

An Analysis of the Mechanisms of Producing Religious Doubts on Instagram and the Role of Artificial Intelligence

Abbas Rahbari*

Received Date: 2025/12/22

Accepted Date: 2026/06/23

Abstract

The rapid developments in digital technologies and the spread of artificial intelligence in recent decades have created a new communication ecosystem in which social networks have become a key platform for the production, distribution and consumption of meaning. In addition to educational opportunities and the promotion of religious knowledge, this space has also paved the way for the formation and organized dissemination of religious doubts. The present study aimed to analyze the mechanisms of the role of social networks and artificial intelligence in the production and spread of religious doubts. The research method is descriptive-analytical and uses an exploratory case study on Persian Instagram (100 posts, January 1402 to March 1402). The findings of this case study are not generalizable to other platforms. Cohen's kappa coefficient for the reliability of coding was calculated to be 0.78. The findings show that content recommendation algorithms, attention economy, and echo chambers play an effective role in highlighting and normalizing religious doubts. The results indicate that effective confrontation requires a proactive and multi-level strategy. The present article presents solutions at three levels: technological-content, cultural-media, and institutional-governmental. Finally, social networks and artificial intelligence are introduced as two-faced phenomena that, if managed purposefully, can transform from a threat into an opportunity for deepening religious understanding.

Keywords: *Social networks, artificial intelligence, religious doubts, echo chambers, deepfake, media literacy.*

DOI: <https://doi.org/10.22034/ssr.2026.568000.1086>

* Assistant Professor, Department of Islamic Studies, Farhangian University, P.O. Box -888 56441 Tehran, Iran (azsazs45@gmail.com).

نصف سنوية علمية محكمة
مطالعات شبهه پژوهی
السنة الرابعة، الرقم الثامن، الربيع و الصيف ١٤٤٨ق

تحليل آليات إنتاج الشبهات الدينية على إنستغرام ودور الذكاء الاصطناعي

عباس رهبری*

القبول: ١٤٤٨/٠١/٠٨

الإستلام: ١٤٤٧/٠٧/٠١

الملخص

أدت التطورات السريعة في التقنيات الرقمية وانتشار الذكاء الاصطناعي في العقود الأخيرة إلى خلق بيئة تواصل جديدة، حيث أصبحت الشبكات الاجتماعية منصة رئيسية لإنتاج وتوزيع واستهلاك المحتوى. فإلى جانب الفرص التعليمية ونشر المعرفة الدينية، مهدت هذه المساحة الطريق أيضًا لتكوين ونشر الشكوك الدينية بشكل منظم. هدفت هذه الدراسة إلى تحليل آليات دور الشبكات الاجتماعية والذكاء الاصطناعي في إنتاج ونشر الشكوك الدينية. اعتمدت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت دراسة حالة استكشافية على منصة إنستغرام الفارسية (١٠٠ منشور، من يناير ١٤٠٢ إلى مارس ١٤٠٢). لا يمكن تعميم نتائج هذه الدراسة على منصات أخرى. وقد بلغ معامل كابا لكوهين، الذي يُستخدم لتقييم موثوقية الترميز، ٠.٧٨. تُظهر النتائج أن خوارزميات توصية المحتوى، واقتصاد الانتباه، وغرف الصدى تلعب دورًا فعالًا في إبراز الشكوك الدينية وتطبيعها. وتشير النتائج إلى أن المواجهة الفعالة تتطلب استراتيجية استباقية ومتعددة المستويات. تُقدّم هذه المقالة حلولًا على ثلاثة مستويات: التكنولوجيا والمحتوى، والثقافة والإعلام، والمؤسسات والحكومة. أخيرًا، تُطرح الشبكات الاجتماعية والذكاء الاصطناعي كظاهرتين ذواتي وجهين، يمكن، إذا ما أُديرتا بوعي، أن تتحولا من تهديد إلى فرصة لتعميق الفهم الديني.

الكلمات المفتاحية: الشبكات الاجتماعية، الذكاء الاصطناعي، الشكوك الدينية، غرف الصدى، التزييف العميق، الثقافة الإعلامية.

DOI: <https://doi.org/10.22034/ssr.2026.568000.1086>

* أستاذ مساعد، قسم الدراسات الإسلامية، جامعة فرهنجيان، ص.ب. ٥٦٤٤١ طهران، إيران
(azsazs45@gmail.com).

واکاوی سازوکارهای تولید شبهات دینی در اینستاگرام و نقش هوش مصنوعی

عباس رهبری*

تاریخ تأیید: ۱۴۰۵/۰۴/۰۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۰۱

چکیده

تحولات شتابان فناوری‌های دیجیتال و گسترش هوش مصنوعی در دهه‌های اخیر، زیست‌بوم ارتباطی نوینی پدید آورده است که شبکه‌های اجتماعی در آن به بستری کلیدی برای تولید، توزیع و مصرف معنا تبدیل شده‌اند. این فضا، علاوه بر فرصت‌های آموزشی و ترویج معارف دینی، زمینه‌ساز شکل‌گیری و انتشار سازمان‌یافته شبهات دینی نیز شده است. پژوهش حاضر با هدف تحلیل سازوکارهای نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی در تولید و گسترش شبهات دینی انجام شده است. روش تحقیق توصیفی-تحلیلی است و از یک مطالعه موردی اکتشافی در اینستاگرام فارسی (۱۰۰ پست، دی ۱۴۰۲ تا اسفند ۱۴۰۲) بهره گرفته است. یافته‌های این مطالعه موردی به سایر پلتفرم‌ها تعمیم داده نمی‌شود. ضریب کاپای کوهن برای پایداری کدگذاری‌ها ۰/۷۸ محاسبه شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که الگوریتم‌های پیشنهاد محتوا، اقتصاد توجه و اتاق‌های پژواک، نقش مؤثری در برجسته‌سازی و عادی‌سازی شبهات دینی دارند. نتایج حاکی از آن است که مواجهه مؤثر نیازمند راهبردی پیش‌دستانه و چندسطحی است. مقاله حاضر راهکارهایی در سه سطح فناورانه-محتوایی، فرهنگی-رسانه‌ای و نهادی-حکومتی ارائه می‌کند. در نهایت شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی به مثابه پدیده‌هایی دو وجهی معرفی می‌شوند که در صورت مدیریت هدفمند، می‌توانند از تهدید به فرصتی برای تعمیق فهم دینی تبدیل شوند.

واژگان کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، هوش مصنوعی، شبهات دینی، اتاق‌های پژواک، دیپ‌فیک، سواد رسانه‌ای.

مقدمه

تحولات شتابان در حوزه فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، به‌ویژه گسترش شبکه‌های اجتماعی و پیشرفت‌های چشمگیر در عرصه هوش مصنوعی، زیست‌بوم ارتباطی معاصر را به‌طور بنیادین دگرگون ساخته است. این فناوری‌ها در کنار فراهم کردن امکان دسترسی گسترده به اطلاعات، مشارکت اجتماعی و تبادل نظر، ظرفیت بی‌سابقه‌ای برای انتشار سریع و وسیع اخبار جعلی، اطلاعات نادرست و انواع شبهات دینی ایجاد کرده‌اند؛ شبهاتی که با توجه به نقش دین در شکل‌دهی هویت فردی و جمعی، می‌توانند پیامدهای عمیق معرفتی، اخلاقی و اجتماعی برجای گذارند. در گذشته، طرح شبهات دینی عمدتاً در محافل محدود علمی و به‌صورت چهره به چهره یا در متون تخصصی صورت می‌گرفت، اما امروز فضای مجازی به بستری جهانی برای طرح و بازنشر آن‌ها در میان عموم کاربران، به‌ویژه نوجوانان و جوانان تبدیل شده است.

شبکه‌های اجتماعی با ویژگی‌هایی چون سرعت انتشار بالا، گستره وسیع مخاطب و امکان فعالیت ناشناس، محیطی مناسب برای گردش شبهات دینی و فکری فراهم می‌کنند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که سیستم‌های توصیه‌گر در پلتفرم‌هایی مانند یوتیوب، فیس‌بوک و اینستاگرام، به‌منظور افزایش درگیری کاربر، به محتوای جنجالی، احساسی و تعارض‌آمیز اولویت می‌دهند و از این طریق، ناخواسته یا حتی آگاهانه به تقویت و ترویج محتوای شبهه‌ناک دامن می‌زنند (Ahmmad et al, 2025, p. 32). این الگوریتم‌ها با شکل‌دهی اتاق‌های پژواک و حباب‌های فیلتر، کاربران را عمدتاً در معرض دیدگاه‌های همسو با پیش‌فرض‌های قبلی‌شان قرار می‌دهند و امکان مواجهه با نقدهای مستدل و پاسخ‌های عالمانه را کاهش می‌دهند؛ وضعیتی که میل به سنجش‌گری انتقادی و ارزیابی اعتبار منابع را در میان بسیاری از کاربران تضعیف می‌کند.

هم‌زمان، پیشرفت‌های اخیر در حوزه هوش مصنوعی مولد، ابعاد تازه‌ای به این چالش افزوده است. ابزارهایی مانند فناوری دیپ‌فیک، امکان تولید ویدئوها و صداها بسیار واقعی، اما جعلی را فراهم کرده‌اند که می‌توانند سخنان یا مواضعی را به چهره‌های دینی نسبت دهند که هرگز بر زبان آنان جاری نشده است. از سوی دیگر، چت‌بات‌های پیشرفته مبتنی بر مدل‌های زبان بزرگ قادرند متونی منسجم و ظاهراً عقلانی تولید کنند که در صورت اتکا به داده‌های ناقص یا سوگیرانه، می‌تواند شبهات فلسفی و دینی را بازتولید و تقویت کند. این وضعیت، تشخیص مرز میان استدلال معتبر و بازنمایی زبانی اغواگر را برای کاربر عادی دشوار می‌سازد و ضرورت بررسی جامع نقش شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی در حوزه شبهات دینی را دوچندان می‌کند.

