) در این رویکرد استفاده از فناوری‌های نوین دارای ارزش فرصت - تهدید، محاسن - معایب و ظرفیت - چالش است. اندیشمندان این رویکرد بر این باور هستند که فناوری‌های نوین دارای ظرفیت‌هایی هستند که فرد در تجربه زیسته خود آن را درک می‌کند و بر آن تمرکز می‌کند. از سوی دیگر در همین تجربه زیسته با چالش‌های فناوری آشنا می‌شود و آن را شناسایی و کنترل می‌کند. رویکرد عملگرا بر استفاده از فناوری‌های نوین در زندگی بشر تاکید دارد این رویکرد بوده است که جامعه شبکه شده، جامعه پلتفرمی و جامعه مبتنی بر هوش مصنوعی را ترویج داده است. در این نگاه اخلاق فناوری مورد توجه است. این نگاه بر تکنوکراسی استوار است. پارادایم چهارم انتقادی است. رویکرد چهارم رویکرد انتقادی است. این رویکرد که از ۱۹۹۰م مطرح شده است، به ساختارهای فناوری و ساختارهای مرتبط با فناوری در عرصه سیاسی، اقتصادی و اجتماعی نقد دارد. این رویکرد بر این باور است که فناوری‌های نوین ارتباطی با نیت درستی وارد زیست بشر شده‌اند اما توسط صاحبان قدرت و ثروت از مسیر اصلی خود خارج شدند. نقد اندیشمندان این رویکرد به حاکمیت تکنولوژی، پیوند فناوری با نهاد سیاست و نهاد اقتصاد، امپریالیسم دیجیتالی، کنترل هدایت شده مغز انسان، تکنوالیگارشسی و انحصارگرایی جهانی فناوری است.

چهارچوب مفهومی این مقاله رویکرد عمل‌گرایی است. طبق این رویکرد، با

توجه به حضور هردم افزون ابزارهای هوش مصنوعی در زندگی بشر، باید از ظرفیت این فناوری نوظهور در زندگی استفاده کرد. ارتباطات انسانی اساس شکل‌گیری اجتماعات بشری است، که در طول تاریخ برای غنای خود از فناوری‌های متعدد و متنوعی بهره گرفته است. امروزه برای ارتقا و غنای ارتباطات انسانی از فناوری هوش مصنوعی باید استفاده کرد. رویکرد عملگرایی بر این باور است که هوش مصنوعی و ابزارهای آن به صورت توأمان ظرفیت‌ها و فرصت‌ها، چالش‌ها و تهدیدهای برای ارتباطات و به ویژه ارتباطات انسانی دارند که کاربر در تجربه زیسته خود در استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در ارتباطات با آنها آشنا می‌شود. در همین تجربه زیسته بر توانمندی‌ها و فرصت‌ها تمرکز و چالش‌ها و معایب را کنترل و تحدید می‌کند. با این رویکرد این مقاله درصدد شناسایی این ظرفیت‌ها و فرصت‌ها و چالش‌ها و تهدیدها و عوامل کلیدی استفاده درست و بهینه هوش مصنوعی برای بهبود ارتباطات انسانی است.

روش پژوهش

روش این پژوهش، روش مرور سیستماتیک است. مرور سیستماتیک یکی از روش‌های پژوهشی دقیق و ساختارمند است که برای جمع‌آوری، ارزیابی و تحلیل مطالعات موجود در یک موضوع خاص استفاده می‌شود. این روش برای پاسخ به یک سؤال پژوهشی مشخص از طریق ترکیب نتایج و یافته‌های پژوهش‌های پیشین استفاده می‌شود. مرور سیستماتیک براساس معیارها و روندهای مشخص و شفاف، داده‌ها را انتخاب و تجزیه و تحلیل می‌کند و معمولاً کیفیت پژوهش‌های مورد بررسی را ارزیابی می‌کند. از ویژگی بارز این روش ساختارمند بودن، متمرکز بر شواهد، انتخاب معیارهای مشخص و پیشگیری از سوگیری است (خجیر، خانیکی، ۱۳۹۸: ۵۹) مرور سیستماتیک روش مناسبی برای ارزیابی تلخیص و پیوند نتایج مطالعات پراکنده و جداگانه به ویژه با دیدگاه‌ها و نتایج متضاد است. صاحب‌نظران این روش تقریباً فرایندهای مشابهی را برای این روش در نظر می‌گیرند. یکی از معتبرترین این فرایندها متعلق به راییت و همکارانش (۲۰۰۷) است. آنها انجام این روش را در هفت مرحله طراحی کردند که شامل تعیین سؤال پژوهش، تعیین پروتکل انجام پژوهش، انتخاب مقاله‌ها، تحلیل یافته‌ها، ارائه نتایج و در نهایت بحث و نتیجه‌گیری است. درخصوص مرحله نخست این روش، در بند ۱ مقاله در

امتداد طرح مسئله سؤال‌های پژوهش مطرح شد. درخصوص مرحله دوم پروتکل این پژوهش درخصوص انتخاب محور اساسی مقالات براساس مقوله‌های هوش مصنوعی و ارتباطات انسانی و شناسایی ظرفیت‌ها، چالش‌های استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی و مهارت‌های ارتباطی صورت گرفت. در مرحله سوم انتخاب مقاله‌های علمی پژوهشی با روش هدفمند برای مقالات خارجی در دو سایت ScienceDirect.com و Google Scholar.com صورت گرفت. در این بخش ۱۷ مقاله با محوریت هوش مصنوعی و ارتباطات انسانی طی سال‌های ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۴ انتخاب شده‌اند. که لیست آنها در جدول زیر آورده می‌شود:

