कृत्रिम बुद्धिमत्ता और मीडिया नैतिकता: एक आलोचनात्मक मूल्यांकन

डॉ. विजयेन्दु चतुर्वेदी*

vijayendu.chaturvedy@gmail.com

सारांश

वर्तमान डिजिटल युग में कृत्रिम बुद्धिमत्ता (एआई) ने मीडिया उद्योग को अत्यधिक प्रभावित किया है। समाचार लेखन, विश्लेषण, प्रस्तुति और वितरण की पारंपरिक प्रक्रियाएं अब स्वचालित एआई सिस्टम्स द्वारा संचालित हो रही हैं। यद्यपि इससे पत्रकारिता की गति, लागत और पहुँच में सकारात्मक परिवर्तन आया है, परंतु इसके साथ गंभीर नैतिक चुनौतियाँ भी उत्पन्न हुई हैं, जैसे डीपफेक, पूर्वग्रह, पारदर्शिता की कमी, और उत्तरदायित्व का अभाव। यह शोधपत्र मीडिया में एआई के बढ़ते उपयोग के सामाजिक, तकनीकी एवं नैतिक पहलुओं का आलोचनात्मक मूल्यांकन करता है। शोध के अंतर्गत चीन, भारत, व पश्चिमी देशों से संबंधित केस स्टडीज, नीति दस्तावेजों एवं विशेषज्ञ मतों का विश्लेषण किया गया है। साथ ही, इस शोध में मीडिया संस्थानों, नीति निर्माताओं और तकनीकी विशेषज्ञों की भूमिका की भी समीक्षा की गई है। शोध का निष्कर्ष यह इंगित करता है कि एआई के प्रभावी और नैतिक उपयोग के लिए स्पष्ट नीतियाँ, पारदर्शी प्रक्रियाएं, और मानवीय निगरानी अत्यंत आवश्यक हैं। शोध में एआई आधारित पत्रकारिता के लिए विशिष्ट नैतिक दिशा-निर्देश और मीडिया शिक्षा में एआई नैतिकता के समावेश की भी अनुशंसा की गई है।

बीज शब्द:

कृत्रिम बुद्धिमत्ता (एआई), मीडिया नैतिकता, डीपफेक, फेक न्यूज, उत्तरदायित्व, एल्गोरिद्म, पूर्वग्रह, डिजिटल पत्रकारिता, पारदर्शिता, स्वचालित पत्रकारिता, एआई नियमन, पत्रकारिता शिक्षा, नैतिक दिशा-निर्देश।

प्रस्तावना:

वर्तमान समय में जब संपूर्ण विश्व डिजिटल युग में प्रवेश कर चुका है, तो सूचना के संप्रेषण और संप्रेषण के माध्यमों में भी व्यापक परिवर्तन आया है। इस परिवर्तन की धुरी बना है-कृत्रिम बुद्धिमत्ता (Artificial Intelligence–AI)। एआई ने मीडिया उद्योग को न केवल तकनीकी दृष्टि से समृद्ध किया है, बल्कि इसके कार्य ढांचे, खबरों के संकलन, संपादन और वितरण की पूरी प्रक्रिया को भी गहराई से प्रभावित किया है। जहां एक ओर इसने मीडिया को तेज, सक्षम और व्यापक पहुँच वाला बना दिया है, वहीं दूसरी ओर इससे जुड़ी नैतिक चुनौतियों और द्वंद्वों ने चिंताजनक रूप ले लिया है।

***सहायक आचार्य, जनसंचार एवं पत्रकारिता विभाग, डॉ. राममनोहर लोहिया अवध विश्वविद्यालय, अयोध्या**

मीडिया का मूल उद्देश्य समाज को सत्य, निष्पक्षता और पारदर्शिता के साथ सूचनाएं प्रदान करना होता है। परंतु जब खबरें और रिपोर्टें एआई द्वारा स्वचालित रूप से तैयार की जाने लगती हैं, तो यह प्रश्न उत्पन्न होता है कि क्या ऐसी सूचनाओं की सत्यता, विश्वसनीयता और नैतिकता उसी स्तर पर बनी रहती है जैसा कि मानव पत्रकार द्वारा तैयार की गई सामग्री में होती है? एआई आधारित कंटेंट में पूर्वग्रह, गलत जानकारी, डीप फेक वीडियो, और पारदर्शिता की कमी जैसी समस्याएं सामने आ रही हैं, जिनसे लोकतांत्रिक प्रक्रिया और जनजागरण पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ सकता है। आज मीडिया संस्थान वॉयस सिंथेसिस, ऑटो रिपोर्टिंग, चैटबॉट्स, ट्रेंड विश्लेषण और ऑटोमेटेड फैक्ट चेकिंग जैसे तकनीकों के माध्यम से कार्य को त्वरित और लागत-कुशल बना रहे हैं। उदाहरण स्वरूप, GPT-3, Chat GPT जैसे भाषा मॉडल अब रिपोर्ट तैयार कर सकते हैं, एआई न्यूज एंकर्स खबरें पढ़ सकते हैं, और एल्गोरिदम यह तय करते हैं कि किस खबर को प्राथमिकता मिलेगी। लेकिन इन सभी प्रक्रियाओं में मानवीय विवेक और उत्तरदायित्व का स्थान एआई ले रहा है। यह एक तकनीकी उपलब्धि है या नैतिक विफलता, यह शोध का विषय है।