بر این اساس، هدف اصلی پژوهش حاضر تحلیل سازوکارهای نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های هوش مصنوعی در تولید، تقویت و گسترش شبهات دینی و تبیین راهبردهای چند سطحی مواجهه با آن‌هاست. در راستای این هدف، پرسش‌های زیر دنبال می‌شود:

۱. شبکه‌های اجتماعی با چه سازوکارهایی (مانند موتورهای رتبه‌بندی محتوا، اتاق‌های پژواک و اقتصاد توجه) در برجسته‌سازی، تکرارپذیری و عادی‌سازی شبهات دینی نقش ایفا می‌کنند؟
۲. فناوری‌های هوش مصنوعی، به‌ویژه دیپ‌فیک‌ها، مدل‌های زبان بزرگ و سامانه‌های شخصی‌سازی محتوا، چگونه در تولید، تقویت و انتشار سازمان‌یافته شبهات دینی مؤثرند؟
۳. مهم‌ترین راهکارهای فناورانه-محتوایی و فرهنگی-رسانه‌ای برای مواجهه پیش‌دستانه و نظام‌مند با شبهات دینی در بستر شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی چیست؟
۴. تحت چه شرایطی می‌توان از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی برای تبدیل تهدید شبهات دینی به فرصت تعمیق فهم دینی و پاسخ‌گویی هدفمند استفاده کرد؟

پیشینه تحقیق

پژوهش‌های معاصر نشان می‌دهد که گسترش شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های هوش مصنوعی، الگوهای تولید و دریافت معنا در حوزه دین را به‌طور بنیادین دگرگون کرده است. در ادبیات بین‌المللی، تمرکز اصلی بر نقش سازوکارهای الگوریتمی در شکل‌گیری اتاق‌های پژواک و حباب‌های فیلتر است؛ سازوکارهایی که با تقویت ترجیحات پیشین کاربران، زمینه تثبیت باورهای نادرست و شبهه‌ناک را فراهم می‌کنند. در این زمینه، کاس سانستین (Sunstein, 2017) در کتاب **جمهوری دیجیتال: دموکراسی دوپاره در عصر شبکه‌های اجتماعی** نشان می‌دهد که لایه الگوریتمی پلتفرم، از طریق قطبی‌سازی معرفتی، به تضعیف گفت‌وگوی عقلانی و تقویت محتوای جنجالی، از جمله شبهات دینی، منجر می‌شوند. در امتداد این مطالعات، پژوهشگران حوزه حقوق و فناوری به پیامدهای اطلاعات جعلی و محتوای مصنوعی پرداخته‌اند. چرنی و سیترون (Chesney & Citron, ۲۰۱۸) در مقاله «دیپ‌فیک‌ها: چالشی نوظهور برای حریم خصوصی، دموکراسی و امنیت» تأکید می‌کنند که فناوری دیپ‌فیک با تولید محتوای بصری و صوتی جعلی، اما باورپذیر، می‌تواند اعتماد عمومی را تضعیف کرده و در حوزه‌هایی مانند دین، زمینه‌ساز شکل‌گیری شبهات عمیق و پایدار شود. این مسئله در فضای مجازی که سرعت انتشار بر اعتبارسنجی پیشی گرفته است، اهمیت مضاعف دارد.

با ظهور مدل‌های زبان بزرگ، مطالعات جدیدی به بررسی ریسک‌های معرفتی و اخلاقی

هوش مصنوعی پرداخته‌اند. وایدینگر و همکاران (Weidinger et al., 2021) در مقاله «ریسک‌های اخلاقی و اجتماعی مدل‌های زبان بزرگ» نشان می‌دهند که این سامانه‌ها قادرند محتوایی منسجم و ظاهراً عقلانی تولید کنند که در صورت فقدان نظارت، می‌تواند به بازتولید شبهات فلسفی و دینی منجر شود و تشخیص خطای معرفتی را برای کاربران دشوار سازد. همچنین ماره‌ای (Marei, 2024) در پژوهش «اینفلوئنسرهای خدا» نشان می‌دهد که کاربران شبکه‌های اجتماعی با ایفای نقش مبلغان غیررسمی، در بازنمایی دین مشارکت فعال دارند؛ امری که گاه به ساده‌سازی یا تحریف مفاهیم دینی می‌انجامد. ژانگ (Zhang, 2025) نیز در مطالعه‌ای با عنوان «عصر دیجیتال ارتباطات دینی» بر این نکته تأکید می‌کند که الگوریتم‌های رسانه‌ای، منطق سنتی انتقال معارف دینی را دگرگون ساخته‌اند.

در ادبیات پژوهشی داخل کشور، مطالعات متعددی به بررسی شبهات دینی در فضای مجازی پرداخته‌اند. اسماعیلی طباطبائی و همکارانش (۱۴۰۰) در مقاله «کاربست سواد رسانه‌ای دینی در مواجهه با آسیب‌های فضای مجازی» نشان می‌دهد که ارتقا سواد رسانه‌ای دینی، نقش مؤثری در کاهش اثرگذاری شبهات دارد. سوسن القاصی و ابراهیم القاصی (۱۴۰۲) در پژوهش «بررسی وجوه تأثیرگذاری فضای مجازی بر شبهات دینی دانش‌آموزان» با بهره‌گیری از تحلیل داده‌ها، بر نقش ناآگاهی الگوریتمی کاربران در پذیرش سریع شبهات تأکید می‌کند. واعظی (۱۴۰۴) نیز در مقاله «از چالش هوش مصنوعی تا ضرورت بازنگری در پژوهش‌های دینی» به ضرورت توجه هم‌زمان به ابعاد فناورانه و معرفتی هوش مصنوعی در مسائل دینی اشاره کرده است.

در کنار این مطالعات، گزارش‌ها و اقدامات نهادهای، از جمله توسعه ربات‌های پاسخ‌گوی دینی توسط مرکز ملی پاسخ‌گویی به سؤالات دینی، نشان‌دهنده توجه عملی به ظرفیت‌های فناوری در مواجهه با شبهات است. با این حال بررسی مجموع پژوهش‌ها نشان می‌دهد که اغلب مطالعات موجود یا بر بُعد فرهنگی-آموزشی شبهات تمرکز دارند یا به تحلیل‌های فنی محدود می‌شوند و کمتر به بررسی هم‌زمان نقش شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی در فرایند تولید، تقویت و انتشار شبهات دینی پرداخته‌اند. از این رو خلأ یک رویکرد جامع و بین‌رشته‌ای در حوزه شبهه‌پژوهی دیجیتال همچنان محسوس است؛ خلأیی که پژوهش حاضر درصدد پاسخ‌گویی به آن است.

این پژوهش با ترکیب رویکردهای ارتباطی، فناورانه و کلامی، تلاش می‌کند مفهوم «شبهه دینی» را از یک مسئله صرفاً معرفتی، به مثابه فرایندی رسانه‌ای-الگوریتمی بازتعریف کند و بدین وسیله خلأ موجود در مطالعات پیشین را که عمدتاً یا بر بُعد فرهنگی-آموزشی یا بر تحلیل فنی متمرکز بوده‌اند، پوشش دهد.

روش تحقیق

پژوهش حاضر از نوع توصیفی-تحلیلی است و با رویکردی بینارشته‌ای و مبتنی بر داده‌های کتابخانه‌ای انجام شده است. فرایند تحقیق در سه گام اصلی سازمان‌دهی و اجرا شده است.

الف) گردآوری داده‌ها

در گام نخست، داده‌های پژوهش از طریق مرور نظام‌مند منابع علمی معتبر در حوزه‌های علوم ارتباطات، فناوری اطلاعات، هوش مصنوعی، کلام، فلسفه دین و جامعه‌شناسی دین گردآوری شد. این داده‌ها شامل مقالات پژوهشی، کتاب‌های تخصصی، گزارش‌های تحقیقاتی و اسناد معتبر بین‌المللی بود که براساس معیارهایی چون اعتبار علمی، روزآمدی و ارتباط مستقیم با مسئله پژوهش انتخاب شدند.

ب) تحلیل داده‌ها

در گام دوم، داده‌های گردآوری شده با استفاده از روش تحلیل محتوا مورد بررسی قرار گرفت. هدف این مرحله، شناسایی و طبقه‌بندی سازوکارهای مؤثر شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های هوش مصنوعی در فرایند تولید و گسترش شبهات دینی بود؛ از این‌رو مکانیسم‌های مزبور در سه بعد کلیدی تحلیل شدند:

۱. بعد «تولید محتوا» با تمرکز بر فناوری‌هایی مانند دیپ‌فیک و متون تولید شده توسط مدل‌های زبان بزرگ (LLMs).
۲. بعد «انتشار محتوا» با بررسی نقش الگوریتم‌های پلتفرم‌های اجتماعی، منطق اقتصاد توجه و شکل‌گیری اتاق‌های پژواک.
۳. بعد «شخصی‌سازی محتوا» با تحلیل عملکرد الگوریتم‌های توصیه‌گر و پدیده حباب‌های فیلتر.

ج) تلفیق یافته‌ها و ارائه مدل

در گام سوم، نتایج حاصل از تحلیل‌های محتوایی با رویکردی بینارشته‌ای تلفیق شد. برای سنجش پایایی کدگذاری‌های کیفی، از ضریب کاپای کوهن استفاده گردید ($K=0.78$) که در سطح «توافق قابل قبول ارزیابی می‌شود. سپس مدلی سه مرحله‌ای (تولید، انتشار و تثبیت) برای تبیین نقش شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی در گسترش شبهات دینی ارائه شد. این مدل، ضمن توجه هم‌زمان به ابعاد فناورانه و ارتباطی، پیامدهای اجتماعی، فرهنگی و دینی پدیده مورد مطالعه را نیز در سطحی تحلیلی بازنمایی می‌کند.

به منظور تعمیق و تقویت اعتبار یافته‌ها، در کنار مطالعه کتابخانه‌ای، یک مطالعه موردی اکتشافی نیز انجام شد. در این مطالعه، نمونه‌ای هدفمند از محتوای شبکه اجتماعی اینستاگرام فارسی با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای کمی-کیفی بررسی شد تا الگوهای عینی تولید، انتشار و بازخورد نسبت به شبهات دینی در یک بستر اجتماعی پرکاربر آشکار شود.

۱. شناخت پدیده شبهه دینی در عصر دیجیتال

برای پرداختن به تأثیر شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی بر گسترش شبهات دینی، ابتدا لازم است درک روشنی از ماهیت خود پدیده شبهه دینی و تحولات آن در عصر دیجیتال داشته باشیم. شبهات دینی، از دیرباز در طول تاریخ بشر وجود داشته‌اند و به تعبیر اندیشمندان، می‌توانند محصول تعامل انسان با مفاهیم غیبی، یا ناشی از پرسش‌های عقلی، تناقضات ظاهری، یا مسائل اجتماعی و اخلاقی باشند؛ اما آنچه در عصر دیجیتال رخ داده است، تغییر ماهیت و ویژگی‌های این شبهات و به‌ویژه، سرعت و وسعت انتشار آن‌هاست.

