



AI और मीडिया का प्रभाव स्वरूप सांस्कृतिक रूपांतरण

Tarun Joshi, Assistant Professor, Department of BCA, Pal College of Technology and Management, Kumaun University,
Trunjoshi@gmail.com

शोध सारांश

जब हम एआई की बात करते हैं, तो इसका मतलब है कृत्रिम बुद्धिमत्ता (AI), और जब हम मीडिया की बात करते हैं, तो इसका मतलब है सोशल मीडिया, सर्वेक्षण आदि, यानी आजकल की मीडिया, जो समाज में सांस्कृतिक बदलावों पर एआई के प्रभाव को समझने पर केंद्रित है। जैसे-जैसे एआई-संचालित उपकरण मीडिया प्लेटफॉर्मों में अधिक एकीकृत हो रहे हैं, यह अध्ययन उनके सामाजिक व्यवहार, सांस्कृतिक मानदंडों और सामाजिक धारणाओं पर प्रभाव की जांच करता है। जब हम एआई को मीडिया के साथ जोड़ते हैं, तो यह सर्वेक्षण के आधार पर एक समग्र विश्लेषण प्रदान करता है। यह पेपर इस बात पर जोर देता है कि एआई मीडिया में व्यक्तिगतकरण और लक्षित करने को कैसे बढ़ावा देता है, लेकिन साथ ही यह गलत जानकारी फैलने और गोपनीयता संबंधी समस्याओं को लेकर चिंताएं भी उत्पन्न करता है।

इस अध्ययन में मिश्रित पद्धति का उपयोग किया गया है। गुणात्मक विधि के तहत सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों पर एआई-जनित सामग्री का विश्लेषण किया गया है। मैंने इस अध्ययन के लिए द्वितीयक डेटा स्रोत का उपयोग किया है।