جدول ۱- مقاله‌های مورد بررسی

ردیف	محقق /محققان و سال انتشار	عنوان
۱	شا و بورکاکوتی (۲۰۲۴)	The Transformative Impact of AI in Communication
۲	کونیگر (۲۰۲۴)	The Challenge of Science Communication in the Age of AI
۳	بسری مصطفی و دیگران (۲۰۲۴)	Role of Interpersonal Communication Using Artificial Intelligence: A Case Study on Improving Communication Quality in Library
۴	غلامی و عبدوانی (۲۰۲۴)	The Rise of Thinking Machines: A Review of Artificial Intelligence in Contemporary Communication
۵	هوهینستین و دیگران (۲۰۲۳)	Artificial intelligence in communication impacts language and social relationships
۶	دانسو و دیگران (۲۰۲۳)	Artificial intelligence and human communication: A systematic literature review
۷	ساندرال و لیاو (۲۰۲۳)	Calling BS on ChatGPT: Reflections on AI as a Communication Source
۸	هرمان (۲۰۲۲)	Artificial intelligence and mass personalization of communication content—An ethical and literacy perspective
۹	بربور و دیگران (۲۰۲۲)	Media Use, Interpersonal Communication, and Attitudes Toward Artificial Intelligence
۱۰	تم و هاوارد (۲۰۲۲)	Extending Design Thinking, Content Strategy, and Artificial Intelligence into Technical Communication and User Experience Design Programs: Further Pedagogical Implications
۱۱	ساندر و لی (۲۰۲۲)	Rethinking Communication in the Era of Artificial Intelligence

ردیف	محقق/محققان و سال انتشار	عنوان
۱۲	نایدو و دولک (۲۰۲۲)	Artificial Intelligence in Business Communication: A Snapshot
۱۳	گونگیل (۲۰۲۱)	Communication and Artificial Intelligence: Opportunities and Challenges for the ۲۱st Century
۱۴	ناتال (۲۰۲۱)	Communicating Through or Communicating with: Approaching Artificial Intelligence from a Communication and Media Studies Perspective
۱۵	زرفاس و دیگران (۲۰۲۰)	Artificial intelligence in communication management: a cross-national study on adoption and knowledge, impact, challenges and risks
۱۶	گازمن و لوئیس (۲۰۲۰)	Artificial intelligence and communication: A Human-Machine Communication research agenda
۱۷	لاترل، والاس و مک کالو (۲۰۲۰)	The digital divide: Addressing artificial intelligence in communication education

مرحله چهارم تا هفتم روش مرور سیستماتیک در بخش یافته‌ها و نتایج تحقیق در ادامه آورده می‌شود. در مرحله چهارم تاکید بر گردآوری اطلاعات حول محور موضوعی ظرفیت‌ها و توانمندی‌های استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات، چالش‌ها و تهدیدهای ناشی از آن مورد توجه در استفاده از این فناوری بوده است.

یافته‌های پژوهش

در این مرحله از مرور سیستماتیک، داده‌ها براساس سؤالات پژوهش از مقاله‌ها استخراج و مورد تحلیل قرار می‌گیرد. در این قسمت ظرفیت‌ها، چالش‌ها و عوامل کلیدی استفاده بهینه هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی به صورت جدول مجزا احصاء و سپس تحلیل صورت می‌گیرد. الگوی سه گانه تحلیل مذکور براساس ایده‌ای بود که خجیر و خانیکی (۱۳۹۸) در مقاله خود برای "گفت‌وگو در شبکه اجتماعی" استفاده کرده‌اند.

جدول ۲- ظرفیت استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی

پژوهشگر/پژوهشگران، سال	ظرفیت‌های استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی از نگاه پژوهشگران
شا و بورکاکوتی (۲۰۲۴)	استفاده از چت بات در پاسخگویی، پاسخگویی ۲۴ ساعته در ارتباط تجاری،

ظرفیت‌های استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی از نگاه پژوهشگران	پژوهشگر/پژوهشگران، سال
تسهیل مکالمات چندزبانه، افزایش ارتباطات و تعاملات جهانی، تسهیل همکاری‌های بین‌المللی با کاهش موانع زبانی	هوهینستین و دیگران (۲۰۲۳)
تسهیل برقراری ارتباط، تقویت دسترسی به اطلاعات، تقویت تعاملات انسانی	ساندر و لی (۲۰۲۲)
استفاده از اپلیکیشن‌های ترجمه در سفرها	گازمن و لوئییس (۲۰۲۰)
ارتباطات آن‌لاین و همزمانی و هم مکانی	ناتال (۲۰۲۱)
امکان تجربه یادگیری جهانی، حضور در محافل بین‌المللی، برقراری ارتباطات انسانی در عرصه جهانی	گونکیل (۲۰۲۱)
تجربه کاربری بهبود یافته براساس تحلیل داده	هرمان (۲۰۲۲)
دستیار مجازی، دستیار صوتی، دستیار ارتباطی، چت‌بات‌ها، پاسخ‌های هوشمند، ابزارهای تحلیل احساسات و فناوری‌های ترجمه	غلامی و عبدوانی (۲۰۲۴)
بهبود تصمیم‌گیری در روابط انسانی	شا و بورکاکوتی (۲۰۲۴) و نایدو و دولک (۲۰۲۲)
سفرارشی	دانسو و دیگران (۲۰۲۳)
گسترش آموزش جهانی، شخصی‌سازی فرایند یادگیری، رفع مشکل زبانی در آموزش جهانی	زرفاس و دیگران (۲۰۲۰)
افزایش توانمندی ارتباطی افراد دارای معلولیت، ارتقای ارتباط میان‌فردی برای افراد درون	مصطفی و دیگران (۲۰۲۴)