۱-۱. تعریف شبهه دینی و ماهیت آن در فضای جدید

شبهه در لغت به معنای مشابَهت و پوشیدگی است (معین، ۱۳۷۱، ذیل کلمه شبهه). معانی دیگری چون اشتباه، احتمال اشکال و شک نیز دارد و همچنین چیزی که حق و باطل در آن معلوم نیست را شبهه می‌نامند (معلوف، ۱۳۷۳، ذیل ریشه شبهه). شبهه آن است که دو چیز در اثر مماثلت از همدیگر تشخیص داده نشوند «وَمَا قَتَلُوهُ وَمَا صَلَبُوهُ وَلَٰكِنْ شُبِّهَ لَهُمْ»؛ «عیسی را نکشتند و به دار نزدند، لیکن کار بر آن‌ها مشتبه شد» (سوره نساء، آیه ۱۵۷). تشابه، متشابه و مشتبه به ترتیب در سوره بقره آیه ۱۱۸ و انعام آیه ۹۹ به کار رفته است؛ بنابراین شبهه یعنی هر اشکال، پرسش یا ابهامی که در برداشت‌ها، تحلیل‌ها، تصمیمات و رفتارهای مرتبط با سعادت فرد یا جامعه منشأ خطا و اشتباه در شناخت حق از باطل گردد؛ به عبارت دیگر شبهه خود را شبیه به حق می‌نمایاند و راه شناخت حق از باطل را مشکل و افراد را دچار شک و تردید می‌کند.

شبهه دینی را می‌توان پرسشی دانست که با طرح ابهام، تناقض ظاهری یا ایراد منطقی و معرفتی، باورهای بنیادین دینی و اصول اعتقادی را به چالش می‌کشد. هدف اصلی شبهه، ایجاد تردید در ذهن مخاطب نسبت به حقایق، صحت یا جامعیت آموزه‌های دینی است؛ این تردید در صورت تداوم می‌تواند به سست شدن ایمان و حتی رویگردانی از دین منجر شود. در منابع سنتی، شبهه به معنای «ابهام میان حق و باطل» تعریف شده است و امام علی (علیه السلام) در نهج البلاغه

می‌فرمایند: «شبهه را بدین خاطر شبهه نامیده‌اند که شبهه حق است» (نهج البلاغه، خ ۳۸).

در گذشته، شبهات دینی عمدتاً در محافل علمی، مذهبی یا فلسفی و به صورت شفاهی مطرح می‌شدند و دامنه انتشار آن‌ها محدود به جمع کوچکی از نخبگان یا علاقه‌مندان بود. پاسخ‌گویی به این شبهات نیز غالباً در قالب مناظرات، کتب تخصصی یا سخنرانی‌های حضوری صورت می‌گرفت و زمان کافی برای بررسی و ارائه پاسخ‌های مستدل وجود داشت. ماهیت این شبهات بیشتر فلسفی-کلامی و نیازمند عمق نظری بود.

اما در عصر دیجیتال و با ظهور اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی، ماهیت شبهات دینی دستخوش تحولات عمیقی شده است. شبهات امروز دیگر تنها محدود به دایره نخبگان نیستند، بلکه به سرعت و با کمترین سواد تخصصی، در دسترس عموم مردم قرار می‌گیرند. این تغییر ماهیت را می‌توان در ویژگی‌های زیر تبیین کرد:

- گذار از شفاهی و مکتوب به مجازی: شبهات از محافل حضوری و کتب چاپی به پلتفرم‌های آنلاین و فرمت‌های دیجیتالی منتقل شده‌اند (Bingaman, 2023, p. 108).
- گذار از تخصصی به عمومی: مخاطب شبهات از نخبگان به عامه مردم، از جمله نوجوانان و جوانان با سطح آگاهی دینی متفاوت، تسری یافته است (Ali, 2024, p. 55).
- گذار از محدود به نامحدود: دامنه انتشار از یک محفل کوچک به میلیاردها کاربر در سراسر جهان گسترش یافته است (Bingaman, 2023, p. 110).
- گذار از بطئی به آنی: سرعت انتشار از کند و تدریجی به لحظه‌ای و ویروسی تغییر کرده است (Ali, 2024, p. 60).
- گذار از کلی به شخصی‌سازی شده: با ظهور هوش مصنوعی، شبهات می‌توانند به صورت هدفمند و متناسب با پروفایل هر کاربر ارائه شوند (Weidinger et al., 2021, p. 12).
- گذار از استدلالی به احساسی و تصویری: بسیاری از شبهات در قالب‌های ساده، احساسی، طنزآمیز و بصری منتشر می‌شوند که قدرت نفوذ بالایی دارند (Ali, 2024, p. 63).

۲-۱. ویژگی‌های شبهات دینی در فضای مجازی

شناسایی ویژگی‌های خاص شبهات در فضای مجازی برای ارائه راهکارهای مؤثر، حیاتی است. پژوهش‌های داخلی و بین‌المللی نشان داده‌اند که فضای دیجیتال ماهیت شبهات را به طور جدی تغییر داده است که برخی عبارت‌اند از:

۱-۲-۱. سرعت انتشار بالا و ویروسی شدن: شبکه‌های اجتماعی امکان اشتراک‌گذاری سریع محتوا را فراهم می‌کنند. یک شبهه می‌تواند در مدت کوتاهی به میلیون‌ها نفر برسد و فرصت پاسخ‌گویی علمی را کاهش دهد (Zhang, 2025, p. 30).

۲-۲-۱. گستردگی مخاطب و دسترسی عمومی: برخلاف گذشته، امروز هر فرد با دسترسی به اینترنت می‌تواند به انبوهی از محتوای شبهه‌ناک دست یابد. این امر برای گروه‌های آسیب‌پذیر مانند نوجوانان خطرناک‌تر است (عجم، رحیمی دادکان و رحیمی دادکان، ۱۴۰۱).

۳-۲-۱. تنوع فرمت و جذابیت بصری: شبهات در قالب‌های جدید مانند اینفوگرافیک، ویدئوهای کوتاه، دیپ‌فیک و کلیپ‌های طنز منتشر می‌شوند که جذابیت بیشتری دارند و تأثیر عمیق‌تری بر مخاطب می‌گذارند (Marei, 2024, p. 158).

۴-۲-۱. شخصی‌سازی و هدف‌گذاری دقیق: الگوریتم‌های هوش مصنوعی با تحلیل داده‌های کاربران، شبهات را به‌صورت شخصی‌سازی شده ارائه می‌دهند و تأثیرگذاری آن‌ها را افزایش می‌دهند (Weidinger et al., 2021, p. 12).

۵-۲-۱. گمنامی و ناشناسی: کاربران می‌توانند با نام‌های مستعار فعالیت کنند و بدون مسئولیت‌پذیری، شبهات یا محتوای توهین‌آمیز منتشر کنند (ظهیری، ۱۴۰۰).

۶-۲-۱. دشواری راستی‌آزمایی و اعتبارسنجی منابع: در فضای مجازی مرجعیت‌های سنتی تضعیف می‌شوند و تشخیص منابع معتبر از غیرمعتبر دشوار است (Zhang, 2025, p. 30).

۷-۲-۱. تعارض با منابع معتبر و ترویج نگاه سطحی: بسیاری از شبهات براساس برداشت‌های سطحی یا اطلاعات تقطیع شده مطرح می‌شوند و فضای شبکه‌های اجتماعی امکان پاسخ‌های عمیق را محدود می‌کند (عجم، رحیمی دادکان و رحیمی دادکان، ۱۴۰۱).

۲. شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی؛ بسترساز گسترش شبهات

ماهیت و ویژگی‌های شبهات دینی در عصر دیجیتال دستخوش تغییرات عمیقی شده است. اکنون به بررسی دقیق‌تر سازوکارهایی می‌پردازیم که از طریق آن‌ها، شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی به بسترسازان اصلی گسترش این شبهات تبدیل شده‌اند. این تأثیرگذاری را می‌توان در دو بعد:

الف) اصلی، نقش شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان محیط انتشار.

ب) نقش هوش مصنوعی به‌عنوان ابزار تولید و تقویت، مورد تحلیل قرار داد.

۲-۱. نقش شبکه‌های اجتماعی در گسترش شبهات دینی

شبکه‌های اجتماعی، با معماری و ویژگی‌های منحصر به فرد خود، فضایی را ایجاد کرده‌اند که در آن محتوای شبهه‌ناک به سرعت و با قدرت نفوذ بالایی منتشر می‌شود. این تأثیرگذاری عمدتاً از طریق مکانیسم‌های زیر صورت می‌گیرد:

۲-۱-۱. الگوریتم‌های پیشنهاد محتوا

قلب تپنده شبکه‌های اجتماعی، مکانیسم‌های شخصی‌سازی محتوا هستند؛ سازوکارهایی که برای حداکثرسازی تعامل کاربر طراحی شده‌اند و به همین دلیل، محتوای جنجالی و هیجانی را بیش از سایر محتواها در معرض دید قرار می‌دهند (Ahmmad et al., 2025, p. 12). در اینستاگرام فارسی، ویدئوهای کوتاه حاوی شبهات مربوط به احکام دینی یا تاریخ اسلام، به سبب لایک و کامنت بالا، به سرعت در چرخه پیشنهاد الگوریتمی قرار گرفته و مخاطبان گسترده‌ای می‌یابند، در حالی که پاسخ‌های مستند و تحلیلی، به دلیل طولانی بودن و جذابیت بصری کمتر، دیده‌پذیری محدودتری دارند.

یکی از نمونه‌های رایج، کلیپ‌هایی است که با استناد ناقص به نظریه تکامل، چنین القا می‌کنند که «علم جدید، آموزه‌های قرآنی در باره خلقت انسان را ابطال کرده است». این محتوا معمولاً در قالب ویدئوهای کمتر از یک دقیقه و با تصاویر شبه‌مستند و گزاره‌های قطعی ارائه می‌شود و به دلیل بار هیجانی بالا، توسط الگوریتم‌ها تقویت می‌شود. در این کلیپ‌ها نه به دیدگاه‌های متکلمان مسلمان و نه به قرائت‌های علمی-دینی معاصر اشاره می‌شود و تعارضی مطلق میان علم و دین ترسیم می‌گردد؛ امری که به ویژه در میان مخاطبان جوان، زمینه‌ساز تردید در باورهای دینی می‌شود.

