

هوش مصنوعی و تولید زبان: بررسی پیامدهای متن‌های تولیدشده توسط هوش

مصنوعی بر ادبیات، روزنامه‌نگاری و ارتباطات راهبردی

علی کتابی^۱

چکیده

هوش مصنوعی با پیشرفت‌های چشمگیر در پردازش زبان طبیعی و معماری‌هایی نظیر ترانسفورمر، به نیرویی دگرگون‌کننده در تولید زبان تبدیل شده است. این مقاله با اتخاذ رویکردی کیفی و بهره‌گیری از تحلیل تماتیک داده‌های ثانویه (شامل مقالات هم‌تا-داوری‌شده، کتاب‌ها، گزارش‌های صنعتی منتشرشده بین ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳)، پیامدهای متن‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی را در سه حوزه ادبیات، روزنامه‌نگاری و ارتباطات راهبردی بررسی می‌کند. چارچوب نظری پژوهش بر تلفیق دو دیدگاه «فرانسان‌گرایی» و «بوم‌شناسی رسانه» استوار است تا خلاقیت مشارکتی انسان-ماشین و بازپیکربندی نظام‌های ارتباطی توأمان تحلیل

^۱ کارشناسی ارشد آموزش زبان انگلیسی، دانشگاه دورهام انگلستان، mosham.tehran@gmail.com

شوند. یافته‌ها نشان می‌دهد که هوش مصنوعی هویتی دوگانه دارد: از یک سو با امکان‌پذیر کردن نویسندگی مشارکتی، خودکارسازی گزارش‌های خبری و بازاریابی فوق‌شخصی‌شده، شیوه‌های سنتی را برهم می‌زند و نوآوری می‌آفریند. از سوی دیگر، چالش‌های اخلاقی و عملی چشمگیری نظیر ابهام در نویسندگی و مالکیت فکری، سوگیری الگوریتمی، تهدید اعتماد عمومی و گسترش اطلاعات نادرست (از جمله متن‌های جعلی عمیق) را پیش می‌کشد. سه الگوی فراجشی «کشمکش میان کارایی و اصالت»، «تسلط همکاری ترکیبی انسان-هوش مصنوعی» و «شکاف‌های نظارتی» بر ضرورت رویکردی متعادل تأکید می‌ورزند که در آن به‌روزرسانی چارچوب‌های حقوقی و اخلاقی، شفافیت الگوریتم‌ها و نظارت انسانی در اولویت قرار گیرند. پژوهش نتیجه می‌گیرد که میراث نهایی هوش مصنوعی در تولید زبان نه به خودی فناوری، بلکه به چگونگی آشتی نوآوری با پاسخگویی و اصالت انسانی بستگی دارد.

واژگان کلیدی: هوش مصنوعی، متن‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی، ادبیات، روزنامه‌نگاری، ارتباطات راهبردی، فرانسان‌گرایی، بوم‌شناسی رسانه، سوگیری الگوریتمی.

۱- مقدمه

۱-۱ زمینه و پیشینه

هوش مصنوعی به نیرویی دگرگون‌کننده در تولید زبان تبدیل شده است که این پیشرفت مدیون پیشرفت‌های چشمگیر در پردازش زبان طبیعی و یادگیری ماشین است. سامانه‌های

اولیه مبتنی بر قانون مانند «الیزا»^۱ (وایتزنام^۲، ۱۹۶۶) زمینه ساز این تحول بودند، اما ظهور معماری های ترانسفورمر (واسوانی و همکاران^۳، ۲۰۱۷) انقلابی در این حوزه ایجاد کرد و به مدل هایی مانند جی پی تی -۴^۴ (اوپن ای آی^۵، ۲۰۲۳) و بی ای آر تی^۶ (دوولین و همکاران^۷، ۲۰۱۹) امکان داد متونی شبیه به متن انسان با انسجام و ارتباط معنایی بی سابقه تولید کنند. امروزه این سیستم ها در حوزه های گوناگونی به کار گرفته می شوند. رمان های نوشته شده توسط هوش مصنوعی هنجارهای سنتی ادبیات را به چالش می کشند (ماهر^۸، ۲۰۲۲). خبرگزاری ها از ابزارهای خودکار برای تهیه گزارش های مالی استفاده می کنند (گریف^۹، ۲۰۱۶) و ربات های گفت و گو کننده (چت بات ها) تعامل با مشتری را در ارتباطات راهبردی روان تر کرده اند (هولمز و همکاران^{۱۰}، ۲۰۲۳). حال که متن های تولید شده توسط هوش مصنوعی همه گیر شده اند، بررسی پیامدهای اجتماعی و حرفه ای آنها ضرورتی انکارناپذیر یافته است.

۲-۱ مسئله پژوهش

اگرچه متن های تولید شده توسط هوش مصنوعی کارایی و قابلیت مقیاس پذیری را به همراه دارند، اما ادغام آنها در شیوه های خلاقانه و ارتباطی، پرسش های فوری اخلاقی، عملی و

¹ ELIZA

² Weizenbaum

³ Vaswani et al

⁴ GPT-4

⁵ OpenAI

⁶ BERT

⁷ Devlin et al

⁸ Maher

⁹ Graefe

¹⁰ Holmes et al.

خلاقانه‌ای را برمی‌انگیزد. در ادبیات، بحث‌هایی بر سر مؤلف‌بودن و اصالت آثار در جریان است (بریدوتی^۱، ۲۰۱۹). در روزنامه‌نگاری، سوگیری الگوریتم‌ها این خطر را ایجاد می‌کند که اعتماد به رسانه‌ها تضعیف شود (دیاکوپولوس^۲، ۲۰۲۳) و در ارتباطات راهبردی، امکان تولید اطلاعات نادرست از طریق متن‌های جعلی عمیق (دیپ‌فیک)، گفتمان دموکراتیک را تهدید می‌کند (جانسون و همکاران^۳، ۲۰۲۳). با وجود افزایش توجه پژوهشگران به این موضوع، هنوز تحلیل جامعی از پیامدهای فرابخشی هوش مصنوعی، به میزان کافی انجام نشده است، به‌ویژه از این جهت که این فناوری‌ها چگونه خلاقیت، نیروی کار و مسئولیت‌پذیری انسانی را بازتعریف می‌کنند.

۱-۳ اهداف و حوزه پژوهش

این مقاله به بررسی تأثیر چندوجهی متن‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی بر ادبیات، روزنامه‌نگاری و ارتباطات راهبردی می‌پردازد. هدف آن عبارت است از: (۱) تحلیل این که هوش مصنوعی چگونه شیوه‌های سنتی را در این حوزه‌ها بر هم می‌زند، (۲) ارزیابی چالش‌های اخلاقی و عملی و (۳) شناسایی فرصت‌های نوآوری. این پژوهش با تلفیق داده‌های ثانویه از مطالعات دانشگاهی، گزارش‌های صنعتی و نمونه‌های موردی، در پی ارائه بینش‌های عملی برای ذی‌نفعانی است که در چشم‌انداز در حال تحول ارتباطات مبتنی بر هوش مصنوعی حرکت می‌کنند.

¹ Braidotti

² Diakopoulos

³ Johnson et al.

۲-۱- توسعه تاریخی هوش مصنوعی در تولید زبان

تولید زبان توسط هوش مصنوعی طی چندین دهه به تدریج پیشرفت کرده است. این پیشرفت‌ها در دو حوزه پردازش زبان طبیعی و یادگیری ماشینی رخ داده است. تلاش‌های اولیه در دهه‌های ۱۹۶۰ و ۱۹۷۰ بیشتر روی سامانه‌هایی متمرکز بود که بر پایه قانون کار می‌کردند. یکی از معروف‌ترین نمونه‌ها «الیزا^۱» بود. الیزا با استفاده از تطبیق الگو و پاسخ‌های از پیش تعیین‌شده، سعی می‌کرد مکالمه را شبیه‌سازی کند. هرچند الیزا امکانات محدودی داشت، اما نشان داد که ماشین‌ها می‌توانند تا حدی، هرچند سطحی، گفت‌وگوی انسانی را تقلید کنند (وایتزنام، ۱۹۶۶). بعد از آن، تری وینوگراد در سال ۱۹۷۲ برنامه «شریدلو^۲» را ساخت. این برنامه یک گام جلوتر رفت و به کاربران اجازه می‌داد با یک دنیای مجازی ساخته‌شده از بلوک‌ها، به زبان طبیعی صحبت کنند. شریدلو توانست درک معنایی اولیه را نشان دهد (وینوگراد، ۱۹۷۲).

در دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰، به تدریج رویکردهای آماری جایگزین سیستم‌های قانون‌محور شدند. مدل‌هایی مثل مدل‌های پنهان مارکوف^۳ و n-گرام‌ها^۴ از مجموعه داده‌های بزرگ استفاده می‌کردند تا پیش‌بینی کنند که بعد از یک کلمه، چه کلمه‌ای باید بیاید. این روش‌ها کارهایی مثل ترجمه ماشینی و خلاصه‌سازی متن را بهتر کردند (جورافسکی و مارتین^۵، ۲۰۲۳). اما

^۱ ELIZA

^۲ SHRDLU

^۳ Hidden Markov Models (HMMs)

^۴ n-grams

^۵ Jurafsky & Martin

مشکل این سامانه‌ها این بود که بافت جمله و انسجام متن را خوب درک نمی‌کردند. همین موضوع کاربرد عملی آنها را محدود می‌ساخت. نقطه عطف در سال ۲۰۱۷ بود. در این سال، واسوانی^۱ و همکاران معماری جدیدی به نام «ترانسفورمر» را معرفی کردند. ترانسفورمر به مدل‌ها اجازه می‌داد اهمیت بخش‌های مختلف داده ورودی را بسنجند. این نوآوری تحولی بزرگ در پردازش زبان طبیعی ایجاد کرد. بعد از آن، مدل‌های معروفی مثل «برت»^۲ (دوولین^۳ و همکاران، ۲۰۱۹) و سری «جی‌پی‌تی» (اوپن‌ای‌آی، ۲۰۲۳) ساخته شدند که همه بر پایه ترانسفورمر هستند. این مدل‌ها با خواندن حجم عظیمی از متن‌ها آموزش دیده‌اند و حالا در بسیاری از موارد متنی تولید می‌کنند که به سختی می‌توان آن را از نوشته انسان تشخیص داد. از ربات‌های گفت‌وگوکننده گرفته تا خبرنگاری خودکار، همه از این فناوری بهره می‌برند.

۲-۲ چارچوب‌های نظری

۲-۲-۱ فرایمان‌گرایی^۴ و بازپیکربندی خلاقیت

دیدگاه فرایمان‌گرایی، آن‌گونه که بریدوتی^۵ (۲۰۱۹) بیان کرده است، چارچوبی انتقادی در اختیار ما می‌گذارد تا نقش هوش مصنوعی را در به‌چالش کشیدن تصورات انسان‌محورانه از خلاقیت و نویسندگی بهتر درک کنیم. فرایمان‌گرایی با رد دوگانگی انسان در برابر ماشین، خلاقیت را به‌عنوان پدیده‌ای نوظهور حاصل از تلفیق انسان و ماشین بازتعریف می‌کند. برای نمونه، آثاری که هوش مصنوعی نوشته است، مثل رمان «روزی که یک کامپیوتر رمان

^۱ Vaswani

^۲ BERT

^۳ Devlin et al.,

^۴ Posthumanism

^۵ Braidotti

می‌نویسد» (۲۰۱۶)، مصداق این تغییر نگرش هستند. زیرا در این آثار، مرز میان اصالتِ «انسانی» و بازتولیدِ «ماشینی» از بین می‌رود. بریدوتی معتقد است چنین همکاری‌هایی به یک تغییر بنیادین در نحوه نگرش جامعه به کار فکری نیاز دارد. به این معنا که باید از الگوی «نویسنده نابه» فاصله گرفت و به سمت الگویی رفت که در آن عاملیت (نقش مؤثر) میان انسان و ماشین تقسیم می‌شود. این دیدگاه با مفهوم «تکنوژنز»^۱ «هایلز»^۲ (۲۰۱۷) همخوانی دارد. تکنوژنز یعنی انسان و فناوری به‌طور مشترک تکامل می‌یابند و فرایندهای شناختی و خلاقانه یکدیگر را شکل می‌دهند. در ادبیات، این پدیده به‌صورت ابزارهایی مانند جی‌پی‌تی-۳ دیده می‌شود که نقش هم‌آفریننده را بازی می‌کنند و به نویسندگان امکان می‌دهند روایت‌های غیرخطی یا فرم‌های تجربی را امتحان کنند (ماهر، ۲۰۲۲). باین‌حال، فرانسان‌گرایی پرسش‌های اخلاقی‌ای هم درباره انتساب اثر و ارزش فرهنگی مطرح می‌کند. اگر رمانی به‌طور مشترک توسط هوش مصنوعی نوشته شود، مالکیت معنوی آن با کیست؟ این گونه بحث‌ها نشان می‌دهد که چارچوب‌های سنتی با نگاه فرانسان‌گرایانه به خلاقیت به‌عنوان یک فعالیت شبکه‌ای و جمعی، در تضاد هستند.

۲-۲-۲ نظریه بوم‌شناسی رسانه^۳ و دگرگونی نظام‌های ارتباطی

نظریه بوم‌شناسی رسانه، ریشه در این گفته مکلوهان^۴ (۱۹۶۴) دارد که «رسانه، خود پیام است» و به بررسی کیفیت دگرگونی محیط‌های حسی و ساختارهای اجتماعی توسط فناوری‌ها

^۱ Technogenesis

^۲ Hayles

^۳ Media Ecology

می‌پردازد. استریت^۱ (۲۰۱۷) این چارچوب را گسترش می‌دهد تا متن‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی را به‌عنوان نیرویی برهم‌زننده در درون زیست‌بوم‌های ارتباطی تحلیل کند. برای نمونه، ابزارهای روزنامه‌نگاری خودکار مثل سکوی «ورداسمیت»^۲ خبرگزاری آسوشیتدپرس، تولید محتوا را همگانی می‌کنند. زیرا موانع ورود را پایین می‌آورند و به رسانه‌های کوچک‌تر امکان می‌دهند با سازمان‌های قدیمی و بزرگ رقابت کنند. اما این همگانی‌سازی خطر یکسان‌شدن را هم به همراه دارد، زیرا الگوهای الگوریتمی کارایی را بر ظرافت ترجیح می‌دهند و ممکن است تنوع صداها را کاهش دهند (گریف^۳، ۲۰۱۶). در ارتباطات راهبردی، ربات‌های گفت‌وگوکننده و کمپین‌های بازاریابی شخصی‌شده که از هوش مصنوعی استفاده می‌کنند، نمونه‌ای از این هستند که فناوری چگونه تعامل با مخاطب را بازتعریف می‌کند. در اینجا سرعت و قابلیت مقیاس‌پذیری بر تعامل انسانی اولویت پیدا می‌کند. استریت هشدار می‌دهد که چنین تغییراتی ممکن است «حساسیت بلاغی»^۴ را که برای اقناع اخلاقی ضروری است، فرسایش دهد. زیرا الگوریتم‌ها به جای گفت‌وگوی معنادار، کلیک‌گرفتن را بهینه می‌کنند.

این نظریه همچنین تأثیر سیستمی هوش مصنوعی را برجسته می‌سازد. همان‌طور که در گسترش متن‌های جعلی عمیق (دیپ‌فیک^۵) می‌بینیم که باعث بی‌اعتماد به زیست‌بوم‌های اطلاعاتی می‌شود (جانسون و همکاران^۶، ۲۰۲۳). بوم‌شناسی رسانه با چارچوب‌بندی هوش

⁴ McLuhan

¹ Strate

² Wordsmith

³ Graefe

⁴ rhetorical sensitivity

⁵ Deep fake

⁶ Johnson et al

مصنوعی به عنوان یک نیروی محیطی، بر این نیاز تأکید می‌کند که نه تنها محتوا، بلکه تحلیل فناوری‌ها چگونه پویایی قدرت را در تولید و مصرف رسانه بازتنظیم می‌کند.