वर्तमान शोधपत्र इसी द्वंद्व पर केंद्रित है-तकनीक बनाम नैतिकता। एआई का उपयोग अनिवार्य है, परंतु क्या उसका उपयोग नैतिक मर्यादाओं के भीतर किया जा रहा है? क्या दर्शकों को यह सूचित किया जाता है कि जो समाचार वे पढ़ रहे हैं या देख रहे हैं, वह एआई द्वारा तैयार किया गया है? क्या मीडिया संस्थान अपनी जिम्मेदारियों से विमुख होकर सारा भार एआई पर डाल रहे हैं? क्या डीपफेक वीडियो और नकली खबरें लोकतंत्र के लिए खतरा नहीं बन रही हैं? इन सवालों के आलोक में यह शोधपत्र न केवल एआई के मीडिया में बढ़ते प्रभाव का विश्लेषण करता है, बल्कि इसके नैतिक, सामाजिक और कानूनी आयामों की भी गहराई से पड़ताल करता है। यह शोध भारत सहित वैश्विक परिप्रेक्ष्य में मीडिया संस्थानों, नीति-निर्माताओं, पत्रकारों और तकनीकी विशेषज्ञों की भूमिका को भी विवेचित करता है। साथ ही यह सुझाव भी देता है कि कैसे हम एआई के उपयोग को उत्तरदायी, पारदर्शी और मानव-केंद्रित बना सकते हैं।

अतः यह प्रस्तावना स्पष्ट करती है कि एआई न तो पूर्णतः वरदान है, न ही अभिशाप। यह मानव विवेक पर निर्भर करता है कि हम इसका किस प्रकार और किस उद्देश्य के लिए उपयोग करते हैं। तकनीक को नैतिकता से अलग नहीं किया जा सकता, विशेषकर तब जब वह सूचना, जनमत और लोकतंत्र से जुड़ी हो।

शोध उद्देश्य

1. मीडिया में कृत्रिम बुद्धिमत्ता (एआई) के प्रयोग की प्रकृति और विस्तार का विश्लेषण करना:

एआई तकनीकों का मीडिया में किस रूप में प्रयोग हो रहा है जैसे कि समाचार लेखन, समाचार प्रस्तुति, कंटेंट फिल्टरिंग, ट्रेंड विश्लेषण, डीपफेक निर्माण आदि। इसका गहन अध्ययन इस शोध का मूल उद्देश्य है। इससे यह स्पष्ट होगा कि एआई मीडिया के किस-किस स्तर पर प्रभाव डाल रहा है।

2. मीडिया नैतिकता पर एआई के प्रभावों की पहचान करना: एआई के प्रयोग से जुड़ी नैतिक चुनौतियों जैसे सत्यता की पुष्टि, पक्षपात, पूर्वग्रह, पारदर्शिता की कमी, जिम्मेदारी का निर्धारण और गुमराह करने वाली सूचनाओं के निर्माण का विश्लेषण करना इस उद्देश्य का हिस्सा है।

3. पत्रकारिता के पारंपरिक मूल्यों और एआई-जनित सामग्री के बीच तुलना करना: मीडिया की परंपरागत नैतिकता जैसे निष्पक्षता, सत्यता, जवाबदेही और जनहित की कसौटी पर एआई आधारित सामग्री को परखना, जिससे यह तय किया जा सके कि क्या एआई मानवीय पत्रकारिता के मानदंडों का पालन कर पाता है।

4. मीडिया उपभोक्ताओं (दर्शकों/पाठकों) के दृष्टिकोण का मूल्यांकन करना: एआई द्वारा निर्मित सामग्री पर आम नागरिकों और मीडिया दर्शकों की प्रतिक्रिया और समझ को जानना, जिससे यह स्पष्ट हो सके कि आमजन किस हद तक इस बदलाव को स्वीकार कर रहे हैं या उसके प्रति सजग हैं।

5. भारत सहित विभिन्न देशों की मीडिया नीतियों और कानूनी संरचनाओं का तुलनात्मक अध्ययन करना: यह जानना कि भारत और अन्य देशों में मीडिया में एआई के नियमन हेतु कौन-कौन से दिशा-निर्देश, कानून और नीति-निर्माण प्रक्रिया अपनाई जा रही है तथा वे किस हद तक प्रभावी हैं।