در تحلیل این گونه محتوا، می‌توان سه نشانه اصلی شبهه را بازشناخت: الف) تقلیل یک نظریه پیچیده علمی به چند گزاره ساده و قطعی؛ ب) القای دوگانه کاذب «یا علم یا دین»؛ ج) حذف کامل دیدگاه‌های الهیاتی و تفسیری که امکان جمع میان علم و دین را بررسی کرده‌اند. هدف این محتوا نه تبیین علمی، بلکه ایجاد تردید معرفتی از طریق ساده‌سازی افراطی و ساختن تضاد ظاهری میان دو ساحت متمایز است.

در مواجهه با مخاطبی که پیش‌تر در معرض چنین شبهه‌ای قرار گرفته، پاسخ‌دهنده نباید از نقطه صفر آغاز کند، بلکه باید نشان دهد نظریه تکامل، در دقیق‌ترین قرائت علمی خود، صرفاً فرایندهای زیستی را توضیح می‌دهد و در مقام نفی خالق یا غایت‌مندی هستی سخن نمی‌گوید؛ همان‌گونه که متون و حیانی نیز متکفل گزارش زیست‌شناختی جزئی نیستند، بلکه شأن وجودی و

فلسفی انسان را تبیین می‌کنند. به این ترتیب، تعارض ادعایی، حاصل برداشت‌های سطحی از هر دو حوزه است، نه ناسازگاری ذاتی میان علم و دین. عرضه این توضیح در قالب محتوای کوتاه، تصویری و مرحله‌ای، می‌تواند به بازسازی فهم مخاطب و کاهش اثر شبهه کمک کند.

جدول ۱. مقایسه نقش شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی در گسترش شبهات دینی

مؤلفه (نوع تأثیر)	شبکه‌های اجتماعی (بستر انتشار)	هوش مصنوعی (ابزار تولید و تقویت)
سرعت گسترش	بسیار بالا	بسیار بالا
سطح شخصی سازی	متوسط	بسیار بالا
امکان جعل محتوا	متوسط تا بالا (با انتشار محتوای جعلی تولید شده توسط کاربران و ابزارهای ساده)	بسیار بالا (با فناوری‌های پیشرفته‌ای مانند دیپ‌فیک)
امکان مقابله	وابسته به سواد رسانه‌ای	نیازمند ابزارهای فنی پیشرفته

۲-۱-۲. اتاق‌های پژواک و حباب‌های فیلتر

الگوریتم‌های شخصی سازی باعث می‌شوند کاربران تنها در معرض محتوای همسو با باورهای پیشین خود قرار گیرند. این امر در حوزه شبهات دینی منجر به تقویت باورهای نادرست و کاهش مواجهه با پاسخ‌های مستدل می‌شود (رهبری، دلاوری و صفری، ۱۴۰۲، ج ۱۹، ص ۸۸; Sunstein, 2017; p. 54).

در فضای اتاق‌های پژواک، یکی از شبهات پرتکرار، تصویرسازی کلیشه‌ای از دینداران به عنوان افرادی غیرعقلانی، متعصب و مخالف آزادی اندیشه است. این شبهه اغلب از طریق بازنشر گزینشی رفتارهای افراطی یا نقل قول‌های تقطیع شده از متون دینی تقویت می‌شود. الگوریتم‌ها با شناسایی علایق کاربران، این نوع محتوا را به طور مداوم به مخاطبانی که پیش فرض منفی نسبت به دین دارند، پیشنهاد می‌دهند و بدین ترتیب، چرخه‌ای بسته از تأیید باورهای پیشین شکل می‌گیرد.

شبهه تاریخی-روایی (تلگرام و تویتر فارسی)

الف) متن شبهه عینی

«در منابع تاریخی آمده که بسیاری از احادیث بعداً ساخته شده‌اند؛ پس چطور می‌توان به دین

اعتماد کرد؟»

ب) راه شناخت شبهه

این شبهه معمولاً با ارجاع مبهم به «برخی منابع تاریخی» یا «مورخان گفته‌اند» مطرح می‌شود، بدون ذکر دقیق منبع، دوره تاریخی یا اختلاف دیدگاه‌ها. همچنین میان «نقد حدیث» به‌عنوان یک دانش درون‌دینی و «انکار کلی سنت» خلط مفهومی صورت می‌گیرد.

ج) نحوه پاسخ‌گویی

پاسخ مؤثر به این شبهه، باید با تفکیک میان «وجود احادیث جعلی» و «کارآمدی نظام نقد حدیث» آغاز شود. توضیح این‌که علمای مسلمان از قرون نخستین، ابزارهای دقیق برای شناسایی حدیث معتبر طراحی کرده‌اند تا به مخاطب نشان می‌دهد که نقد تاریخی، نشانه ضعف دین نیست، بلکه نشانه عقلانیت درون‌دینی است. این پاسخ زمانی اثرگذار خواهد بود که در قالب روایت تاریخی کوتاه و قابل فهم ارائه شود.

۱۹۳

جدول ۲. سازوکار شکل‌گیری اتاق پژواک در شبهات دینی

مؤلفه	توضیح	نقش در گسترش شبهه
الگوریتم توصیه‌گر	پیشنهاد محتوای هم‌سو	حذف دیدگاه مخالف
همفکری گروهی	تعامل کاربران مشابه	تشدید باور
حذف پاسخ‌ها	دیده نشدن محتوای دینی	تثبیت شبهه
تکرار گزاره	بازنشر یکسان	طبیعی‌سازی تردید

۲-۱-۳. ویژگی‌های ذاتی شبکه‌های اجتماعی

- سرعت و سادگی انتشار: کاربران می‌توانند محتوای شبهه‌ناک را با یک کلیک منتشر کنند.
- فرمت کوتاه و سطحی: پلتفرم‌ها به محتوای کوتاه و بصری اولویت می‌دهند و پاسخ‌های عمیق کمتر دیده می‌شوند.
- ناشناس بودن و بی‌مسئولیتی: امکان فعالیت با هویت‌های مستعار، مسئولیت‌پذیری را کاهش می‌دهد.
- کاهش مرجعیت رسمی: هر فردی می‌تواند خود را صاحب‌نظر معرفی کند و اعتبار مراجع سنتی تضعیف می‌شود (Marei, 2024, p. 150).
- چالش‌های راستی‌آزمایی: ضعف سواد رسانه‌ای کاربران، آن‌ها را در برابر شبهات آسیب‌پذیرتر می‌سازد (Weidinger et al., 2021, p. 10).

۲-۲. نقش هوش مصنوعی (AI) در تقویت و تولید شبیهات دینی

هوش مصنوعی به عنوان یکی از فناوری‌های تحول‌آفرین، در سال‌های اخیر ابزارهای قدرتمندی را در اختیار تولیدکنندگان و ناشران محتوای شبهه‌ناک قرار داده است. این ابزارها توانایی تولید، شخصی‌سازی و انتشار شبیهات را به سطحی بی‌سابقه ارتقا داده‌اند و زمینه‌ساز تغییرات عمیق در فضای دینی و معرفتی شده‌اند.

۲-۲-۱. تولید محتوای جعلی عمیق

دیپ‌فیک‌ها و ویدئوها یا صداها (Deepfakes) هستند که با بهره‌گیری از الگوریتم‌های یادگیری عمیق و هوش مصنوعی، به صورت بسیار واقع‌گرایانه جعل می‌شوند (Zhang et al., 2022, p. 34). در حوزه شبیهات دینی، این فناوری می‌تواند برای جعل سخنان چهره‌های دینی معتبر، تولید روایات یا احادیث ساختگی و تغییر زمینه و مفهوم گفتارهای واقعی در قالبی گمراه‌کننده به کار گرفته شود.

در سال‌های اخیر، نمونه‌هایی از ویدئوهای دست‌کاری شده در فضای مجازی فارسی منتشر شده است که در آن‌ها با استفاده از دیپ‌فیک، سخنانی خلاف مواضع واقعی به برخی شخصیت‌های دینی نسبت داده شده است. این ویدئوها به دلیل شباهت بسیار بالا به واقعیت، برای مخاطب غیرمتخصص کاملاً باورپذیر جلوه می‌کنند و زمینه شبهه در اعتبار گفتار دینی و بی‌اعتمادی نسبت به نهاد مرجعیت را فراهم می‌سازند.

شبهه مبتنی بر هوش مصنوعی (دیپ‌فیک)

الف) صورت شبهه: ویدئویی که در آن یک روحانی شناخته شده ظاهراً حکمی خلاف فتوای رسمی خود بیان می‌کند.

ب) راه شناخت شبهه: نشانه‌های این گونه محتوا معمولاً شامل کیفیت غیرطبیعی صدا یا تصویر، نبود منبع رسمی انتشار و هم‌زمانی انتشار گسترده در چند کانال غیررسمی است. آموزش این نشانه‌ها به مخاطبان، بخشی از سواد رسانه‌ای دینی به‌شمار می‌آید.

ج) نحوه پاسخ‌گویی: مواجهه مؤثر با این نوع شبهه نیازمند ترکیبی از اعلام موضع رسمی از سوی مراجع ذیصلاح، توضیح فنی درباره امکان جعل و کارکرد دیپ‌فیک و آموزش عمومی برای تشخیص نشانه‌های محتوای دست‌کاری شده است؛ صرف تکذیب، بدون تبیین سازوکار جعل، معمولاً برای بازسازی اعتماد مخاطب کافی نیست و می‌تواند به تعمیق تردیدها منجر شود (فاخری، نوربخش و یمقانی، ۱۴۰۳، ۲۶۷).