یافته‌های جدول نشان می‌دهد که با ورود ابزارهای هوش مصنوعی کاربر در برقراری ارتباطات توانمندتر شده است. استفاده از چت‌بات‌ها، دستیارهای صوتی، دستیار مجازی ارتباطی به تولید پیام مناسب، پیام سفرارشی و شخصی‌سازی شده و تحلیل پیام‌ها و احساسات مخاطب کمک شایانی می‌کند. این امر باعث تسهیل برقراری ارتباط، تقویت دسترسی به اطلاعات، تقویت تعاملات انسانی می‌شود. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که استفاده از ظرفیت هوش مصنوعی باعث رفع محدودیت زبانی و مکانی ارتباطات انسانی می‌شود. کاهش مرزهای جغرافیایی و زبانی یکی از تأثیرات بارز هوش مصنوعی در دنیای ارتباطات انسانی است. با پیشرفت تکنولوژی‌های مرتبط با زبان و ارتباطات، افراد از فرهنگ‌ها و زبان‌های مختلف قادر به برقراری ارتباط آسان‌تر و مؤثرتر شده‌اند. در نگاه این پژوهشگران، استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی باعث افزایش حس همبستگی جهانی می‌تواند از دیگر تأثیرات مثبت هوش مصنوعی باشد. با کاهش موانع زبانی و

جغرافیایی، افراد و جوامع می‌توانند ارتباطات نزدیک‌تری برقرار کنند و از تبادل فرهنگی بهره‌مند شوند. برخی از مقالات نیز به نقش هوش مصنوعی در ارتباط انسانی در شرکت‌ها و نهادهای خدماتی پرداختند و بر ویژگی تجربه کاربری بهبود یافته تأکید داشتند. آنان معتقد بودند با تحلیل داده‌های کاربران، این پلتفرم‌ها می‌توانند محتوای مرتبط و جذاب‌تری را به هر کاربر ارائه دهند، که این امر تجربه کاربری را بهبود می‌بخشد. همچنین یافته‌ها نشان می‌دهد که هوش مصنوعی باعث ارتباطات موثرتر می‌شود. ابزارهای هوش مصنوعی می‌تواند به کاربران کمک کند تا با افراد و گروه‌هایی که به آنها علاقه دارند، ارتباط برقرار کنند. همچنین یکی از ظرفیت‌های هوش مصنوعی توانمندسازی افراد کم‌توان و ناتوان جسمی حرکتی در برقراری ارتباط با دیگران است. دو مقاله نیز به جایگاه هوش مصنوعی در روابط انسانی در نظام آموزشی پرداختند. از نگاه آنها هوش مصنوعی فرصتی برای گسترش آموزش جهانی می‌دهد. پلتفرم‌های آموزش آنلاین با استفاده از هوش مصنوعی به افراد در سراسر جهان، به ویژه در مناطق دورافتاده یا کشورهای در حال توسعه، امکان دسترسی به دوره‌های آموزشی باکیفیت را می‌دهند. این امر به تقویت آموزش و مهارت‌های فردی و گروهی کمک می‌کند. همچنین هوش مصنوعی باعث شخصی‌سازی فرایند یادگیری و ارتباط منحصر به فرد بین یاددهنده و یادگیرنده می‌شود.

جدول ۳- چالش‌های استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی

چالش‌های استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی از نگاه پژوهشگران	پژوهشگر/پژوهشگران، سال
کاهش مهارت گفتاری و اجتماعی، کاهش حس اعتماد و همدلی، کاهش تفکر انتقادی و مهارت‌های حل مسئله	دانسو و دیگران (۲۰۲۳)
کاهش یادگیری زبانی و مهارت زبانی، عدم توانایی در تشخیص ظرافت‌های زبانی و فرهنگی، از بین رفتن فرهنگ‌های محلی و بومی، سوءتفاهم‌های زبانی منبعت از فرهنگ، دقت پایین در ترجمه‌های پیچیده	گونکیل (۲۰۲۱)
تعرض به حریم خصوصی، سوگیری الگوریتمی، دستکاری داده	ساندر و لی (۲۰۲۲)
کاهش تعاملات چهره‌به‌چهره، کاهش مهارت انسانی، ضعف مهارت افشای نفس و همدلی	بریور و دیگران (۲۰۲۲)
وابستگی به چت بات	کونیکر (۲۰۲۴) و دانسو و دیگران (۲۰۲۳)

چالش‌های استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی از نگاه پژوهشگران	پژوهشگر/پژوهشگران، سال
حباب اطلاعاتی، حباب فیلتر، اتاق پژواک، ارائه اطلاعات محدود و مطابق با علایق و دیدگاه‌های قبلی کاربر	غلامی و عبدوانی (۲۰۲۴)
کاهش تعاملات انسانی در آموزش مبتنی بر هوش مصنوعی و آن لاین، ضعف تعاملات انسانی	تم و هاوارد (۲۰۲۲)
نابرابری در دسترسی به فناوری، تبعیض و نابرابری براساس سوگیری الگوریتمی	لاترل و دیگران (۲۰۲۲)
کاهش اعتماد به فناوری‌های هوش مصنوعی	گازمن و لوئیس (۲۰۲۰)
کاهش اعتماد در روابط آن لاین، برقراری ارتباطات سطحی، ضعف شناخت معرفتی و دریافت اطلاعات ضعیف و کم عمق و کاهش مسئولیت	صاحبی و فورموسی (۲۰۲۴)
ظرافت‌ها و مهارت‌های ارتباط انسانی	می لو (۲۰۲۳)
ایجاد قطب بندی اجتماعی، سوءاستفاده از داده های احساسی،	شا و بورکاکوتی (۲۰۲۴)