6. मीडिया संस्थानों, नीति निर्माताओं और तकनीकी विशेषज्ञों की भूमिका को स्पष्ट करना: एआई के नैतिक उपयोग हेतु किन-किन पक्षों की जिम्मेदारी बनती है: जैसे कि पत्रकार, संपादक, न्यूज एजेंसियां, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म, और सरकारें उनके दायित्वों की पहचान करना।

7. उत्तरदायी और पारदर्शी एआई के लिए नीति सुझाव देना: ऐसी व्यवहारिक और नैतिक नीतियों का सुझाव देना जो मीडिया संस्थानों को एआई के प्रयोग में नैतिकता, पारदर्शिता और जवाबदेही सुनिश्चित करने में सहायता करें।

8. मीडिया शिक्षा और प्रशिक्षण पाठ्यक्रमों में एआई नैतिकता के समावेश की आवश्यकता को रेखांकित करना: एआई की बढ़ती उपस्थिति को देखते हुए पत्रकारिता एवं मीडिया शिक्षा में इसे शामिल करने की आवश्यकता की विवेचना करना।

शोध प्रश्न:

1. क्या एआई आधारित कंटेंट पत्रकारिता के पारंपरिक नैतिक मूल्यों जैसे सत्यता, निष्पक्षता, पारदर्शिता और उत्तरदायित्व पर खरा उतरता है? यह प्रश्न एआई द्वारा तैयार की गई खबरों और मीडिया कंटेंट की नैतिक गुणवत्ता का आकलन करने के लिए है।

2. क्या दर्शकों और पाठकों को यह जानकारी दी जाती है कि उनके सामने प्रस्तुत की गई सामग्री एआई द्वारा तैयार की गई है? यह प्रश्न पारदर्शिता और सूचित सहमति के सिद्धांत पर आधारित है।

3. जब कोई डीप फेक वीडियो या फेक न्यूज एआई से उत्पन्न होती है, तो उसकी नैतिक और कानूनी जिम्मेदारी किसकी होगी एआई डेवलपर, प्लेटफॉर्म या मीडिया संस्थान की? इस प्रश्न से एआई से जुड़ी जवाबदेही और उत्तरदायित्व की समस्या पर प्रकाश डाला जाता है।

4. क्या एआई द्वारा स्वचालित रूप से तैयार की गई समाचार रिपोर्ट्स में तथ्यात्मक अशुद्धियाँ या पूर्वग्रह मौजूद होते हैं? यदि हाँ, तो उनका स्रोत क्या है और उन्हें कैसे नियंत्रित किया जा सकता है? यह सवाल एल्गोरिदम पूर्वग्रह और इसके सामाजिक प्रभाव को समझने के लिए है।

5. क्या भारत के मौजूदा मीडिया नियमन कानून जैसे IT Act, Digital Media Ethics Code-AI जनित मीडिया के नैतिक और कानूनी आयामों को नियंत्रित करने के लिए पर्याप्त हैं? यह शोध भारतीय विधिक ढांचे की प्रभावशीलता की जाँच करता है।

6. क्या एआई आधारित ऑटोमेटेड जर्नलिज्म में मानव पत्रकार की रचनात्मकता और विवेक को पूरी तरह प्रतिस्थापित किया जा सकता है? इस प्रश्न से पत्रकारिता के भविष्य को लेकर आशंकाएं और संभावनाएं उजागर होती हैं।

7. एआई के कारण उत्पन्न नैतिक संकटों से निपटने के लिए मीडिया संस्थानों, नीति-निर्माताओं और तकनीकी विशेषज्ञों की भूमिका क्या होनी चाहिए? यह प्रश्न उत्तरदायित्व-निर्धारण और समाधान की दिशा में मार्गदर्शन करता है।

8. क्या पत्रकारिता शिक्षा में एआई और मीडिया नैतिकता का समन्वय आवश्यक हो गया है? यदि हाँ, तो किस रूप में? यह प्रश्न एआई को मीडिया अध्ययन में समाहित करने की आवश्यकता को स्पष्ट करता है।

9. क्या वैश्विक संस्थाओं (जैसे UNESCO, IFJ) द्वारा जारी दिशा-निर्देशों को भारत जैसे देशों में लागू किया जा सकता है? यह प्रश्न अंतर्राष्ट्रीय नीतियों के स्थानीय परिप्रेक्ष्य में अनुपालन की संभावना को परखता है।

10. क्या पत्रकारों, पाठकों और दर्शकों को एआई की सीमाओं, खतरों और नैतिक प्रभावों की जानकारी होनी चाहिए? यदि हाँ, तो इसके लिए कौन जिम्मेदार होगा? यह प्रश्न मीडिया साक्षरता, जन-जागरूकता और सूचना के अधिकार से जुड़ा है।