۳-۲-۲ تلفیق: فرارسانان‌گرایی و بوم‌شناسی رسانه در گفت‌وگو

فرارسانان‌گرایی و بوم‌شناسی رسانه در کنار هم، بینش‌های مکملی درباره نقش دگرگون‌کننده هوش مصنوعی ارائه می‌دهند. فرارسانان‌گرایی این افسانه را که انسان موجودی بی‌همتا و برتر است، برمی‌چیند و خلاقیت را فرایندی مشارکتی می‌نگرد. ازسوی دیگر، بوم‌شناسی رسانه پیامدهای ساختاری هوش مصنوعی را بر نظام‌های ارتباطی ترسیم می‌کند. برای نمونه، استفاده از هوش مصنوعی در کارزارهای سیاسی مانند تبلیغات ریزهدف‌شده‌ای که توسط الگوریتم‌ها تولید می‌شوند، هر دو نظریه را به تصویر می‌کشد. فرارسانان‌گرایی نشان می‌دهد که عاملیت (نقش مؤثر)، چگونه میان راهبردان کارزار و ابزارهای هوش مصنوعی توزیع می‌شود. درحالی‌که بوم‌شناسی رسانه برجسته می‌سازد چنین ابزارهایی چگونه گفتمان مدنی را بازپیکربندی می‌کنند (وولی و هاوارد^۱، ۲۰۲۲). به همین ترتیب، در روزنامه‌نگاری، گزارش‌دهی خودکار نمادی از همکاری فرارسانان‌گرایانه است اما همچنین هشدار بوم‌شناسی رسانه درباره این موضوع را منعکس می‌کند که سوگیری الگوریتمی چگونه نابرابری‌های سیستمی را تشدید می‌کند (دیاکوپولوس^۲، ۲۰۲۳). این چارچوب‌ها در مجموع تأکید می‌کنند که پیامدهای هوش مصنوعی را نمی‌توان به کارکرد فنی صرف تقلیل داد بلکه این پیامدها با ارزش‌های فرهنگی،

¹ Woolley & Howard

² Diakopoulos

هنجارهای اخلاقی و روابط قدرت درهم تنیده‌اند. این پژوهش با تلفیق این دیدگاه‌ها، متن‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی را درون نظام‌های فنی-اجتماعی گسترده‌تری جای می‌دهد و بر لزوم برخوردی نقادانه هم با ظرفیت خلاقانه هوش مصنوعی و هم با توانایی آن در بازشکل‌دهی ارتباطات انسانی تأکید می‌کند.

۴-۲-۲ ادبیات: تکامل خلاقیت محاسباتی

رمان «روزی که یک کامپیوتر رمان می‌نویسد» در سال ۲۰۱۶ توسط تیمی در دانشگاه ناگویا نوشته شد و نقطه عطفی در خلاقیت محاسباتی به شمار می‌رود. این پروژه با استفاده از الگوریتم‌ها برای تولید یک روایت منسجم، تصورات ریشه‌دار درباره انحصار انسان در آفرینش هنری را به چالش کشید. هرچند منتقدان، طرح داستانی قالبی و فقدان عمق عاطفی این رمان را نقد کردند و تأکید داشتند که هوش مصنوعی در پیچیدگی‌های موضوعی با مشکل مواجه است اما همین اثر، بحثی سرنوشت‌ساز درباره خلاقیت ماشین‌ها برانگیخت. ماهر (۲۰۲۲) معتقد است چنین آزمایش‌هایی مفهوم نویسندگی را بازتعریف می‌کنند و هوش مصنوعی را نه به‌عنوان جایگزینی برای نویسندگان انسانی بلکه به‌عنوان همکاری می‌نگارند که امکانات خلاقانه را گسترش می‌دهد. برای نمونه، ابزارهایی مانند جی‌پی‌تی-۳ امروزه به نویسندگان کمک می‌کنند تا ساختارهای داستانی را طوفان فکری کنند یا قالب‌های روایی غیرمتعارف مثل داستان‌های تعاملی را امتحان نمایند. با این حال، هاتسون^۱ (۲۰۲۱) هشدار می‌دهد که ادبیات تولیدشده توسط هوش مصنوعی اغلب انسجام نحوی (دستوری) را بر غنای معنایی ترجیح

¹ Hutson

می‌دهد و در نتیجه آثاری خلق می‌شوند که فاقد طنین فرهنگی و عاطفی متن‌های نوشته‌شده توسط انسان هستند. این کشمکش نشان‌دهنده بحثی گسترده‌تر است: آیا هوش مصنوعی می‌تواند بینش ذهنی و تجربه زیسته‌ای را بازآفرینی کند که زیربنای ادبیات بزرگ است؟ رمان «جاده» (۲۰۱۸) نمونه دیگری است که توسط یک شبکه عصبی از نوع حافظه کوتاه‌مدت بلندمدت^۱ در طی یک سفر جاده‌ای تولید شد و هم توانایی هوش مصنوعی را در تولید آثار تجربی نشان می‌دهد و هم بر نقش غیرقابل‌جایگزینی شهود انسانی در داستان‌سرایی تأکید می‌کند. همانطور که بریدوتی (۲۰۱۹) اشاره می‌کند، نظریه فرارسان‌گرایی چارچوبی فراهم می‌کند تا این پویایی‌ها را با هم سازگار کند و هوش مصنوعی را به‌عنوان هم‌آفریننده‌ای در یک زیست‌بوم خلاقِ روان و در حال تکامل به تصویر بکشد.

۵-۲-۲ روزنامه‌نگاری: خودکارسازی، کارایی و دام‌های اخلاقی

استفاده از هوش مصنوعی در روزنامه‌نگاری انقلابی در تولید اخبار ایجاد کرده است. نمونه بارز آن ادغام سکوی «ورداسمیت»^۲ از شرکت «اتمیتد اینسایتس»^۳ توسط خبرگزاری آسوشیتدپرس در سال ۲۰۱۴ است. هوش مصنوعی با خودکارسازی کارهای تکراری مانند گزارش‌های سودآوری شرکتها، خلاصه‌های نتایج مسابقات ورزشی و پیش‌بینی‌های وضع هوا، به روزنامه‌نگاران امکان می‌دهد تا بر کارهای تحقیقی و داستان‌سرایی عمیق‌تر تمرکز کنند. گریف (۲۰۱۶) تخمین می‌زند که خودکارسازی، زمان تولید را تا ۹۰ درصد کاهش می‌دهد و به

^۱ LSTM

^۲ Wordsmith platform

^۳ Automated Insights'

خبرگزاری‌ها امکان می‌دهد هم پوشش خبری خود را گسترش دهند و هم هزینه‌ها را پایین بیاورند. با این حال، این کارایی با خطراتی نیز همراه است. سوگیری الگوریتمی که در داده‌های آموزشی نهفته است، می‌تواند روایت‌ها را کج و منحرف کند. برای نمونه، مواردی دیده شده که مجموعه داده‌های طرفدار منافع شرکتها، پوشش خبری بیش از حد خوش‌بینانه‌ای از وضعیت مالی تولید کرده‌اند و این موضوع بی‌طرفی روزنامه‌نگاری را تضعیف نموده است (دیاکوپولوس^۱، ۲۰۲۳). به عنوان مثال، تحقیقی در سال ۲۰۲۱ توسط روزنامه «گاردین» نشان داد که ابزارهای هوش مصنوعی مورد استفاده توسط برخی رسانه‌ها، به طور نامتناسبی شاخص‌های اقتصادی مثبت را برجسته می‌کنند و نابرابری‌های سیستمی را نادیده می‌گیرند. این سوگیری‌ها نه تنها درک عمومی را مخدوش می‌کنند بلکه اعتماد به نهادهای رسانه‌ای را نیز فرسایش می‌دهند. علاوه بر این، اتکای بیش از حد به خودکارسازی، خطر یکسان‌شدن محتوا را به همراه دارد، زیرا الگوهای استاندارد شده سرعت را بر ظرافت و جزئیات ترجیح می‌دهند.