یکی از دغدغه‌های پژوهشگران تقویت روابط انسانی در عصر رسانه‌های جدید است. همان‌گونه که جدول بالا نشان می‌دهد، برخی از مقالات، کاهش مهارت‌های ارتباطی انسانی را یکی از پیامدهای گسترش استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات می‌دانند. آنان معتقدند اتکا به ابزارهای هوش مصنوعی می‌تواند منجر به کاهش توانایی‌های ارتباطی نظیر مکالمه، مذاکره، و حتی درک احساسات انسانی شود. همچنین همان‌گونه که یافته‌های جدول نشان می‌دهد یکی از موضوعات کلیدی در این زمینه از دست رفتن توانایی‌های احساسی و هم سوءتفاهم‌های زبانی و همدلی در ارتباطات است. وقتی افراد بیشتر به سیستم‌های خودکار و هوش مصنوعی تکیه می‌کنند، تعاملات احساسی و همدلانه بین افراد کاهش می‌یابد. این امر به‌ویژه در ارتباطات چهره‌به‌چهره و تعاملات روزمره بسیار مشهود است. همچنین یافته‌ها بیانگر این هست که یکی از مسائل کلیدی در این زمینه تأثیر بر فرهنگ‌های بومی و محلی است. هرچند که هوش مصنوعی به تسهیل ارتباطات کمک می‌کند، اما ممکن است فرهنگ‌های محلی تحت تأثیر زبان‌های غالب جهانی قرار بگیرند و این امر می‌تواند منجر به از بین رفتن تنوع فرهنگی شود. علاوه بر این، مسئله حریم خصوصی نیز بسیار مهم است. با استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی، ممکن است اطلاعات حساس کاربران به راحتی در دسترس دیگران قرار گیرد. برخی از پژوهشگران فوق معتقدند

حفظ امنیت و حریم خصوصی کاربران باید در توسعه و استفاده از این فناوری‌ها مورد توجه قرار گیرد. یافته‌ها نشان می‌دهد که حریم خصوصی یکی از مسائل بحرانی در عصر هوش مصنوعی است. با گسترش استفاده از فناوری‌های هوش مصنوعی در ارتباطات، نگرانی‌ها درباره جمع‌آوری، ذخیره‌سازی و استفاده از داده‌های شخصی افزایش یافته است. برخی مقالات معتقدند یکی از چالش‌های استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات سوءاستفاده از داده‌هاست. به نحوی که داده‌های جمع‌آوری‌شده ممکن است به‌طور غیرقانونی فروخته شوند یا مورد استفاده‌های نامناسب قرار گیرند، که این امر اعتماد کاربران به ابزارهای هوش مصنوعی مورد استفاده را کاهش می‌دهد. یکی از چالش‌های پرتکرار پدیده حباب اطلاعاتی و اتاق پژواک است. شخصی‌سازی بیش از حد ممکن است کاربران را در معرض اطلاعات محدود و مطابق با علایق و دیدگاه‌های قبلی‌شان قرار دهد. این موضوع می‌تواند منجر به محدودیت در دسترسی به دیدگاه‌های متنوع و کاهش توانایی کاربران در تحلیل چندجانبه موضوعات شود. چالش دیگری که یک مقاله به آن اشاره کرده است نابرابری در دسترسی به فناوری است. در این مقاله اشاره شده است که هرچند پلتفرم‌های آنلاین مبتنی بر هوش مصنوعی به‌طور گسترده در دسترس هستند، اما همه افراد دسترسی یکسان به اینترنت یا فناوری لازم برای استفاده از این پلتفرم‌ها را ندارند. این می‌تواند به افزایش نابرابری‌های ارتباطی در میان افراد مختلف منجر شود. دیگر چالش مطرح، اعتیاد به ابزارهای هوش مصنوعی و وابستگی کاربر به این ابزارها و کاهش تعاملات انسانی و انزوای کاربر است.

جدول ۴- عوامل کلیدی استفاده بهینه و مطلوب از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی

پژوهشگر/پژوهشگران، سال	عوامل کلیدی استفاده بهینه از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی از نگاه پژوهشگران
مصطفی و دیگران (۲۰۲۴)	آشنایی با سواد هوش مصنوعی، استفاده اخلاقی و مسئولانه، افزایش آگاهی در مورد هوش مصنوعی
گازمن و لوئیس (۲۰۲۰)	آموزش و آماده‌سازی جامعه توسط دولت و دانشگاه
ساندرال و لیاو (۲۰۲۳)	برگزاری دوره‌های تخصصی و کارگاه‌های عملی، برگزاری همایش و کنفرانس درخصوص هوش مصنوعی در ارتباطات برای نخبگان و عامه توسط دانشگاه
ساندر و لی (۲۰۲۲)	شناسایی و معرفی چالش‌های اخلاقی هوش مصنوعی در روابط انسانی، تدوین مرمانامه اخلاقی

عوامل کلیدی استفاده بهینه از هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی از نگاه پژوهشگران	پژوهشگر/پژوهشگران، سال
تحقیق و توسعه درخصوص اثرات هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی توسط دولت	کونیکر (۲۰۲۴)
ارائه اطلاعات دقیق درباره چگونگی استفاده از داده‌های شخصی و حقوق آنها توسط شرکتها	شا و بورکاکوتی (۲۰۲۴)
نظارت و تنظیم‌گری، ایجاد چهارچوب‌های قانونی برای استفاده از داده‌ها، حفظ حریم خصوصی و تضمین رفتارهای اخلاقی در استفاده از AI	هرمان (۲۰۲۲)
آموزش و تربیت متخصصان حوزه ارتباطات انسانی مبتنی بر هوش مصنوعی	دانسو و دیگران (۲۰۲۳)
آموزش سواد هوش مصنوعی برای ایجاد ارتباطات سفارشی‌شده قوی	هرمان (۲۰۲۲)