جدول ۳. تولید محتوای جعلی عمیق

نوع شبهه	بستر	راه شناخت	شیوه پاسخ
علم و دین	اینستاگرام	ساده سازی افراطی	محتوای تطبیقی کوتاه
تاریخی	تلگرام	ابهام منبع	تفکیک مفهومی
دیپ فیک	شبکه های ویدئویی	نشانه های فنی	پاسخ ترکیبی

۲-۲-۲. چت بات ها و مولدهای زبان

مدل های زبان بزرگ (Large Language Models – LLMs) مانند GPT-۴/۳ قادرند متون پیچیده، استدلال های منطقی و حتی مقالات را با سرعت و کیفیت بالا تولید کنند. این چت بات ها و مولدهای زبان (Generative AI – LLMs) می توانند در تولید و تقویت شبهات دینی به روش های زیر به کار گرفته شوند:

- تولید شبهات جدید و پیچیده با تحلیل داده های عظیم اینترنتی؛
- ایجاد بحث و گفت وگوهای شبهه آمیز در گروه های آنلاین؛
- شخصی سازی شبهات متناسب با دغدغه های فردی.

بازتاب سوگیری ها و اطلاعات نادرست موجود در داده های آموزشی (Weidinger et al., 2021, p. 12; اسماعیلی طبّا، سلطانی فر و فرهنگی، ۱۴۰۰، ج ۱۷، ۳۳).

یکی از اشکال نوین شبهه پراکنی، استفاده از چت بات های هوش مصنوعی برای تولید پاسخ هایی است که در ظاهر منسجم و عقلانی اند، اما بر داده های ناقص یا سوگیرانه تکیه دارند و می توانند به طور غیرمستقیم مبانی اعتقادی را زیر سؤال ببرند، بی آن که کاربر عادی توان تشخیص خطای معرفتی را داشته باشد.

نمونه عینی شبهه

الف) صورت شبهه (برآمده از گفت وگو با چت بات): «اگر خدا عادل است، چرا انسان ها با شرایط نابرابر متولد می شوند؟ این نشان می دهد عدالت الهی بیشتر یک باور انسانی است تا یک واقعیت». این مضمون با عبارات مشابه، در خروجی برخی سامانه های هوش مصنوعی در پاسخ به پرسش های دینی گزارش شده است.

ب) راه شناخت شبهه: این نوع پاسخ، هرچند ظاهری منطقی دارد، بر پیش فرض حل نشده ای استوار است که «برابری» را معادل «عدالت» می گیرد و به تمایز بنیادین این دو مفهوم در فلسفه اخلاق و کلام اسلامی توجهی ندارد؛ علاوه بر این، معمولاً فاقد ارجاع دقیق بوده و بیشتر بازتاب

برداشت‌های عرفی رایج است تا داوری معرفتی معتبر.

ج) نحوه پاسخ‌گویی: در پاسخ‌گویی مؤثر، نخست باید اعتماد مخاطب به عقلانیت پاسخ دینی بازسازی شود و توضیح داده شود که عدالت در اندیشه دینی به معنای «قرار گرفتن هر چیز در جایگاه شایسته خود» است، نه یکسان‌سازی ظاهری همه شرایط زندگی؛ بر این اساس، تفاوت در استعدادها، امکانات و موقعیت‌های طبیعی تا جایی که با حکمت الهی و امکان دسترسی همگان به مسیر کمال منافات نداشته باشد، مصداق ظلم به‌شمار نمی‌آید. متکلمان عدلیه با تکیه بر براهین عقلی، افعال الهی را منزله از هرگونه قبح و بی‌حکمت دانسته و تأکید می‌کنند که ارزش‌گذاری نهایی انسان‌ها برپایه اختیار و نحوه استفاده از امکانات موجود است، نه صرف داشتن یا نداشتن نعمت‌های ظاهری. به تعبیر استاد شهید مرتضی مطهری، عدل الهی به معنای «قرار دادن هر چیزی در جای خود» است و تفاوت‌های طبیعی و استعدادی، نه تنها با عدالت منافات ندارد، بلکه مقتضای نظام احسن و حکمت الهی است که زمینه‌ساز کمال و آزمون انسان‌هاست (مطهری، ۱۳۹۰، ص ۱۵۰). تبیین این تمایز میان «برابری عددی» و «عدالت حکیمانه» با مثال‌های ساده و در قالب محتوای کوتاه و تعاملی، می‌تواند اثر شبهه‌انگیز پاسخ اولیه چت‌بات را تا حد زیادی کاهش دهد.

جدول ۴. مقایسه انواع شبهات سنتی و شبهات هوش مصنوعی

شاخص	شبهات سنتی	شبهات مبتنی بر AI
تولیدکننده	انسان	انسان + ماشین
سرعت انتشار	محدود	بسیار سریع
قابلیت شخصی‌سازی	کم	بسیار بالا
تشخیص خطا	ممکن	دشوار
شیوه پاسخ	کلامی	کلامی + فناوریانه

۲-۲-۳. شخصی‌سازی محتوا و هدف‌گذاری دقیق الگوریتمی

هوش مصنوعی با تحلیل رفتار آنلاین کاربران (تاریخچه جست‌وجو، علاقه‌مندی‌ها، تعاملات) می‌تواند افراد آسیب‌پذیرتر را شناسایی کرده و محتوای شبهه‌ناک را به‌صورت هدفمند به آن‌ها پیشنهاد دهد. این هدف‌گذاری دقیق اثربخشی انتشار شبهات را افزایش می‌دهد؛ زیرا محتوا مستقیماً به سمت مخاطب آماده هدایت می‌شود (Marei, 2024, p. 150).

الف) صورت شبهه (تبلیغ هدفمند)

«اگر دین پاسخ گو بود، این همه جوان تحصیل کرده آن را ترک نمی کردند. آمارها نشان می دهد دین داری در حال فروپاشی است».

این نوع محتوا معمولاً به صورت پست های پیشنهادی یا تبلیغات غیررسمی برای کاربران خاص نمایش داده می شود.

ب) راه شناخت شبهه

این شبهه را می توان از طریق تکرار هدفمند آن برای یک گروه خاص شناسایی کرد. مخاطب معمولاً متوجه می شود که چنین محتوایی، دقیقاً با علایق، سن، یا گرایش های فکری او همخوان است و کمتر در معرض دید کاربران دیگر قرار می گیرد. این ویژگی نشان می دهد که شبهه نه به صورت عمومی، بلکه براساس تحلیل داده های رفتاری کاربر طراحی و عرضه شده است.

ج) نحوه پاسخ گویی

پاسخ به این شبهه باید با آشکارسازی سازوکار شخصی سازی آغاز شود؛ یعنی به مخاطب توضیح داده شود که نمایش مکرر این نوع محتوا، الزاماً بازتاب واقعیت اجتماعی نیست، بلکه نتیجه هدف گذاری الگوریتمی است. سپس می توان با ارائه داده های متنوع و مقایسه ای، نشان داد که دین داری پدیده ای چندلایه و پویاست و نمی توان آن را به یک روند خطی فروکاست. این نوع پاسخ، هم جنبه معرفتی دارد و هم سطحی از سواد الگوریتمی را به مخاطب منتقل می کند.

جدول ۵. نمونه های عینی شبهات شبکه های اجتماعی و شیوه مواجهه

نوع شبهه	بستر انتشار	سازوکار الگوریتمی	پیامد	شیوه پاسخ گویی
تعارض علم و دین	اینستاگرام، یوتیوب	تقویت محتوای احساسی	تردید اعتقادی	محتوای تصویری مقایسه ای
دین گریزی اخلاقی	توییتر فارسی	اتاق پژواک	تقویت کلیشه ها	گفت و گوی بینا رشته ای
تاریخی-روایی	تلگرام	بازنشر زنجیره ای	بی اعتمادی	تحلیل منبع محور

۲-۲-۴. اتوماسیون انتشار و ربات های خودکار

هوش مصنوعی به گروه های سازمان یافته اجازه می دهد با استفاده از ربات ها و حساب های جعلی، محتوای شبهه ناک را در مقیاس وسیع منتشر کنند. این ربات ها می توانند:

- لایک‌ها و کامنت‌های ساختگی ایجاد کنند؛
 - بحث‌های ساختگی در زیر پست‌ها شکل دهند؛
 - اکانت‌های جعلی با پروفایل‌های واقعی بسازند.
- این اتوماسیون دامنه تأثیرگذاری و سرعت انتشار شبهات را به حدی می‌رساند که مقابله دستی با آن تقریباً ناممکن می‌شود (شیردل، ۱۴۰۳).

نمونه عینی شبهه

(الف) صورت شبهه (تکرار ماشینی)

«اگر دین منطقی بود، این همه سؤال بی‌پاسخ درباره آن وجود نداشت».

این جمله با اندکی تفاوت، توسط حساب‌های ناشناس متعدد در زیر پست‌های دینی تکرار می‌شود.

(ب) راه شناخت شبهه

نشانه اصلی این نوع شبهه، تکرار یکسان یا بسیار مشابه آن در بازه زمانی کوتاه، توسط حساب‌هایی با فعالیت محدود، تصویر پروفایل غیرواقعی و سابقه تعامل اندک است. این الگو حاکی از استفاده از ربات‌های خودکار برای القای فراگیری و بدیهی بودن یک ادعاست.

(ج) نحوه پاسخ‌گویی

پاسخ به این شبهه باید دو سطح داشته باشد؛ در سطح نخست مخاطب باید متوجه شود که کثرت ظاهری یک ادعا، لزوماً به معنای اعتبار آن نیست. در سطح دوم می‌توان با ارائه نمونه‌هایی از پاسخ‌های عقلانی و مستند به همان سؤال‌ها، نشان داد که مسئله «بی‌پاسخ بودن» بیش از آن‌که واقعی باشد، القا شده است. این پاسخ زمانی اثرگذار خواهد بود که با افشای سازوکار رباتیک همراه شود.