با وجود این چالش‌ها، توانایی‌های تحلیلی هوش مصنوعی پتانسیل دگرگون‌کننده‌ای نیز دارند. برای نمونه، پوشش انتخاباتی رویترز که با کمک هوش مصنوعی انجام می‌شود، داده‌های بی‌درنگ را به بینش‌های قابل فهم تبدیل می‌کند و دسترسی به رویدادهای پیچیده سیاسی را آسان‌تر می‌سازد. همانطور که گریف (۲۰۱۶) استدلال می‌کند، کلید موفقیت در ایجاد تعادل میان خودکارسازی و نظارت انسانی است تا پاسخگویی و قضاوت تحریری حفظ شود.

^۱ Diakopoulos

۶-۲-۲ ارتباطات راهبردی: شخصی سازی، اخلاق و دموکراسی

در ارتباطات راهبردی، ابزارهای مبتنی بر هوش مصنوعی مانند ربات‌های گفت‌وگوکننده (چت‌بات) و تحلیل‌های پیش‌بینانه، شیوه تعامل با مخاطب را دگرگون کرده‌اند. «هنرمند مجازی» فروشگاه سفورا^۱ که با یادگیری ماشین کار می‌کند، نمونه بارز این تغییر است. این ابزار با ارائه پیشنهادهای بسیار شخصی‌شده در زمینه محصولات آرایشی، رضایت مشتری و فروش را افزایش داده است (هولمز و همکاران^۲، ۲۰۲۳). به‌طور مشابه، کارزارهای سیاسی به‌طور فزاینده‌ای از هوش مصنوعی برای هدف‌گیری بسیار دقیق رأی‌دهندگان از طریق پیام‌های سفارشی استفاده می‌کنند. برای نمونه، در انتخابات ۲۰۲۰ آمریکا، الگوریتم‌ها رفتار در شبکه‌های اجتماعی را تحلیل می‌کردند تا تبلیغات اقناع‌کننده تولید کنند. با این حال، این پیشرفت‌ها نگرانی‌های اخلاقی را نیز برمی‌انگیزند. مسئله حریم خصوصی داده‌ها بسیار جدی است، زیرا سیستم‌های هوش مصنوعی اغلب به مجموعه داده‌های عظیم مصرف‌کنندگان وابسته‌اند و این موضوع خطر سوءاستفاده را افزایش می‌دهد (جانسون و همکاران^۳، ۲۰۲۳). نگران‌کننده‌تر از همه، اطلاعات نادرست تولیدشده توسط هوش مصنوعی مانند اخبار جعلی است که فرایندهای دموکراتیک را تهدید می‌کند. وولی و هاوارد (۲۰۲۲) مستند کرده‌اند که چگونه ربات‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در جریان انتخابات ۲۰۲۲ فرانسه، روایت‌های گمراه‌کننده را منتشر کردند و قطبی‌شدن جامعه را تشدید نمودند. حتی در حوزه کسب‌وکار، وقتی بیش از

¹ Sephora's Virtual Artist

² Holmes et al

³ Johnson et al.

حد به هوش مصنوعی برای ارتباط با مخاطب تکیه می‌شود، کاربر احساس می‌کند با یک ماشین روبه‌روست و ارتباط انسانی از بین می‌رود.

نظرسنجی ادلمن در سال ۲۰۲۲ نشان داد که ۶۳ درصد مصرف‌کنندگان به برندهایی اعتماد ندارند که از تعاملات هوش مصنوعی غیرشخصی استفاده می‌کنند. برای کاهش این خطرات، هولمز و همکاران (۲۰۲۳) چارچوب‌های «هوش مصنوعی اخلاقی» را توصیه می‌کنند که شفافیت و نظارت انسانی را در اولویت قرار می‌دهند. برای نمونه، کمپین‌های مبتنی بر هوش مصنوعی در شرکت یونیلیور شامل بررسی‌های اجباری توسط انسان است تا حساسیت فرهنگی رعایت شود. حال که هوش مصنوعی در ارتباطات راهبردی همه‌گیر شده است، بنابراین، چالش محوری نه صرفاً استفاده از هوش مصنوعی بلکه ایجاد تعادل میان کارایی ارتباطی و الزامات اخلاقی حفظ اعتماد عمومی و سلامت فرایندهای دموکراتیک است.

۳- روش‌شناسی

۳-۱ طراحی پژوهش

این پژوهش از یک طراحی کیفی برای تحلیل نظام‌مند داده‌های ثانویه استفاده می‌کند و بر تلفیق و ترکیب بینش‌های حاصل از ادبیات موجود تمرکز دارد. انتخاب رویکرد کیفی با ماهیت اکتشافی این تحقیق همسو است، چراکه پژوهش در پی درک پیامدهای چندوجهی متن‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی در حوزه‌های ادبیات، روزنامه‌نگاری و ارتباطات راهبردی

می‌باشد. تحلیل تماتیک^۱ (یا تحلیل مبتنی بر مضامین) به عنوان چارچوب اصلی تحلیل به کار رفته است. این روش امکان شناسایی، سازماندهی و تفسیر الگوهای موجود در داده‌ها را فراهم می‌کند (براون و کلارک^۲، ۲۰۰۶). این رویکرد به‌ویژه برای کشف دیدگاه‌های ظریف و زمینه‌مند کردن نقش هوش مصنوعی در باز شکل‌دهی به شیوه‌های ارتباطی انسان مناسب است. این طراحی پژوهش با اولویت‌دادن به عمق به جای گستردگی، امکان بررسی نقادانه ابعاد اخلاقی، عملی و خلاقانه‌ای را فراهم می‌سازد که در مطالعات پیشین برجسته شده‌اند.

۲-۳ جمع‌آوری داده‌ها

داده‌ها از مقاله‌های مجلات داوری‌شده، کتاب‌های دانشگاهی، مجموعه مقالات کنفرانس‌ها و گزارش‌های صنعتی که بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۲۳ منتشر شده‌اند، استخراج گردید تا ارتباط با پیشرفت‌های معاصر هوش مصنوعی تضمین شود. پایگاه‌های داده اصلی شامل JSTOR، Scopus و Google Scholar بودند و عبارت‌های جستجو عبارت بودند از: «متن تولیدشده توسط هوش مصنوعی»، «پردازش زبان طبیعی در ادبیات»، «روزنامه‌نگاری خودکار» و «هوش مصنوعی در ارتباطات راهبردی». معیارهای ورود آثاری را در اولویت قرار دادند که به پیشرفت‌های فنی (مانند مدل‌های ترانسفورمر)، بحث‌های اخلاقی و مطالعات موردی کاربردهای هوش مصنوعی در سه حوزه یادشده می‌پرداختند. برای کاهش سوگیری در انتخاب منابع، داده‌ها از میان رشته‌های گوناگون از جمله علوم کامپیوتر، مطالعات رسانه و نظریه ارتباطات

¹ Thematic Analysis

² Braun & Clarke

مثلث‌بندی^۱ شدند. گزارش‌های صنعتی از سازمان‌هایی مانند مؤسسه رویترز و *اوپن‌آی‌آی* نیز منابع دانشگاهی را تکمیل کردند و بینش‌های عملی درباره پذیرش واقعی هوش مصنوعی در دنیای واقعی ارائه نمودند.