می‌تواند تدوین و اجرای قوانین در زمینه حریم خصوصی، استفاده از داده‌ها و شفافیت در الگوریتم‌ها ایجاد کنند. همچنین دولت باید به توسعه زیرساخت‌های فناوری، سرمایه‌گذاری در زیرساخت‌های ارتباطی، مانند شبکه‌های 5G، امکان برقراری ارتباطات سریع‌تر و با کیفیت بالاتر را برای ارتباطات انسانی کاربران فراهم می‌کند. در کنار اقدامات فنی، دولت باید به آموزش و فرهنگ‌سازی شهروندان و آشنایی شهروندان با هوش مصنوعی و تأثیرات آن بر ارتباطات بپردازد. تشویق به تحقیق و توسعه از طریق حمایت مالی می‌تواند کارویژه دیگر دولت باشد. در سطح میانه، دانشگاه‌ها و مراکز علمی به‌عنوان نهادهای تحقیقاتی و آموزشی، نقش کلیدی در شکل‌دهی به تأثیر هوش مصنوعی بر ارتباطات انسانی دارند. تحقیق و توسعه توسط دانشگاه‌ها در زمینه تأثیرات هوش مصنوعی بر ارتباطات انسانی، به شناسایی مزایا و چالش‌های آن کمک می‌کند. کارویژه دوم آموزش و تربیت متخصصان است. تربیت متخصصان آگاه از این جنبه‌ها می‌تواند به توسعه راه‌حل‌های مؤثر و اخلاقی استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات منجر شود. همچنین دانشگاه‌ها و مراکز علمی می‌توانند به تدوین استانداردهای اخلاقی برای استفاده از هوش مصنوعی در ارتباطات کمک کنند. این استانداردها می‌توانند راهنمایی برای توسعه‌دهندگان و طراحان در زمینه رعایت اصول اخلاقی باشند. به زعم برخی پژوهشگران، برگزاری کارگاه‌ها و کنفرانس‌ها توسط دانشگاه‌ها می‌تواند فضای مناسبی برای تبادل نظر میان پژوهشگران، صاحبان صنایع و سیاست‌گذاران فراهم کنند. پژوهشگران بر این باورند در کنار دولت و مراکز علمی و آموزشی، در سطح خرد، کاربران نیز باید به مواردی توجه کنند. مردم به‌عنوان کاربران اصلی

هوش مصنوعی، نقش بسیار مهمی در شکل‌دهی به استفاده صحیح از این فناوری در ارتباطات انسانی دارند. یادگیری استفاده از هوش مصنوعی و سواد هوش مصنوعی، افزایش آگاهی در مورد هوش مصنوعی و تأثیرات آن بر زندگی روزمره، به آنها این امکان را می‌دهد که انتخاب‌های آگاهانه‌تری داشته باشند. این شامل شناخت مزایا، معایب و نحوه کارکرد ابزارهای هوش مصنوعی است. همچنین استفاده مسئولانه و اخلاقی برای کاربر حایز اهمیت است. کاربر باید از هوش مصنوعی به‌طور اخلاقی استفاده کنند و به حریم خصوصی دیگران احترام بگذارند. این شامل عدم انتشار اطلاعات نادرست و احترام به حقوق دیگران در استفاده از فناوری است. در ضمن کاربران نقش اساسی در بازخورد و نظارت استفاده از هوش مصنوعی دارد. پژوهشگران معتقدند کاربران می‌توانند با ارائه نظرات و انتقادات به شرکت‌ها و دولت‌ها، به بهبود محصولات و خدمات هوش مصنوعی کمک کنند. این بازخورد می‌تواند شامل مشکلات و نقاط قوت فناوری‌ها باشد و به ایجاد بهبودهای لازم منجر شود.

نتیجه‌گیری

همان‌گونه که در مدل ارتباط با واسطه هوش مصنوعی بیان شد امروزه هوش مصنوعی به عنوان واسطه ارتباط انسانی بین افراد عمل می‌کند. در این استفاده براساس رویکرد عمل‌گرایانه، هوش مصنوعی برای ارتباطات انسانی دارای ظرفیت‌ها و فرصت‌ها و چالش‌ها و تهدیدهایی است که در استفاده فرد از این فناوری این موارد به صورت تجربه زیسته احصاء می‌شود. فرد از رهگذر این تجربه بر ظرفیت‌های استفاده از هوش مصنوعی تأکید و چالش‌ها را تحدید می‌کند. در ظرفیت‌ها، درک و فهم انسانی از هوش مصنوعی نه‌تنها به توسعه و استفاده صحیح از این فناوری کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به ایجاد یک جامعه متوازن و هوشمندتر نیز منجر شود. سرمایه‌گذاری در آموزش، آگاهی‌رسانی و تدوین سیاست‌های مناسب در این زمینه ضروری است. رویکرد عمل‌گرا می‌تواند به ما کمک کنند تا از مزایای هوش مصنوعی بهره‌برداری کنیم و در عین حال چالش‌های آن را به حداقل برسانیم. با توجه به پیچیدگی‌های فناوری و تأثیرات آن بر زندگی روزمره، سواد هوش مصنوعی، آموزش استفاده درست از ابزارهای هوش مصنوعی، افزایش آگاهی عمومی و درک درست از هوش مصنوعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