جدول ۶. الگوهای اتوماسیون انتشار شبهات دینی و پیامدهای آن

نوع اتوماسیون	نمونه رفتار رباتیک	هدف	پیامد معرفتی
کامنت‌گذاری خودکار	تکرار یک شبهه زیر پست‌ها	القای اجماع	عادی‌سازی تردید
بازنشر زمان‌بندی شده	انتشار هم‌زمان در کانال‌ها	افزایش دیده شدن	توهم فراگیری
لایک و تعامل مصنوعی	افزایش جعلی تعامل	فریب الگوریتم	تقویت شبهه
حساب‌های ناشناس	هویت جعلی	کاهش پاسخ‌گویی	بی‌اعتمادی عمومی

جدول تکمیلی ۷. انواع شبهات دینی در فضای مجازی، سازوکار شکل‌گیری و شیوه مواجهه

بستر / فناوری	نمونه شبهه رایج	سازوکار انتشار	راه شناخت شبهه	شیوه پاسخ‌گویی مؤثر
شبکه‌های اجتماعی (اینستاگرام، یوتیوب)	تعارض علم و دین (تکامل و خلقت)	الگوریتم پیشنهاد محتوای احساسی	ساده‌سازی افراطی، دوگانه‌سازی علم/دین	محتوای تصویری تطبیقی و مرحله‌ای
شبکه‌های اجتماعی (تلگرام، توئیتر)	تردید تاریخی در احادیث	اتاق پژواک و بازنشر زنجیره‌ای	ابهام منبع، خلط نقد و انکار	تفکیک مفهومی و روایت تاریخی کوتاه
چت‌بات‌ها و LLMs	شبهات شبه‌عقلانی درباره عدالت الهی	تولید پاسخ زبانی منسجم بدون داوری معرفتی	پیش‌فرض پنهان، فقدان ارجاع معتبر	بازسازی عقلانیت دینی با مثال‌های ساده
شخصی‌سازی محتوا	القای فروپاشی دین‌داری	هدف‌گذاری دقیق مبتنی بر داده‌های رفتاری	تکرار محتوا برای گروه خاص	آگاهی‌بخشی الگوریتمی و داده مقایسه‌ای
دیپ‌فیک و محتوای جعلی	جعل موضع شخصیت‌های دینی	هوش مصنوعی مولد تصویر و صدا	نشانه‌های فنی جعل، منبع نامعتبر	پاسخ ترکیبی (فنی + اعلام رسمی)
ربات‌ها و اتوماسیون	القای فراگیری شبهه	تکرار ماشینی توسط حساب‌های ناشناس	تکرار هم‌زمان و الگوی غیرطبیعی	افشای سازوکار رباتیک + پاسخ مستند

جدول فوق نشان می‌دهد که شبهات دینی در فضای مجازی، پدیده‌ای تک‌علتی نیستند، بلکه حاصل برهم‌کنش بسترهای رسانه‌ای، فناوری‌های هوشمند و الگوهای رفتاری کاربران‌اند؛ ازاین‌رو مواجهه با آن‌ها نیز نیازمند راهبردی چندسطحی و ترکیبی است.

۲-۳. مطالعه موردی مقدماتی: تحلیل نمونه‌ای از شبهات دینی در یک پلتفرم اجتماعی (اینستاگرام فارسی)

به‌منظور عینیت‌بخشی به تحلیل‌های کیفی ارائه شده در خصوص سازوکارهای شبکه‌های اجتماعی

و فراتر از مثال‌های پراکنده، یک مطالعه موردی مقدماتی با روش تحلیل محتوای کمی روی یک نمونه هدفمند انجام پذیرفت. هدف این مطالعه، بررسی اولیه الگوهای انتشار، تعامل و محتوای شبهات دینی در بستر یک پلتفرم پرنفوذ بود.

روش‌شناسی مطالعه موردی

- **جامعه و نمونه آماری:** جامعه آماری، صفحات فارسی‌زبان فعال در حوزه مباحث دینی/ضددینی در پلتفرم اینستاگرام بودند. با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند و جست‌وجوی هشتگ‌های کلیدی مرتبط با شبهات رایج (مانند #شبهات‌دینی، #نقد‌دین، #عقل‌ودین)، ۱۰۰ پست که به‌وضوح حاوی شبهه یا پرسش چالشی نسبت به آموزه‌های اسلامی (در حوزه علم و دین، عدالت الهی، احکام و تاریخ) بودند، در بازه زمانی دی ماه ۱۴۰۲ تا اسفند ۱۴۰۲ انتخاب شدند. تأکید می‌شود که یافته‌های این مطالعه موردی به هیچ‌وجه به سایر پلتفرم‌ها (از جمله تلگرام، توییتر و یوتیوب) تعمیم داده نمی‌شود و هر پلتفرم نیازمند مطالعه جداگانه است.
- **واحد تحلیل و گردآوری داده:** واحد تحلیل، «هر پست» به همراه «کامنت‌های اصلی» آن بود. داده‌های کمی شامل تعداد لایک، تعداد کامنت، تعداد اشتراک‌گذاری (شاره) و مدت زمان محتوای ویدئویی ثبت شد. داده‌های کیفی نیز شامل قالب محتوا (ویدئو، تصویر و متن)، طنز یا احساسی بودن و وجود یا عدم وجود منبع معتبر در خود پست، مورد کدگذاری قرار گرفت.
- **روش تحلیل:** داده‌های کمی با آمار توصیفی (میانگین، درصد) و داده‌های کیفی با تحلیل محتوای قیاسی براساس مقوله‌های از پیش تعیین شده (مبتنی بر ویژگی‌های بخش ۲.۲) تحلیل شدند.

یافته‌های کلیدی مطالعه موردی

نتایج این تحلیل نمونه‌ای، مؤید و مکمل یافته‌های تحلیلی بخش‌های پیشین است:

۱. **غلبه قالب‌های کوتاه و بصری:** ۸۵٪ از پست‌های حاوی شبهه در قالب ویدئوهای کوتاه (ریلز) با میانگین زمان ۴۵ ثانیه بودند. این یافته، تأکید مقاله بر ویژگی «گذار از استدلالی به احساسی و تصویری» و اولویت الگوریتم‌ها به چنین قالب‌هایی را تأیید می‌کند.
۲. **ارتباط مستقیم قالب با تعامل:** پست‌های ویدئویی کوتاه، به‌طور میانگین ۳.۲ برابر بیشتر

از پست‌های متنی یا تصویری طولانی، تعامل (جمع لایک و کامنت) دریافت کرده بودند. این نشان می‌دهد الگوریتم‌های اولویت‌بندی به‌طور بالفعل محتوای شبهه‌دار جذاب را تقویت می‌کنند.

۳. **کمبود منابع و استدلال منسجم:** در ۹۰٪ از پست‌های بررسی‌شده، هیچ منبع معتبر یا استناد دقیقی برای ادعای مطرح‌شده ارائه نشده بود و استدلال‌ها اغلب به‌صورت گزاره‌های قطعی و تک‌بعدی بیان شده بودند. این امر، ویژگی «دشواری راستی‌آزمایی» و «ترویج نگاه سطحی» را عینیت می‌بخشد.

۴. **حضور کم‌رنگ پاسخ‌های نظام‌مند:** تنها در ۳۰٪ از موارد، پاسخ‌های نسبتاً مفصل و مستدل در بخش کامنت‌ها توسط کاربران آگاه ارائه شده بود، اما این پاسخ‌ها معمولاً در زیر انبوهی از کامنت‌های کوتاه، طنزآمیز یا موافق با شبهه گم می‌شدند. این مشاهده، فرضیه شکل‌گیری «اتاق‌های پژواک» و دشواری دسترسی به دیدگاه متعادل را پشتیبانی می‌کند.

۲۰۱



جمع‌بندی و محدودیت مطالعه

این مطالعه موردی مقدماتی، اگرچه محدود به یک پلتفرم، بازه زمانی و نمونه کوچک است، اما به‌صورت عینی نشان می‌دهد که سازوکارهای نظری تشریح‌شده در این مقاله (الگوریتم‌ها، اولویت‌بندی قالب کوتاه، ضعف منابع و حاشیه‌نشینی پاسخ‌های عمیق) در عمل نیز در حال وقوع و تشدید هستند. توصیه می‌شود مطالعات آتی با نمونه‌های بزرگ‌تر، در پلتفرم‌های متنوع و با روش‌های ترکیبی (کمی-کیفی) به‌صورت طولی انجام شود تا ابعاد این پدیده با دقت بیشتری سنجش گردد.

۳. راهکارهای مقابله و فرصت‌های هوش مصنوعی در پاسخ به شبهات

با توجه به چالش‌های مطرح‌شده در بخش‌های پیشین در خصوص نقش شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی در گسترش شبهات دینی، اکنون نوبت به تبیین راهکارهای عملی برای مقابله با این پدیده می‌رسد. نکته مهم این است که همان ابزارهایی که می‌توانند بسترساز گسترش شبهات باشند، در صورت استفاده صحیح و هوشمندانه، قابلیت تبدیل شدن به ابزارهایی قدرتمند برای روشنگری، پاسخ‌گویی و ترویج معارف دینی را نیز دارند؛ بنابراین راهکارهای مقابله را می‌توان در

سه سطح اصلی دسته‌بندی کرد: فناوری-محتوایی، فرهنگی-رسانه‌ای و نهادی-حکومتی.

۳-۱. راهکارهای فناوری-محتوایی (با بهره‌گیری از هوش مصنوعی)

این راهکارها بر استفاده از ظرفیت‌های هوش مصنوعی و فناوری‌های دیجیتال برای شناسایی، تحلیل و پاسخ‌گویی مؤثر به شبهات تمرکز دارند.

۳-۱-۱. الگوریتم‌های شناسایی و فیلتر شبهات (راهکارهای عملیاتی)

در سطح فناوریانه، دو راهکار عملیاتی پیشنهاد می‌شود:

اول: طراحی یک افزونه مرورگر که زنجیره سند یک نقل‌قول دینی را ردیابی کرده و سطح اعتبار آن را از پایگاه‌های حدیثی معتبر (مانند جامع‌الاحادیث) نمایش می‌دهد. این ابزار به‌صورت خودکار مشخص می‌کند که یک ادعای دینی در چه منبعی اصالت دارد. این راهکار به‌ویژه برای پاسخ به شبهات تاریخی-روایی جدول (۲) کاربرد دارد.

دوم: توسعه یک سامانه تشخیص ناهماهنگی‌های لبی-صورتی برای شناسایی ویدئوهای دیپ‌فیک که به‌صورت رایگان در اختیار کاربران قرار گیرد. این سامانه می‌تواند به‌عنوان یک سرویس تحت وب، ویدئوهای مشکوک را اسکن کرده و احتمال جعل را اعلام نماید. صرف تکذیب، بدون ابزار عملی تشخیص، برای بازسازی اعتماد مخاطب کافی نیست. الگوریتم‌های پردازش زبان طبیعی (NLP) و بینایی کامپیوتر می‌توانند محتوای شبهه‌ناک را شناسایی کنند.

- تشخیص الگوهای زبانی و واژگان کلیدی شبهه؛
 - فیلتر محتوای مخرب و اطلاعات غلط (رستمی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۵۵)؛
- توسعه فیلترهای ضد دیپ‌فیک برای تشخیص ویدئوها و صداها (Zhang et al., 2029, p. 90).