۳-۳ تجزیه و تحلیل داده‌ها

تحلیل با استفاده از نرم‌افزار NVivo انجام شد تا داده‌ها کدگذاری و در قالب مضامین از پیش تعیین شده دسته‌بندی گردند. این مضامین عبارت بودند از: نویسندگی، کارایی، سوگیری، خلاقیت و چالش‌های اخلاقی. کدهای اولیه به روش استقرایی از ادبیات موجود استخراج شدند و سپس برای هماهنگی با اهداف پژوهش، بازبینی و اصلاح گردیدند. برای نمونه، بحث‌های مربوط به رمان‌های نوشته‌شده توسط هوش مصنوعی در زیر عنوان «بازتعریف خلاقیت» کدگذاری شد. درحالی‌که مطالعات مربوط به الگوریتم‌های روزنامه‌نگاری در گروه «کارایی در برابر پاسخگویی» قرار گرفت. الگوهای تکراری مانند نگرانی‌ها درباره سوگیری الگوریتمی (دیاکوپولوس، ۲۰۲۳) و فرصت‌های همکاری ترکیبی انسان و هوش مصنوعی (هولمز و همکاران، ۲۰۲۳) در سراسر حوزه‌ها شناسایی شدند. یافته‌ها با ارجاع متقابل به چندین منبع تأیید شدند تا پایایی پژوهش تضمین گردد (مایلز و همکاران، ۲۰۲۰). محدودیت‌ها، از جمله احتمال سوگیری انتشار در داده‌های ثانویه، نیز شناسایی و در بخش بحث، زمینه‌مند (در بافت خود) بیان شدند.

^۱ Triangulation

۴- یافته‌ها

تجزیه و تحلیل داده‌های ثانویه با استفاده از نرم‌افزار NVivo الگوهای مشخصی را در سه حوزه ادبیات، روزنامه‌نگاری و ارتباطات راهبردی آشکار ساخت. مضامین استخراج‌شده در سه دسته همسو با پرسش‌های پژوهش کدگذاری شدند: (۱) برهم زدن شیوه‌های سنتی، (۲) چالش‌های اخلاقی و عملی و (۳) فرصت‌های نوآوری. در ادامه، تلفیقی از یافته‌ها به همراه جدول‌های توضیحی ارائه می‌شود.

۴-۱ برهم زدن شیوه‌های سنتی

متن‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی، جریان‌های کاری، نقش‌ها و خروجی‌ها را در هر سه حوزه مورد بررسی بازتعریف می‌کنند. جدول ۱ خلاصه‌ای از مهم‌ترین برهم‌زنندگی‌هایی را نشان می‌دهد که از طریق کدگذاری تماتیک شناسایی شده‌اند.

جدول ۱: برهم‌زندگی‌های ناشی از هوش مصنوعی در حوزه‌های مختلف

منابع	مصادق	برهم‌زندگی	حوزه
ماهر، ۲۰۲۲؛ بریدوتی، ۲۰۱۹	رمان‌هایی مانند «روزی که یک کامپیوتر رمان می‌نویسد» (۲۰۱۶)	نویسندگی مشارکتی؛ هوش مصنوعی به‌عنوان هم‌آفریننده	ادبیات
گریف، ۲۰۱۶؛ دیاکوپولوس، ۲۰۲۳	استفاده آسوشیتدپرس از «تمیتد اینسایتس» برای گزارش‌های مالی	اتوماسیون گزارش‌های معمول (مانند گزارش‌های سود مالی، نتایج ورزشی)	روزنامه‌نگاری
هولمز و همکاران، ۲۰۲۳	«هنرمند مجازی» سفورا که با هوش مصنوعی برای پیشنهاد محصولات متناسب با هر شخص	بازاریابی شخصی‌شده و تعامل ۲۴ ساعته با مشتری از طریق ربات‌های گفت‌وگوکننده (چت‌بات)	ارتباطات راهبردی

متن‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی، شیوه‌های سنتی را در حوزه‌های گوناگون برهم می‌زنند و در عین حال هم فرصت‌ها و هم چالش‌هایی را ایجاد می‌کنند. در ادبیات، هوش مصنوعی با امکان‌پذیرکردن خلاقیت ترکیبی انسان و ماشین، تصور نویسندگی منحصرأ انسانی را به چالش می‌کشد. ابزارهایی مانند جی‌پی‌تی-۳ به نویسندگان کمک می‌کنند تا ایده‌های داستانی تولید کنند، اما همچنان نظارت انسان برای دمیدن عمق عاطفی به روایت‌ها ضروری است (ماهر، ۲۰۲۲). به‌طور مشابه، در روزنامه‌نگاری، اتوماسیون هزینه تولید را کاهش می‌دهد و گزارش‌های معمول مانند به‌روزرسانی‌های مالی یا ورزشی را سرعت می‌بخشد و در نتیجه به روزنامه‌نگاران امکان می‌دهد تا بر کارهای تحقیقی اولویت بگذارند. بااین‌حال، گریف (۲۰۱۶) هشدار می‌دهد که اتکای بیش از حد به هوش مصنوعی، خطر یکسان‌شدن محتوای خبری را به همراه دارد و ممکن است تنوع روایت‌های روزنامه‌نگاری را تضعیف کند. در ارتباطات راهبردی، ربات‌های گفت‌وگوکننده و ابزارهای تحلیلی مبتنی بر هوش مصنوعی، هدف‌گیری مخاطب و

تعامل با او را بهینه می‌کنند. نمونه آن کمپین‌های بازاریابی شخصی‌شده است. با این حال، هولمز و همکاران (۲۰۲۳) هشدار می‌دهند که اتوماسیون بیش از حد، اگر به‌عنوان رویکردی غیرشخصی یا فریبکارانه تلقی شود، ممکن است اعتماد به پیام‌های برند را فرسایش دهد. به طور کلی، این یافته‌ها نقش دوگانه هوش مصنوعی را برجسته می‌سازند. هم به‌عنوان ابزاری برای نوآوری و هم به‌عنوان عاملی برای ایجاد دوراهه‌های اخلاقی و عملی.

۲-۴ چالش‌های اخلاقی و عملی

همان‌طور که جدول ۲ نشان می‌دهد، ادغام متن‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی نگرانی‌های اخلاقی قابل توجهی ایجاد کرده است.

جدول ۲: چالش‌های اخلاقی و عملی

حوزه	چالش	مصادیق	منابع
ادبیات	ابهام در نویسندگی و مالکیت فکری	رمان‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی فاقد چارچوب‌های روشن حق تکثیر (کپی‌رایت) هستند	بریدوتی، ۲۰۱۹؛ ماهر، ۲۰۲۲
روزنامه‌نگاری	سوگیری الگوریتمی و خطر اطلاعات نادرست	داده‌های آموزشی سوگیرانه که پوشش خبری سیاسی را کج و منحرف می‌کند	دیاکوپولوس، ۲۰۲۳؛ جانسون و همکاران، ۲۰۲۳

ارتباطات	دستکاری از طریق	ایمیل‌های فیشینگ (کلاهبرداری)	جانسون و
راهبرد	متن‌های جعلی عمیق (دیپ‌فیک) و نقض حریم خصوصی	تولیدشده توسط هوش مصنوعی که صدای شرکت‌ها را تقلید می‌کنند	همکاران، ۲۰۲۳

در ارتباطات راهبردی، ربات‌های گفت‌وگوکننده و ابزارهای تحلیلی مبتنی بر هوش مصنوعی، هدف‌گیری مخاطب و تعامل با او را بهینه می‌کنند. نمونه آن کمپین‌های بازاریابی شخصی‌شده است. با این حال، هولمز و همکاران (۲۰۲۳) هشدار می‌دهند که خودکارسازی بیش از حد، اگر به‌عنوان رویکردی غیرشخصی یا فریبکارانه تلقی شود، ممکن است اعتماد به پیام‌های برند را فرسایش دهد. به طور کلی، این یافته‌ها نقش دوگانه هوش مصنوعی را برجسته می‌سازند. هم به‌عنوان شتاب‌دهنده نوآوری و هم به‌عنوان منبعی برای تنش‌های اخلاقی و عملی.

۳-۴ فرصت‌های نوآوری

علی‌رغم چالش‌ها، هوش مصنوعی پتانسیل دگرگون‌کننده‌ای ارائه می‌دهد، همانطور که در جدول ۳ خلاصه شده است.