هوش مصنوعی تأثیرات گسترده و مهمی بر ارتباطات انسانی گذاشته است و این تأثیرات از جنبه‌های مختلف قابل بررسی است. نخستین ظرفیت مهم هوش مصنوعی، بهبود سرعت و کارایی ارتباطات است. ابزارهای هوشمند مانند چت‌بات‌ها و دستیارهای مجازی، صوتی، ترجمه‌ای خودکار این امکان را فراهم کرده‌اند که ارتباطات سریع‌تر و با دقت بیشتری انجام شوند. این امر به ویژه در مکالمات چند زبانه یا موقعیت‌هایی که نیاز به پاسخ‌های فوری وجود دارد، نقش مهمی ایفا می‌کند. این یافته با یافته‌های غلامی و عبدوانی (۲۰۲۴) که بر نقش دستیارهای مجازی در تقویت ارتباطات تأکید دارد، همخوانی دارد. یکی دیگر از ظرفیت‌های مهم هوش مصنوعی، شخصی‌سازی ارتباطات است. سیستم‌های مبتنی بر داده‌ها می‌توانند پیام‌ها و محتواهای شخصی‌سازی شده برای کاربران ارائه دهند. با تحلیل رفتار کاربران، این سیستم‌ها قادر به ارائه پیشنهادهای و پیام‌هایی هستند که به علایق و نیازهای آنها نزدیک‌تر است. این ویژگی به سازمان‌ها و شرکت‌ها کمک می‌کند تا تجربه مشتری را بهبود بخشند و از تعاملات هدفمندتری بهره‌مند شوند. یافته‌های ساندر و لی (۲۰۲۲) نیز بر این تأکید دارد که هوش مصنوعی باعث شخصی‌سازی و سفارشی‌سازی ارتباطات شده است. از دیگر ظرفیت‌ها، کاهش تماس و ارتباط انسانی مستقیم است. ابزارهای خودکار، مانند دستیارهای مجازی و ربات‌های پاسخگو، موجب کاهش تعاملات انسانی مستقیم شده‌اند. این یافته با یافته پژوهش غلامی و عبدوانی (۲۰۲۴) مطابقت دارد. آنها در پژوهش خود دریافتند که بسیاری از خدمات مشتریان، چت‌بات‌ها جایگزین تعاملات انسانی شده‌اند، که این ممکن است باعث کاهش احساسات انسانی در ارتباطات شود. همان‌طور که بسری مصطفی و دیگران (۲۰۲۴) در پژوهش خود به نقش هوش مصنوعی در دسترسی به اطلاعات در روابط انسانی دست یافتند، در این پژوهش نیز تقویت دسترسی به اطلاعات یکی از ظرفیت‌های هوش مصنوعی است. سیستم‌های هوشمند توانسته‌اند دسترسی سریع و بهینه به اطلاعات را برای کاربران فراهم کنند. ابزارهایی مانند موتورهای جستجو یا دستیارهای صوتی هوشمند، می‌توانند داده‌ها و اطلاعات گسترده‌ای را در زمان کوتاهی در اختیار افراد قرار دهند، که به بهبود کیفیت تصمیم‌گیری و ارتباطات کمک می‌کند. در نهایت، افزایش توانایی‌های افراد دارای معلولیت یکی از تأثیرات مثبت هوش مصنوعی

در ارتباطات انسانی است. ابزارهایی مانند زیرنویس خودکار و ترجمه گفتاری به نوشتاری به افراد کم‌شنوا و کم‌بینا کمک کرده‌اند تا بهتر در ارتباطات انسانی شرکت کنند. این فناوری‌ها باعث افزایش شمولیت اجتماعی و مشارکت بیشتر این افراد در جوامع شده است.

همزمان با مزایای هوش مصنوعی، معایب و چالش‌ها نیز وجود دارد. یکی از نگرانی‌های اصلی این است که استفاده از سیستم‌های هوش مصنوعی می‌تواند تعاملات انسانی را تضعیف کند و افراد را بیشتر از احساسات و ارتباطات عاطفی جدا کند. همچنین ممکن است نابرابری در دسترسی به این فناوری‌ها باعث افزایش شکاف‌های اجتماعی شود که این با یافته می‌لو (۲۰۲۳) همخوانی دارد. یکی دیگر از چالش‌ها درگیری و وابستگی به ابزارهای هوش مصنوعی است. استفاده زیاد از این فناوری منجر به افزایش وابستگی به فناوری شده است. بسیاری از افراد با تکیه بر ابزارهای هوش مصنوعی به آنها وابسته‌تر شده‌اند. این وابستگی ممکن است در مواقعی که فناوری در دسترس نیست باعث فوبیا و اختلال شود و اضطراب روانی و اجتماعی برای کاربر ایجاد کند. کونیکر (۲۰۲۴) نیز در پژوهش خود به این یافته رسیده است که وابستگی به چت بات باعث اعتیاد به فناوری و اختلال شخصیتی می‌شود. علاوه بر آن، کاهش مهارت‌های ارتباطی انسانی از اثرات جانبی این وابستگی است. وقتی افراد بیشتر بر ابزارهای خودکار تکیه می‌کنند، ممکن است توانایی‌های خود در زمینه برقراری ارتباطات شفاهی و نوشتاری را از دست بدهند، زیرا تعاملات انسانی کمتر می‌شود. در عین حال، کاهش تعاملات چهره‌به‌چهره یکی از پیامدهای منفی این فناوری است. استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی در ویدئو کنفرانس‌ها و چت‌های متنی، باعث شده است که افراد کمتر به ملاقات‌های حضوری و تعاملات چهره‌به‌چهره نیاز داشته باشند. این امر می‌تواند در طولانی‌مدت بر کیفیت روابط انسانی تأثیر منفی بگذارد و باعث انزوای فرد شود. صاحبی و فورموسی (۲۰۲۵) در پژوهش خود به این یافته دست یافتند که استفاده از هوش مصنوعی در روابط انسانی باعث مجازی شدن روابط و جایگزینی روابط مجازی با روابط واقعی می‌شود. همان‌طور که در پژوهش کونیکر (۲۰۲۴)، می‌لو (۲۰۲۳) و ساندر و لی (۲۰۲۲) یکی از نگرانی‌های جدی مرتبط با هوش مصنوعی، تأثیر بر حریم خصوصی است. یافته‌های این پژوهش نشان