۳-۱-۲. ساخت ربات‌های پاسخ‌گو و چت‌بات‌های دینی

چت‌بات‌های مبتنی بر مدل‌های زبان بزرگ (LLMs) که با داده‌های معتبر دینی آموزش دیده‌اند، می‌توانند به‌صورت فوری و ۲۴ ساعته پاسخ‌گو باشند.

- پاسخ‌گویی سریع و در دسترس (شیردل، ۱۴۰۳)؛
- ارائه پاسخ‌های مستدل و استاندارد؛

- کاهش بار پاسخ‌گویی انسانی؛ مشروط به آموزش صحیح و داده‌های معتبر (واعظی، ۱۴۰۴)؛

۳-۱-۳. سیستم‌های هوشمند رصد و تحلیل شبهات

با استفاده از کلان‌داده‌ها و الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌توان روندهای شبهات را شناسایی و منشأ انتشار آن‌ها را تحلیل کرد.

- تشخیص زودهنگام شبهات جدید؛
- شناسایی حساب‌های کاربری و کانال‌های سازمان‌یافته؛
- پیش‌بینی شیوع شبهات و اقدام پیشگیرانه (علوی‌پور و همکاران، ۱۳۹۹، ص ۱۶۹).

۳-۲. راهکارهای فرهنگی-رسانه‌ای

این راهکارها بر تربیت مخاطب، تولید محتوای جذاب و افزایش سواد دیجیتال دینی تمرکز دارند.

۳-۲-۱. تولید محتوای دینی جذاب و مستدل

در مواجهه با شبهاتی از نوع تعارض علم و دین، پاسخ‌گویی مؤثر مستلزم خروج از قالب‌های سنتی و ورود به همان بستر رسانه‌ای است که شبهه در آن شکل گرفته است. به‌جای پاسخ‌های طولانی و صرفاً متنی، لازم است محتوای کوتاه، تصویری و مقایسه‌ای تولید شود که ضمن پذیرش دستاوردهای علمی، تبیین‌کننده تعارض ادعا شده، ناشی از قرائت سطحی از متون دینی یا ساده‌سازی افراطی نظریه‌های علمی است. تجربه صفحات موفق دینی در شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که ارائه پاسخ‌های مرحله‌ای، اینفوگرافیکی و مبتنی بر پرسش و پاسخ، اثربخشی بیشتری در کاهش اثر شبهه دارد.

- استفاده از فرمت‌های مدرن مانند اینفوگرافیک، موشن‌گرافیک، پادکست و ویدئوهای کوتاه (اسماعیلی طباطبائی، سلطانی‌فر و فرهنگی، ۱۴۰۰، ص ۴۰)؛
- تولید محتوای تعاملی با بهره‌گیری از قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی؛
- حمایت از چهره‌های جوان و رسانه‌ای برای حضور فعال در فضای مجازی.

۳-۲-۲. آموزش سواد رسانه‌ای و سواد دیجیتال دینی

- آموزش تکنیک‌های شبهه‌پراکنی و مهارت‌های راستی‌آزمایی (رستمی و همکاران، ۱۳۹۶، ص ۱۱، ۷۲)؛

- ترویج تفکر انتقادی و پرسشگری؛
- آموزش سواد دیجیتال دینی به طلاب و مبلغان.

۳-۲-۳. تقویت مرجعیت دینی و ایجاد پایگاه‌های داده معتبر

ایجاد پایگاه‌های جامع پاسخ به شبهات توسط مراکز تخصصی حوزوی و دانشگاهی، در قالب متنی، صوتی و تصویری.

۳-۳. راهکارهای نهادی و حکومتی

این راهکارها شامل سیاست‌گذاری‌ها، قانون‌گذاری‌ها و حمایت‌های ساختاری برای مقابله با شبهات دینی هستند.

۳-۳-۱. نظارت هوشمند بر پلتفرم‌ها و همکاری با آن‌ها

- وضع قوانین برای محتوای مخرب و جرم‌انگاری انتشار شبهات سازمان‌یافته.
- همکاری با پلتفرم‌ها برای حذف سریع محتوای شبهه‌ناک.
- درخواست شفافیت الگوریتم‌ها و کاهش سوگیری.

۲۰۴



۳-۳-۲. حمایت از نهادهای تخصصی شبهه‌زدایی

- تأسیس و تقویت مراکز پژوهشی و دینی با تیم‌های چندرشته‌ای؛
- تأمین بودجه و امکانات کافی؛
- ایجاد شبکه ارتباطی میان دانشگاهیان و فعالان فضای مجازی.

۳-۳-۳. قانون‌گذاری و سیاست‌گذاری شفاف

- تدوین قوانین به‌روز در زمینه استفاده از هوش مصنوعی و مسئولیت پلتفرم‌ها (رستمی و همکاران، ۱۳۹۶، ج ۱۱، ص ۶۶).
- حمایت از تولید محتوای اصیل دینی؛
- جرم‌انگاری سوءاستفاده از فناوری‌های نوین؛
- ترویج سواد دیجیتال در برنامه‌های آموزشی ملی.

۴. مدل مفهومی پژوهش: تلفیق یافته‌های نظری و تجربی

براساس تحلیل‌های انجام‌شده، مدل سه مرحله‌ای زیر برای نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی در گسترش شبهات دینی ارائه می‌شود:

مرحله	بازیگر اصلی	نقش هوش مصنوعی	نقش شبکه اجتماعی
تولید	افراد/گروه‌ها	دیپ‌فیک، چت‌بات‌ها	پلتفرم‌های اشتراک ویدئو
انتشار	الگوریتم‌ها	شخصی‌سازی، هدف‌گذاری	اتاق پژواک، بازنشر زنجیره‌ای
تثبیت	کاربران + ربات‌ها	اتوماسیون کامنت، تکرار	عادی‌سازی، حاشیه‌رانی پاسخ‌ها

این مدل دو نقش متمایز برای هوش مصنوعی قائل است:

۱) به‌عنوان مولد محتوا (دیپ‌فیک و متن‌سازها) و ۲) به‌عنوان موتور توزیع (الگوریتم‌های پیشنهاد محتوا).

نتیجه

در پاسخ به پرسش نخست پژوهش مبنی بر سازوکارهای نقش‌آفرینی شبکه‌های اجتماعی در برجسته‌سازی و عادی‌سازی شبهات دینی، این پژوهش با تحلیل ماهیت شبهات در فضای مجازی نشان داد که شبهه در زیست‌بوم دیجیتال معاصر، دیگر صرفاً یک مسئله معرفتی یا کلامی نیست، بلکه پدیده‌ای چندلایه و فرایندی است که در بستر رسانه‌های اجتماعی و فناوری‌های هوش مصنوعی شکل می‌گیرد. یافته‌های مقاله حاکی از آن است که شبهات دینی امروز، بیش از آن‌که نتیجه طرح پرسش‌های اصیل معرفتی باشند، محصول سازوکارهای فناورانه‌ای‌اند که به‌صورت هدفمند یا ناخواسته، تردیدهای دینی را تولید، تقویت و بازتولید می‌کنند.

تحلیل بخش‌های مختلف پژوهش نشان داد که ویژگی‌های ذاتی شبکه‌های اجتماعی، ازجمله سرعت بالای انتشار، غلبه قالب‌های تصویری و تعاملی و منطق اقتصاد توجه، زمینه‌ای مساعد برای ساده‌سازی مفاهیم پیچیده دینی و برجسته‌سازی گزاره‌های شبهه‌انگیز فراهم می‌آورد. در این میان، اتاق‌های پژواک و حباب‌های فیلتر با حذف تدریجی دیدگاه‌های رقیب، موجب تثبیت و طبیعی‌سازی شبهات در ذهن مخاطبان می‌شوند؛ به‌گونه‌ای که شبهه، به‌جای آن‌که به‌مثابه یک ادعای قابل نقد درک شود، به‌صورت یک باور بدیهی جلوه می‌کند.

در پاسخ به پرسش دوم، درباره نقش فناوری‌های هوش مصنوعی در تولید، تقویت و انتشار سازمان‌یافته شبهات دینی، یافته‌های مرتبط با هوش مصنوعی نشان داد که فناوری‌هایی همچون

چت‌بات‌ها، مولدهای زبان، شخصی‌سازی محتوا و ربات‌های خودکار، مرحله‌ای نوین از شبهه‌پردازی را رقم زده‌اند که ویژگی اصلی آن، اقناع شبهه‌عقلانی و فریب فناورانه است. در این نوع شبهات، مخاطب با پاسخ‌ها یا محتوایی مواجه می‌شود که از انسجام زبانی و ظاهری عقلانی برخوردارند، اما از نظر معرفتی مبتنی بر پیش‌فرض‌های حل نشده یا داده‌های گزینشی‌اند. این امر، تشخیص مرز میان شبهه، نقد علمی و خطای معرفتی را برای مخاطب عادی دشوار می‌سازد.

در ارتباط با پرسش سوم، یعنی شناسایی راهکارهای فناورانه-محتوایی و فرهنگی-رسانه‌ای مواجهه با شبهات دینی در این بستر، دستاورد علمی اصلی این پژوهش، ارائه چارچوبی تحلیلی برای فهم شبهات دینی به مثابه پدیده‌ای فناورانه-رسانه‌ای است که در آن، شبهه نه یک گزاره منفرد، بلکه نتیجه یک فرایند چندمرحله‌ای تولید، تقویت و انتشار تلقی می‌شود. این چارچوب، امکان بازنگری در رویکردهای رایج شبهه‌پژوهی را فراهم می‌کند و نشان می‌دهد که مواجهه مؤثر با شبهات دینی، مستلزم ترکیب تحلیل معرفتی با شناخت سازوکارهای رسانه‌ای و فناورانه است.

براساس این تحلیل، مقاله نتیجه می‌گیرد که پاسخ‌گویی به شبهات دینی در فضای مجازی، زمانی اثربخش خواهد بود که از سطح واکنش‌های موردی و پسینی فراتر رفته و به راهبردی پیش‌دستانه، نظام‌مند و چندسطحی تبدیل شود. چنین راهبردی باید هم‌زمان بر ارتقا سواد رسانه‌ای و الگوریتمی مخاطبان، بازطراحی شیوه‌های تولید محتوای دینی و بهره‌گیری آگاهانه از ظرفیت‌های هوش مصنوعی در جهت شناسایی و مهار شبهات استوار باشد. در غیر این صورت، شکاف میان دین و زیست‌جهان دیجیتال مخاطبان، به تدریج عمیق‌تر خواهد شد.