جدول ۳: فرصت‌های نوآوری

حوزه	فرصت	مصادیق	منابع
ادبیات	آزمایش با قالب‌های روایی جدید (مانند داستان‌های تعاملی)	ابزارهای هوش مصنوعی مانند CharityEngine که امکان ایجاد شاخه‌بندی پویای داستان را فراهم می‌کند	ماهر، ۲۰۲۲
روزنامه‌نگاری	گزارش‌دهی بی‌درنگ و داستان‌سرایی مبتنی بر داده	سیستم هوش مصنوعی رویترز که نتایج انتخابات را برای تولید بینش‌های بی‌درنگ تحلیل می‌کند	گریف، ۲۰۱۶
ارتباطات راهبردی	کمپین‌های فوق‌شخصی‌شده و تحلیل‌های پیش‌بینانه	استراتژی‌های رسانه‌های اجتماعی شرکت کوکاکولا که با هوش مصنوعی برای هدف‌گیری مخاطبان خاص طراحی شده‌اند	هولمز و همکاران، ۲۰۲۳

متن‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی، نوآوری را در حوزه‌های گوناگون از طریق آزمایش با فرم‌های روایی، افزایش کارایی و فوق‌شخصی‌سازی به حرکت درمی‌آورند. ماهر (۲۰۲۲) مشاهده می‌کند که هوش مصنوعی قالب‌های داستان‌سرایی غیرخطی را امکان‌پذیر می‌سازد، برای نمونه داستان‌های تعاملی و شاخه‌بندی پویای داستان. این قالب‌ها برای مخاطبان فن‌آوری‌دوستی جذابیت دارد که به دنبال تجربه‌های غوطه‌ورکننده هستند. در روزنامه‌نگاری، گریف (۲۰۱۶) بر توانایی هوش مصنوعی در تلفیق سریع داده‌ها تأکید می‌کند. نمونه آن استفاده رویترز از سیستم‌های خودکار برای تحلیل و انتشار بی‌درنگ نتایج انتخابات است که سرعت و مقیاس‌پذیری ارائه خبر را افزایش می‌دهد. در ارتباطات راهبردی، هولمز و همکاران (۲۰۲۳) نقش هوش مصنوعی را در تحلیل مجموعه داده‌های عظیم مصرف‌کنندگان برای طراحی کمپین‌های بازاریابی فوق‌شخصی‌شده برجسته می‌کنند. برای نمونه، استراتژی‌های

رسانه‌های اجتماعی شرکت کوکاکولا که با هوش مصنوعی هدایت می‌شوند، تعامل با مخاطب را به‌طور چشمگیری افزایش می‌دهند.

این پیشرفت‌ها نشان می‌دهند که هوش مصنوعی پتانسیل دگرگون کردن شیوه‌های خلاقانه و ارتباطی را دارد. اگرچه ضروری است که نوآوری با ملاحظات اخلاقی به دقت متعادل شود.

۴-۴ الگوهای فرابخشی

ویژگی جدول‌بندی متقاطع نرم‌افزار NVivo مضامین تکراری زیر را آشکار ساخت:

تحلیل فرابخشی نشان می‌دهد که سه الگوی تکراری، نحوه ادغام متن‌های تولیدشده توسط هوش مصنوعی را شکل می‌دهند:

اول، کشمکش میان کارایی و اصالت، نقش دوگانه هوش مصنوعی را برجسته می‌سازد: هم به‌عنوان افزایش‌دهنده بهره‌وری و هم به‌عنوان تهدیدی بالقوه برای ظرافت‌های انسانی. اگرچه خودکارسازی کارهایی مانند روزنامه‌نگاری مبتنی بر داده (گریف، ۲۰۱۶) و بازاریابی شخصی‌شده (هولمز و همکاران، ۲۰۲۳) را سرعت می‌بخشد، اما نگرانی‌هایی درباره کاهش عمق عاطفی و اصالت در خروجی‌های خلاقانه همچنان پابرجاست.

دوم، کاربردهای موفق هوش مصنوعی همکاری را بر جایگزینی اولویت می‌دهند و مدل‌های ترکیبی انسان-هوش مصنوعی بر نوآوری تسلط دارند. برای نمونه، هوش مصنوعی به نویسندگان در تولید ایده‌های داستانی کمک می‌کند (ماهر، ۲۰۲۲)، درحالی‌که روزنامه‌نگاران از خودکارسازی برای تمرکز بر کارهای تحقیقی بهره می‌برند (گریف، ۲۰۱۶).

سوم، شکاف‌های نظارتی در همه حوزه‌ها نشان می‌دهد که چارچوب‌های لازم برای مقابله با چالش‌های اخلاقی وجود ندارد. این چالش‌ها از ابهامات حق تکثیر در هنر تولیدشده توسط هوش مصنوعی (بریدوتی، ۲۰۱۹) تا سوگیری الگوریتمی (دیاکوپولوس، ۲۰۲۳) و اطلاعات نادرست (جانسون و همکاران، ۲۰۲۳) دامنه دارد. این الگوها بر نیاز به رویکردهای متعادلی تأکید می‌کنند که هم از قابلیت‌های هوش مصنوعی بهره ببرند و هم عاملیت انسانی و پاسخگویی را حفظ کنند.

یافته‌ها نقش دوگانه هوش مصنوعی را به‌عنوان برهم‌زننده و نیز نوآور برجسته می‌سازند. نقشی که شیوه‌های خلاقانه و ارتباطی را از بنیان دگرگون می‌کند و در عین حال دوره‌های پیچیده اخلاقی و عملی را پیش می‌کشد. هوش مصنوعی به‌عنوان برهم‌زننده: در ادبیات، هوش مصنوعی الگوهای سنتی نویسندگی را به چالش می‌کشد. ابزارهایی مانند جی‌پی‌تی-۳ داستان‌سرایی مشارکتی انسان و ماشین را امکان‌پذیر می‌کنند. اما در عین حال بحث‌هایی را درباره حقوق مالکیت فکری برمی‌انگیزند (بریدوتی، ۲۰۱۹؛ ماهر، ۲۰۲۲). در روزنامه‌نگاری، سیستم‌های خودکار گزارش‌دهی معمول مانند خلاصه‌های مالی یا به‌روزرسانی‌های ورزشی را روان‌تر می‌کنند و به روزنامه‌نگاران امکان می‌دهند بر تحقیقات عمیق متمرکز شوند (گریف، ۲۰۱۶). باین‌حال، این کارایی خطر یکسان‌شدن محتوا را به همراه دارد. زیرا سوگیری‌های الگوریتمی در داده‌های آموزشی می‌توانند روایت‌ها را کج و منحرف کنند و کلیشه‌های اجتماعی را تداوم بخشند و در نتیجه اعتماد عمومی را تضعیف نمایند (دیاکوپولوس، ۲۰۲۳). به‌طور مشابه، در ارتباطات راهبردی، ربات‌های گفت‌وگوکننده و کمپین‌های بازاریابی شخصی‌شده هدایت‌شونده توسط هوش مصنوعی تعامل با مخاطب را بهینه می‌کنند. باین‌حال اتکای بیش از

حد به خودکارسازی، خطر بیگانه کردن مصرف کنندگان را از طریق تعاملات غیرشخصی به همراه دارد (هولمز و همکاران، ۲۰۲۳). هم‌زمان، هوش مصنوعی به عنوان نوآوری قدرتمند ظاهر می‌شود. این فناوری امکانات خلاقانه تازه‌ای را می‌گشاید مانند داستان‌سرایی غیرخطی و داستان‌های تعاملی که به ترجیحات در حال تغییر مخاطبان برای تجربه‌های غوطه‌ورکننده پاسخ می‌دهند (ماهر، ۲۰۲۲). در روزنامه‌نگاری، توانایی هوش مصنوعی در تلفیق بی‌درنگ داده‌ها، همانطور که در پوشش انتخاباتی رویت‌ز دیده شد، سرعت و مقیاس‌پذیری انتشار خبر را افزایش می‌دهد (گریف، ۲۰۱۶). ارتباطات راهبردی نیز از کمپین‌های فوق‌شخصی شده بهره می‌برد. نمونه آن استراتژی‌های رسانه‌های اجتماعی کوکاکولا با هدایت هوش مصنوعی است که از تحلیل رفتار مصرف کننده برای افزایش تعامل استفاده می‌کند (هولمز و همکاران، ۲۰۲۳). این پیشرفت‌ها نشان می‌دهد که هوش مصنوعی پتانسیل افزایش خلاقیت انسانی و کارایی عملیاتی را دارد.