می‌دهد که سیستم‌های هوش مصنوعی اغلب اطلاعات شخصی زیادی از کاربران جمع‌آوری می‌کنند و این مسئله نگرانی‌هایی درباره نقض حریم خصوصی ایجاد کرده است. افراد ممکن است بدون اطلاع یا رضایت آنها، اطلاعاتشان تحلیل و مورد استفاده قرار گیرد. مسأله امنیت و دسترسی به داده‌ها نیز چالشی مهم است. هر چه سیستم‌ها و اطلاعات بیشتر در اختیار هوش مصنوعی قرار گیرند، خطرات امنیتی مانند هک یا سوءاستفاده از داده‌ها افزایش می‌یابد. این مسئله می‌تواند باعث آسیب‌های جدی به اعتماد عمومی به فناوری و شرکت‌هایی که از آن استفاده می‌کنند، شود.

با توجه به رشد هوش مصنوعی در زندگی روزمره و آینده ارتباطات مبتنی بر هوش مصنوعی، برای استفاده بهینه و درست این فناوری در ارتباطات و به ویژه ارتباطات انسانی اقداماتی باید صورت گیرد. در این اقدامات دولت، مراکز دانشگاهی و علمی و مردم نقش اساسی دارند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد نقش دانشگاه‌ها و مراکز علمی در جلوگیری از بروز استفاده نادرست از هوش مصنوعی از اهمیت بالایی برخوردار است. با ایجاد فضاهایی برای آموزش و تربیت متخصصان، انجام تحقیقات علمی، مشاوره به صنایع فناوری و سازندگان هوش مصنوعی، تدوین چهارچوب‌های اخلاقی، برگزاری رویدادهای علمی، همکاری‌های بین‌المللی و نظارت بر پروژه‌ها، این نهادها می‌توانند به ایجاد یک اکوسیستم سالم و مسئولانه برای فناوری‌های هوش مصنوعی کمک کنند. تلاش‌های دانشگاه‌ها و مراکز علمی نه تنها به پیشرفت فناوری کمک می‌کند، بلکه به ارتقای کیفیت زندگی اجتماعی و ارتباطی نیز منجر خواهد شد. با همکاری میان دانشگاه‌ها، صنعت و جامعه، می‌توان به توسعه هوش مصنوعی به شیوه‌ای مؤثر و اخلاقی دست یافت و از مزایای این فناوری بهره‌برداری کرد. از سوی دیگر، دولت‌ها به عنوان نهادهای اصلی سیاست‌گذاری، وظیفه تنظیم و هدایت استفاده از هوش مصنوعی را بر عهده دارند. آنان نیز می‌توانند با تدوین و اجرای سیاست‌های کلانی در زمینه هوش مصنوعی، ایجاد چهارچوب‌های قانونی و تدوین قوانین مربوط به حریم خصوصی و داده‌ها، حمایت از نوآوری‌های حوزه هوش مصنوعی از طریق اعطای تسهیلات مالی و مشوق‌های اقتصادی، ایجاد زیرساخت‌های فناوری توسعه هوش مصنوعی و آموزش و فرهنگ‌سازی برای آگاهی‌رسانی به جامعه در مورد هوش مصنوعی و

استفاده آن در ارتباطات کمک شایانی کنند. در کنار این دو رکن مردم یا کاربران این فناوری نیز نقش اساسی در استفاده درست هوش مصنوعی در ارتباطات انسانی دارند. مردم ضمن فراگیری سواد هوش مصنوعی باید درباره هوش مصنوعی و تأثیرات آن بر زندگی روزمره آگاه شوند. این آگاهی می‌تواند از طریق رسانه‌ها، وبسایت‌ها و منابع آموزشی به دست آید. مردم باید استفاده مسئولانه از هوش مصنوعی را سرلوحه خود قرار دهند. آنان باید به استفاده اخلاقی از هوش مصنوعی توجه کنند. این شامل عدم استفاده از فناوری برای مقاصد نادرست و احترام به حریم خصوصی دیگران است. همچنین مردم در بازخورد از استفاده هوش مصنوعی می‌توانند به ارتقای خدمات آن کمک کنند. مردم می‌توانند با ارائه بازخورد به شرکت‌ها و توسعه‌دهندگان در بهبود محصولات و خدمات هوش مصنوعی کمک کنند. این بازخورد می‌تواند شامل نظرات درباره عملکرد، قابلیت‌ها و نقاط ضعف محصولات و رفع چالش‌های اخلاقی و اجتماعی باشد.