در پاسخ به پرسش چهارم، درباره امکان تبدیل تهدید به فرصت، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که همان سازوکارهایی که امروز به گسترش شبهات دینی کمک می‌کنند، در صورت مدیریت آگاهانه و طراحی هوشمندانه، می‌توانند به ابزارهایی برای تعمیق فهم دینی، تقویت گفت‌وگوی عقلانی و توسعه نظام‌های پاسخ‌گویی هدفمند تبدیل شوند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی و هوش مصنوعی برای رصد زود هنگام شبهات، تولید محتوای کوتاه و جذاب در پاسخ به آن‌ها و توسعه سامانه‌های هوشمند مشاوره و پرسش و پاسخ دینی، نمونه‌هایی از این ظرفیت‌های فرصت‌آفرین است.

در مجموع، این پژوهش نشان می‌دهد که شبهه‌پژوهی در عصر هوش مصنوعی، نیازمند بازتعریف مفهومی، روش‌شناختی و راهبردی است و نمی‌توان با ابزارهای سنتی به تنهایی به مواجهه با شبهات نوپدید پرداخت. چارچوب ارائه شده در این مقاله می‌تواند مبنایی برای توسعه مطالعات آینده در حوزه شبهه‌پژوهی، سیاست‌گذاری فرهنگی و طراحی نظام‌های پاسخ‌گویی

هوشمند به شبهات دینی قرار گیرد.

کاربردهای پژوهش

یافته‌های این پژوهش می‌تواند در چند سطح علمی و عملی مورد استفاده قرار گیرد. در سطح نظری، چارچوب تحلیلی ارائه شده امکان بازتعریف مفهوم شبهه دینی را در بستر رسانه‌های نوین و فناوری‌های هوشمند فراهم می‌کند و می‌تواند مبنای مطالعات میان‌رشته‌ای در حوزه کلام جدید، دین‌پژوهی دیجیتال و مطالعات شبهه‌پژوهی قرار گیرد. در سطح آموزشی، نتایج مقاله قابلیت بهره‌برداری در طراحی دوره‌های سواد رسانه‌ای دینی، آموزش مبلغان و تولید محتوای آگاهی‌بخش برای کاربران فضای مجازی را دارد. در سطح سیاست‌گذاری فرهنگی و دینی نیز، این پژوهش می‌تواند به نهادهای مرتبط در شناسایی الگوهای نوپدید شبهه‌افکنی و طراحی راهبردهای پیش‌دستانه برای مواجهه با آن‌ها کمک کند. همچنین، پیشنهادها ارائه شده در این مقاله می‌تواند مبنایی برای توسعه سامانه‌های هوشمند پاسخ‌گویی به شبهات دینی و ارتقا کارآمدی فعالیت‌های دینی در فضای مجازی باشد.

۲۰۷



پژوهش‌های پیشنهادی

با توجه به یافته‌های این پژوهش، پیشنهاد می‌شود در مطالعات آینده، نقش الگوریتم‌های پیشنهاد محتوا در شکل‌گیری ادراک دینی کاربران به صورت تجربی و مبتنی بر داده‌های واقعی بررسی شود. همچنین، تحلیل تطبیقی عملکرد چت‌بات‌ها و سامانه‌های هوش مصنوعی در پاسخ‌گویی به پرسش‌های دینی در زبان‌ها و بافت‌های فرهنگی مختلف، می‌تواند به غنای مطالعات شبهه‌پژوهی بیفزاید. از سوی دیگر، بررسی میزان اثربخشی راهبردهای پاسخ‌گویی مبتنی بر سواد الگوریتمی در کاهش پذیرش شبهات دینی، از جمله محورهای مهم پژوهشی است که نیازمند مطالعات میدانی و پیمایشی است. در نهایت، تحلیل اخلاقی و فقهی استفاده از هوش مصنوعی در تولید و مقابله با شبهات دینی، می‌تواند افق‌های تازه‌ای را پیش روی پژوهشگران این حوزه بگشاید.

منابع

قرآن کریم.

نهج البلاغه.

۱. رستمی، محمد و همکاران، «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ و باورهای دینی (هویت) کاربران مطالعه موردی: کاربران استان اصفهان»، نشریه علوم اجتماعی، ج ۱۱، ۱۳۹۶، ش (۳۷) ۱۱، ص ۵۱-۷۶.
۲. رهبری، محمد و ابوالفضل دلاوری و هادی صفری، «فضای مجازی و قطب‌بندی سیاسی در ایران، مطالعه موردی: واکنش‌های کاربران توئیتر فارسی به رویدادهای سیاسی و اجتماعی (سال‌های ۱۴۰۰-۱۴۰۱)»، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ج ۱۹، ۱۴۰۲، ش ۷۰، ص ۲۴۱-۲۷۱.
۳. علوی‌پور، سیدمحسن و همکاران، «سیاست گذاری سواد رسانه‌ای در ایران: چالش‌ها و ظرفیت‌ها»، مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ج ۱۰، ۱۳۹۹، ۱ (۱۹)، ص ۱۸۸-۱۶۵.
۴. اسماعیلی طباطبائی، سیدمرتضی؛ سلطانی‌فر، محمد؛ فرهنگی، علی‌اکبر، «کاربست سواد رسانه‌ای دینی در مواجهه با آسیب‌های فضای مجازی به‌عنوان یک مسئله مستحدثه»، پژوهش‌های فقهی، ج ۱۷، ۱۴۰۰، ش ۱، ص ۴۶-۲۹.
۵. شیردل، هادی، «آشنایی با دین‌دان ربات پاسخ‌گوی هوشمند به سؤالات دینی»، خبرگزاری حوزه، <https://www.hawzahnews.com/news/1209785>، ۱۴۰۳.
۶. ظهیری، معصومه، «ضرورت شناخت و تأثیر فضای مجازی در رواج شبهات»، مؤسسه صراط‌المبین، ۱۴۰۱، <https://www.smhi.ir/index.php/interview/item/5410-1>.
۷. عجم، فهیمه؛ رحیمی، دادکان محمد؛ رحیمی دادکان، عبدالسلام، «گفت‌وگوی ادیان و شبهات مطرح دین اسلام در فضای مجازی»، در همایش بین‌المللی گفت‌وگوی ادیان و مذاهب؛ همزیستی مسالمت آمیز، زاهدان: سیویلیکا، ۱۴۰۱.
۸. فاخری، سهیل؛ نوربخش، اعظم‌السادات؛ یمقانی، محمدرضا، «مدل‌ها و روش‌های تشخیص دیپ‌فیک در هوش مصنوعی و تأثیر این پدیده بر فرهنگ اجتماعی از منظر رسانه»، مدیریت نوآوری و راهبردهای عملیاتی، ج ۵، ش ۳، نشر رثا با حمایت دانشگاه آیندگان، ۱۴۰۳، ص ۲۵۹-۲۸۷.
۹. القاصی، سوسن؛ القاصی، ابراهیم، «بررسی وجوه تأثیرگذاری فضای مجازی بر شبهات دینی دانش‌آموزان»، در دومین کنفرانس بین‌المللی و سومین کنفرانس ملی یافته‌های نوین در مدیریت، روان‌شناسی و حسابداری، دزفول: دانشگاه آزاد اسلامی واحد دزفول، ۱۴۰۲.
۱۰. معلوف، لویس، المنجد فی اللغة و الاعلام، بیروت-لبنان: دارالمشرق، ۱۳۷۳.
۱۱. معین، محمد، فرهنگ فارسی، ج ۶، تهران: مؤسسه انتشارات امیرکبیر، ۱۳۷۱.
۱۲. مطهری، مرتضی، عدل الهی. تهران: انتشارات صدرا، ۱۳۹۰.
۱۳. واعظی، احمد، «از چالش هوش مصنوعی تا ضرورت بازنگری در جهت‌گیری پژوهش‌های دینی»، خبرگزاری بین‌المللی قرآن، ۱۴۰۴، <https://iqna.ir/fa/news/4322805>.

۲۰۸

شهرت

سال چهارم / شماره هشتم / بهار و تابستان ۱۴۰۵

14. Ahmmad, Mukhtar, Khurram Shahzad, Abid Iqbal, and Mujahid Latif, "Trap of Social Media Algorithms: A Systematic Review of Research on Filter Bubbles, Echo Chambers, and Their Impact on Youth," *ResearchGate*, 2025, 15 (11).
15. Ali, Sajad, "EnGglish-Social Media And Atheism: Religious Doubts And Skepticism In The Digital Age," *The Scholar Islamic Academic Research Journal*, 2024, 10 (2).
16. Bingaman, Kirk A, "Religion in the Digital Age: An Irreversible Process," *Religions*, 2023, 14 (1).
17. Chesney, Robert, and Danielle Keats Citron, "Deep Fakes: A Looming Challenge for Privacy, Democracy, and National Security," *Social Science Research Network*, 2018, no, 692 (July).
18. Diakopoulos, Nicholas, *Automating the News: How Algorithms Are Rewriting the Media*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 2019.
19. Feenberg, Andrew, *Technosystem: The Social Life of Reason*, Cambridge, MA: Harvard University Press, 2017.
20. Marei, Fouad Gehad, "God's Influencers: How Social Media Users Shape Religion and Pious Self-Fashioning," *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 2024, 13 (2), pp. 143–172.
21. Noelle-Neumann, Elisabeth, "The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion," *Journal of Communication*, 1974, 24(2), pp. 43–51.
22. Sunstein, Cass R, *#Republic: Divided Democracy in the Age of Social Media*, Princeton ; Oxford: Princeton University Press, 2017.
23. Weidinger, Laura, John F. J. Mellor, Maribeth Rauh, Conor Griffin, Jonathan Uesato, Po-Sen Huang, Myra Cheng, et al., *Ethical and Social Risks of Harm from Language Models*, Cornell University: arXiv.org, 2021.
24. Zhang, Liang, "The Digital Age of Religious Communication: The Shaping and Challenges of Religious Beliefs through Social Media," *Studies on Religion and Philosophy*, 2025, 1 (1), pp. 25–41.