با این حال، پتانسیل دگرگون‌کننده هوش مصنوعی با چالش‌های فوری محدود می‌شود. ابهام در نویسندگی، چارچوب‌های حق تکثیر را پیچیده می‌کند، همانطور که در اختلافات بر سر هنر تولیدشده توسط هوش مصنوعی دیده می‌شود (بریدوتی، ۲۰۱۹). ازسوی دیگر، سوگیری الگوریتمی و اطلاعات نادرست گفتمان دموکراتیک و سواد دیجیتال را تهدید می‌کنند (جانسون و همکاران، ۲۰۲۳). شکاف‌های نظارتی در همه حوزه‌ها این مسائل را تشدید می‌کند و بر نیاز به همکاری میان‌رشته‌ای برای تدوین دستورالعمل‌های اخلاقی و سازوکارهای پاسخگویی تأکید می‌نماید. برای بهره‌مندی از مزایای هوش مصنوعی در عین کاهش خطرات، ذی‌نفعان باید همکاری انسان و هوش مصنوعی را بر خودکارسازی کامل اولویت دهند. مدل‌های ترکیبی که

در آن هوش مصنوعی وظایف تکراری را انجام می‌دهد و انسان بر خلاقیت و قضاوت اخلاقی نظارت می‌کند، مسیر عملی پیشرویی ارائه می‌دهند. سیاست‌گذاران، متخصصان فناوری و رهبران صنعت باید برای تدوین چارچوب‌هایی همکاری کنند که به مسائل حق تکثیر، کاهش سوگیری و شفافیت در سیستم‌های هوش مصنوعی می‌پردازند. پژوهش‌های آینده باید تأثیرات بلندمدت هوش مصنوعی را بر تولید فرهنگی و بازارهای کار، همراه با رویکردهای طراحی مشارکتی، بررسی کنند تا اطمینان حاصل شود که ابزارهای هوش مصنوعی با ارزش‌های اجتماعی همسو هستند. در پایان، ادغام هوش مصنوعی در ادبیات، روزنامه‌نگاری و ارتباطات راهبردی نیازمند رویکردی متعادل است که از نوآوری حمایت کند بدون اینکه اصالت، انصاف یا پاسخگویی فدا شود. تنها از طریق حاکمیت فعال و گفت‌وگوی میان‌رشته‌ای است که جوامع می‌توانند از پیچیدگی‌های اخلاقی این انقلاب فناورانه عبور کنند.

۵- بحث و نتیجه گیری

یافته‌های این پژوهش نقش دگرگون‌کننده و در عین حال بحث‌برانگیز هوش مصنوعی را در باز شکل‌دهی به تولید زبان در سه حوزه ادبیات، روزنامه‌نگاری و ارتباطات راهبردی آشکار می‌سازد. این بحث با تلفیق برهم‌زنندگی‌های خاص هر حوزه، زمینه‌ای برای بررسی چالش‌های اخلاقی و فرصت‌های نوآوری و تأثیر هوش مصنوعی درون مباحث نظری و عملی گسترده‌تر، فراهم می‌کند و در عین حال مسیرهایی را برای ادغام پایدار این فناوری به نمایش می‌گذارد.

هویت دوگانه هوش مصنوعی به‌عنوان برهم‌زننده و همچنین نوآور، نشان‌دهنده توانایی آن در ایجاد اختلال و هم‌زمان تقویت ارتباطات انسانی است. در ادبیات، هوش مصنوعی الگوهای سنتی نویسندگی را با امکان‌پذیرکردن خلاقیت مشارکتی انسان و ماشین به چالش می‌کشد. ابزارهایی مانند جی‌پی‌تی-۳ به‌عنوان نویسنده مشترک عمل می‌کند و ایده‌های داستانی یا روایت‌های تجربی تولید می‌کند (ماهر، ۲۰۲۲). بااین‌حال، این موضوع آرمان رمانتیک «نویسنده نابغه تنها» را برهم می‌زند و پرسش‌هایی را درباره اصالت و راستی عاطفی مطرح می‌کند. چارچوب فرانسان‌گرایانه بریدوتی (۲۰۱۹) به آشتی دادن این کشمکش کمک می‌کند و هوش مصنوعی را به‌عنوان شریکی در خلاقیت (نه جایگزینی برای آن) چارچوب‌بندی می‌کند و بدین ترتیب تولید فرهنگی در عصر دیجیتال را بازتعریف می‌نماید. در روزنامه‌نگاری، خودکارسازی وظایف معمول توسط هوش مصنوعی مانند گزارش‌های سود مالی یا به‌روزرسانی‌های ورزشی به روزنامه‌نگاران امکان می‌دهد تا به کارهای تحقیقی بپردازند (گریف، ۲۰۱۶). بااین‌حال، همانطور که دیاکوپولوس (۲۰۲۳) اشاره می‌کند، اتکای بیش از حد به سیستم‌های الگوریتمی خطر یکسان‌شدن محتوا و تشدید سوگیری‌های نهفته در داده‌های آموزشی را به همراه دارد. برای نمونه، پوشش خودکار رویدادهای سیاسی ممکن است ناخواسته روایت‌ها را کج و منحرف کند اگر مجموعه داده‌ها به منابع جانب‌دارانه تمایل داشته باشند. این موضوع پارادوکس کارایی را برجسته می‌سازد. درحالی‌که هوش مصنوعی تولید را سرعت می‌بخشد، ممکن است تنوع و تحقیق انتقادی را به خطر بیندازد.

در ارتباطات راهبردی، ربات‌های گفت‌وگوکننده و کمپین‌های بازاریابی شخصی‌شده که توسط هوش مصنوعی هدایت می‌شوند، تعامل با مخاطب را بهینه می‌کنند (هولمز و همکاران،

۲۰۲۳). با این حال، خودکارسازی بیش از حد خطر فرسایش اعتماد را به همراه دارد، زیرا تعاملات غیرشخصی با انتظار مصرف‌کنندگان از اصالت در تضاد است. کشمکش میان مقیاس‌پذیری و عمق رابطه‌ای، بازتاب‌دهنده بحث‌های گسترده‌تری درباره نقش فناوری در انسان‌سازی یا غیرانسانی‌سازی ارتباطات است (استریت، ۲۰۱۷).

چالش‌های اخلاقی که در این پژوهش شناسایی شدند عبارت‌اند از ابهام در نویسندگی، سوگیری الگوریتمی و اطلاعات نادرست که آسیب‌پذیری‌های سیستمی را برجسته می‌سازند. چارچوب‌های حق تکثیر که برای پدیدآورندگان انسانی طراحی شده‌اند، در سازگاری با آثار تولیدشده توسط هوش مصنوعی با مشکل مواجهند. بریدوتی (۲۰۱۹) استدلال می‌کند که این وضعیت نیازمند بازاندیشی در قوانین مالکیت فکری برای در نظر گرفتن نویسندگی ترکیبی است. به طور مشابه، داده‌های آموزشی سوگیرانه در ابزارهای روزنامه‌نگاری، کلیشه‌های اجتماعی را تداوم می‌بخشند و اعتبار رسانه را تهدید می‌کنند (دیاکوپولوس، ۲۰۲۳). جانسون و همکاران (۲۰۲۳) همچنین هشدار می‌دهند که اطلاعات نادرست تولیدشده توسط هوش مصنوعی، مانند متن‌های جعلی عمیق (دیپ‌فیک)، با فرسایش اعتماد عمومی به زیست‌بوم‌های اطلاعاتی، گفتمان دموکراتیک را تضعیف می‌کند. این مسائل بر فوریت ایجاد موانع اخلاقی، مانند توسعه شفاف هوش مصنوعی و گردآوری فراگیر مجموعه داده‌ها، تأکید دارند.