فهرست منابع

۱. امیرحسینی، فاطمه؛ و مجیدی، نسیم (۱۴۰۱). *فراتر از ارتباطات (هوش مصنوعی)*، تهران: انتشارات هزاره ققنوس.
۲. خجیر، یوسف (۱۴۰۳). *فناوری فناوری‌های دور و نزدیک؛ اندیشه صاحب‌نظران حوزه فناوری‌های نوین*، تهران: انتشارات موجک.
۳. خانیکی، هادی؛ و خجیر، یوسف (۱۳۹۸). «گفت‌وگو در شبکه» گفت‌وگو در شبکه‌های اجتماعی مجازی (مروری بر تحلیل سیستماتیک پژوهش‌های پیشین)، «فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات»، س ۱۵، ش ۵۴، ص ۷۶-۵۱.

<https://doi.org/10.22034/jcsc.2019.35581>

4. Bisri Mustofa, M., Wuryan, S., Aji Mahesa Jaya, M., Jorgi Saputra, S., & Cahyani Putri, M. (2024). Role of Interpersonal Communication Using Artificial Intelligence: A Case Study on Improving Communication Quality in Library. *KnE Social Sciences*, 9(12), 93–101. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i12.15829>

5. Brewer, P. R., Bingaman, J., Paintsil, A., Wilson, D. C., & Dawson, W. (2022). Media Use, Interpersonal Communication, and Attitudes Toward Artificial Intelligence. *Science Communication*, 44(5), 559-592. <https://doi.org/10.1177/10755470221130307>
6. Danso, Samuel, et al (2023). Artificial intelligence and human communication: A systematic literature review, *World Journal of Advanced Research and Reviews*, 19(01), 1391-1403.
DOI: 10.30574/wjarr.2023.19.1.1495
7. DeVito, J. A. (2019). *Human Communication: The Basic Course* (14th ed.) Publisher: Pearson.
8. Gholami, Mohammad Javad & Taqi Al Abdwani (2024) The Rise of Thinking Machines: A Review of Artificial Intelligence in Contemporary Communication, *Journal of Business, Communication & Technology*, 3(1), 29-43.
DOI: 10.56632/bct.2024.3103
9. Gunkel, D., 2012. "Communication and Artificial Intelligence: Opportunities and Challenges for the 21st Century." *Communication* +1,1(1).
DOI: 10.7275/R5QJ7F7R
10. Guzman AL, Lewis SC. Artificial intelligence and communication: A Human-Machine Communication research agenda. *New Media & Society*. 2020; 22(1): 70-86. [Doi.org/10.1177/1461444819858691](https://doi.org/10.1177/1461444819858691)
11. Hermann, E. (2022). Artificial intelligence and mass personalization of communication content—An ethical and literacy perspective. *New Media & Society*, 24(5), 1258-1277. <https://doi.org/10.1177/14614448211022702>

12. Hohenstein, J., Kizilcec, R.F., DiFranzo, D. et al. Artificial intelligence in communication impacts *language and social relationships*. Sci Rep 13, 5487 (2023). <https://doi.org/10.1038/s41598-023-30938-9>
13. Könneker, C. (2024). *The Challenge of Science Communication in the Age of AI*. Stanford Social Innovation Review. <https://doi.org/10.48558/5JNC-WA59>
14. Luttrell R, Wallace A, McCullough C, Lee J. The digital divide: Addressing artificial intelligence in communication education. *Journalism & Mass Communication Educator*. 2020; 75(4): 470-482.

Doi.org/10.1177/1077695820925286 h.
15. Naidoo, J., & Dulek, R. E. (2022). Artificial Intelligence in Business Communication: A Snapshot. *International Journal of Business Communication*, 59(1), 126-147. <https://doi.org/10.1177/2329488418819139>
16. Pislaru, M, Sorin Vlad, C & Ivascu, L (2024). Citizen-Centric Governance: Enhancing Citizen Engagement through Artificial Intelligence Tools, *and Iulia Ioana Mircea*, 16(7), PP 26-45. <https://doi.org/10.3390/su16072686>
17. Sahebi, S., Formosa, P. The AI-mediated communication dilemma: epistemic trust, social media, and the challenge of generative artificial intelligence. *Synthese* 205, 128 (2025). <https://doi.org/10.1007/s11229-025-04963-2>
18. Simone Natale, Communicating Through or Communicating with: Approaching Artificial Intelligence from a Communication and Media Studies Perspective, *Communication Theory*, Volume 31, Is-

- sue 4, November 2021, Pages 905–910, <https://doi.org/10.1093/ct/qtaa022>
19. Shrivastava, R., & Mahajan, P. (2016). Influence of social networking sites on scholarly communication: A study using literature in Artificial Intelligence. *Journal of Librarianship and Information Science*, 53(3), 522-529. <https://doi.org/10.1177/0961000616678309>
 20. Shyam Sundar, Eun-Ju Lee, Rethinking Communication in the Era of Artificial Intelligence, *Human Communication Research*, Volume 48, Issue 3, July 2022, Pages 379–385, <https://doi.org/10.1093/hcr/hqac014>
 21. Sundar, S. S., & Liao, M. (2023). Calling BS on ChatGPT: Reflections on AI as a *Communication Source*. *Journalism & Communication Monographs*, 25(2), 165-180. <https://doi.org/10.1177/15226379231167135>
 22. Tham, J., Howard, T., & Verhulsdonck, G. (2022). Extending Design Thinking, Content Strategy, and Artificial Intelligence into Technical Communication and User Experience Design Programs: Further Pedagogical Implications. *Journal of Technical Writing and Communication*, 52(4), 428-459. <https://doi.org/10.1177/00472816211072533>
 23. Zerfass, A., Hagelstein, J. and Tench, R. (2020), "Artificial intelligence in communication management: a cross-national study on adoption and knowledge, impact, challenges and risks", *Journal of Communication Management*, Vol. 24 No. 4, pp. 377-389. <https://doi.org/10.1108/JCOM-10-2019-0137>