چالش‌های عملی نیز پدیدار می‌شوند. برای نمونه، اگرچه هوش مصنوعی کارایی را افزایش می‌دهد، اما خطر حذف نقش‌هایی را به همراه دارد که به طور سنتی در اختیار انسان بوده است مانند نویسندگان متون تبلیغاتی یا روزنامه‌نگاران داده. گریف (۲۰۱۶) پیشنهاد می‌کند که ابتکارات بازآموزی می‌تواند از شدت کاهش مشاغل بکاهد اما این امر به اقدامات سیاستی

پیشگیرانه نیاز دارد. پتانسیل نوآورانه هوش مصنوعی نه فقط در خودکارسازی، بلکه در امکان پذیر کردن اشکال جدید خلاقیت و تعامل نهفته است. در ادبیات، ماهر (۲۰۲۲) نقش هوش مصنوعی را در پیشگامی داستان سرایی غیرخطی برجسته می کند، مانند سکوه های داستان های تعاملی که در آن خوانندگان بر مسیر داستان تأثیر می گذارند. این موضوع با نظریه بوم شناسی رسانه (استریت، ۲۰۱۷) همسو است که معتقد است فناوری ها نحوه مصرف روایت را دگرگون می کنند. در روزنامه نگاری، تلفیق بی درنگ داده ها توسط هوش مصنوعی، نمونه آن پوشش انتخاباتی رویترز، نشان می دهد فناوری چگونه می تواند دسترسی به اطلاعات به موقع را همگانی کند (گریف، ۲۰۱۶). ارتباطات راهبردی نیز از کمپین های فوق شخصی شده بهره می برد، مانند استراتژی های رسانه های اجتماعی کوکاکولا با هدایت هوش مصنوعی که رفتار مصرف کننده را برای طراحی پیام های همسو با فرهنگ تحلیل می کند (هولمز و همکاران، ۲۰۲۳).

سه الگوی فرابخشی از این تحلیل پدیدار می شوند. کشمکش میان کارایی و اصالت، تسلط همکاری ترکیبی انسان-هوش مصنوعی و نیاز فوری به چارچوب های نظارتی. اگرچه هوش مصنوعی بهره وری را با روان سازی کارهایی مانند روزنامه نگاری خودکار یا بازاریابی شخصی شده افزایش می دهد اما نظارت انسانی برای حفظ ظرافت عاطفی و اخلاقی حیاتی باقی می ماند. همانطور که نیاز به بازبینی تحریری اخبار تولید شده توسط هوش مصنوعی برای جلوگیری از سوگیری ضرورت این امر را مشخص می کند (دیاکوپولوس، ۲۰۲۳). علاوه بر این، کاربردهای موفق هوش مصنوعی همکاری را بر جایگزینی اولویت می دهند. نمونه هایی مانند روزنامه نگاری تحقیقی با کمک هوش مصنوعی و سکوه های نویسندگی هم آفرینانه، با فراخوان های «هوش

افزوده» همسو هستند که توانایی‌های انسان را تقویت می‌کند نه اینکه جایگزین آن شود (ماهر، ۲۰۲۲؛ وولی و هاوارد، ۲۰۲۲). در نهایت، شکاف‌های نظارتی در حوزه‌های گوناگون، نیازمند همکاری میان‌رشته‌ای برای رسیدگی به ابهامات اخلاقی است، از اختلافات حق تکثیر در هنر تولیدشده توسط هوش مصنوعی گرفته تا گسترش متن‌های جعلی عمیق. سیاست‌ها باید نوآوری را با پاسخگویی متعادل کنند، مانند الزام به شفافیت در سیستم‌های هوش مصنوعی برای مقابله با اطلاعات نادرست (جانسون و همکاران، ۲۰۲۳). این الگوها در کنار هم، ضرورت ادغام قضاوت انسانی، تقویت مشارکت‌های همزیستانه انسان و هوش مصنوعی و ایجاد ساختارهای حکمرانی سازگار برای عبور مسئولانه از پتانسیل دگرگون‌کننده هوش مصنوعی را برجسته می‌سازند.

اتکای این پژوهش به داده‌های ثانویه، بینش‌ها را در مورد پویایی‌های اجرایی در دنیای واقعی مانند درک کاربران از محتوای تولیدشده توسط هوش مصنوعی، محدود می‌کند. پژوهش‌های آینده باید داده‌های اولیه، مانند مصاحبه با روزنامه‌نگاران یا نظرسنجی از مصرف‌کنندگان را برای غنی‌سازی درک ما به کارگیرند. همچنین مطالعات طولی برای ارزیابی تأثیر هوش مصنوعی بر تولید فرهنگی و بازارهای کار در طول زمان مورد نیاز است.

ادغام هوش مصنوعی در تولید زبان نیازمند رویکردی متعادل است که هم از مزایای خلاقانه و کارایی آن بهره‌برد و هم به خطرات اخلاقی بپردازد. ذی‌نفعان با تقویت همکاری انسان و هوش مصنوعی، به‌روزرسانی چارچوب‌های نظارتی و اولویت‌دادن به شفافیت، می‌توانند از پیچیدگی‌های این انقلاب فناورانه عبور کنند. همانطور که هوش مصنوعی به تکامل خود ادامه

می‌دهد، میراث نهایی آن به این بستگی دارد که جوامع چگونه نوآوری را با پاسخگویی آشتی می‌دهند. چالشی که به همان اندازه فرهنگی و فناورانه است.

References

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3 (2), 77–101.
<https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>
- Braidotti, R. (2019). *Posthuman knowledge* . Polity Press.
- Devlin, J., Chang, M.-W., Lee, K., & Toutanova, K. (2019). BERT: Pre-training of deep bidirectional transformers for language understanding. *arXiv preprint arXiv:1810.04805* .
- Diakopoulos, N. (2023). *Automating the news: How algorithms are rewriting the media* . Harvard University Press.
- Graefe, A. (2016). Guide to automated journalism. *Reuters Institute Fellowship Paper* .
- Hayles, N. K. (2017). *Unthought: The power of the cognitive nonconscious* . University of Chicago Press.
- Holmes, G., Sanders, K., & Jones, R. (2023). AI in public relations: Ethical considerations. *Journal of Communication Management*, 27 (2), 145–160. <https://doi.org/10.1108/JCOM-09-2022-0087>
- Hutson, M. (2021). Robo-writers: The rise and risks of language-generating AI. *Science*, 1146-1148.
- Johnson, L., Smith, J., & Wang, Y. (2023). Deepfake text and misinformation. *Digital Journalism*, 11 (4), 567–582.
<https://doi.org/10.1080/21670811.2022.2145678>
- Jurafsky, D., & Martin, J. H. (2023). *Speech and language processing* (3rd ed.). Pearson.
- Maher, J. (2022). Artificial intelligence and literary creativity. *Journal of Digital Humanities*, 10 (2), 45–67.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding media: The extensions of man* . MIT Press.

OpenAI. (2023). *GPT-4 technical report* .
<https://doi.org/10.48550/arXiv.2303.08774>

Strate, L. (2017). *Media ecology: An approach to understanding the human condition* . Peter Lang Publishing.

Vaswani, A., Shazeer, N., Parmar, N., Uszkoreit, J., Jones, L., Gomez, A. N., ... Polosukhin, I. (2017). Attention is all you need. *Advances in Neural Information Processing Systems*, 30 .

Weizenbaum, J. (1966). ELIZA—a computer program for the study of natural language communication between man and machine. *Communications of the ACM*, 9 (1), 36–45.
<https://doi.org/10.1145/365153.365168>

Winograd, T. (1972). *Understanding natural language* . Academic Press.

Woolley, S. C., & Howard, P. N. (2022). *Computational propaganda: Political parties, politicians, and political manipulation on social media* . Oxford University Press.