साहित्य समीक्षाः

1. जोशिके, रोहित कुमार (2022) ने अपने शोध 'एआई और मीडिया की नैतिकता' में यह स्पष्ट किया कि आधुनिक डिजिटल मीडिया एआई की ओर तीव्रता से अग्रसर हो रहा है, किंतु इसके नैतिक प्रभावों पर विमर्श सीमित है। उन्होंने एआई आधारित रिपोर्टिंग में मानवीय संवेदनाओं की अनुपस्थिति और सत्यता की अनदेखी को प्रमुख चुनौती बताया।

2. The Guardian (2020)– GPT-3 लेख में ब्रिटिश समाचार पत्र The Guardian ने GPT-3 से "AI is not a threat to humanity" शीर्षक से लेख लिखवाया। यह लेख पाठकीय दृष्टि से प्रभावशाली था, परंतु प्रश्न यह उठा कि क्या लेखन प्रक्रिया में मानवीय विवेक और नैतिक संतुलन शामिल था? इससे यह सिद्ध होता है कि एआई लेखन की क्षमता तो रखता है, लेकिन उसकी नैतिकता संदिग्ध है।

3. UNESCO (2020)–Ethical Journalism-AI Charter- इस चार्टर में Algorithmic Bias, Transparency और Explainability जैसे मुद्दों को प्राथमिकता दी गई। UNESCO ने सुझाव दिया कि एआई को केवल औजार के रूप में देखा जाना चाहिए, न कि निर्णय लेने वाले मुख्य घटक के रूप में। नैतिक दायित्व अंततः मानव का ही होना चाहिए।

4. IFJ (International Federation of Journalists) 2020&IFJ की रिपोर्ट में चेताया गया कि यदि एआई आधारित पत्रकारिता को बिना नैतिक दिशानिर्देशों के अपनाया गया तो यह Fake News, Deepfake और भ्रांतिपूर्ण रिपोर्टिंग को बढ़ावा देगा। पत्रकारों को एआई की भूमिका, क्षमता और सीमाओं के प्रति संवेदनशील बनने की सिफारिश की गई।

5. Boddington, Paula (2017) – Springer Publication- "Towards a Code of Ethics for Artificial Intelligence" में पाउला ने एआई के लिए एक व्यापक नैतिक आचार संहिता की आवश्यकता को रेखांकित किया। उनके अनुसार एआई में निर्णय लेने की शक्ति तो हो सकती है, परंतु नैतिक विवेक नहीं।

6. Oxford Internet Institute (2019): एआई और पत्रकारिता पर आधारित इस अध्ययन में बताया गया कि कैसे Algorithmic Accountability के बिना रिपोर्टिंग पक्षपातपूर्ण हो सकती है। संस्थान ने एआई के नियंत्रण हेतु पारदर्शी प्रक्रियाओं और उत्तरदायित्व की प्रणाली विकसित करने की अनुशंसा की।

7. Zhang Zhao AI News Anchor, Chin (2018)- चीन की Xinhua News Agency ने Zhang Zhao नामक एआई न्यूज एंकर को प्रस्तुत किया, जिसकी आवाज, हावभाव और प्रस्तुति एआई से संचालित थी। दर्शकों को यह जानना तक संभव नहीं था कि वह मानवीय नहीं है। यह नैतिक पारदर्शिता के विरुद्ध उदाहरण बना।

8. भारत सरकार डिजिटल मीडिया एथिक्स कोड (2021)- भारत सरकार द्वारा प्रस्तुत यह कोड ओटीटी प्लेटफॉर्म्स और डिजिटल मीडिया हेतु है। इसमें "Fake News" रोकने हेतु प्रावधान हैं, किंतु एआई आधारित कंटेंट को चिह्नित करने और उसकी जवाबदेही तय करने हेतु कोई स्पष्ट दिशा नहीं है।

9. Press Council of India–Journalistic Conduct Guidelines (2021)- हालांकि पीसीआई की गाइडलाइंस पत्रकारों के लिए नैतिक दिशा तय करती हैं, परंतु एआई आधारित लेखन या रिपोर्टिंग के लिए कोई विशेष मार्गदर्शन अभी भी अधूरा है।

10. Turing, Alan M. 1950 – 'Computing Machinery and Intelligence' में ट्यूरिंग ने प्रश्न उठायाः 'Can machines think'– यह मूलभूत प्रश्न आज एआई आधारित पत्रकारिता में फिर से प्रासंगिक हो गया है।

साहित्य स्पष्ट करता है कि यद्यपि एआई पत्रकारिता में तकनीकी क्रांति ला रहा है, परंतु इसकी नैतिकता, पारदर्शिता और उत्तरदायित्व को लेकर वैश्विक स्तर पर अनेक प्रश्न अनुत्तरित हैं। अधिकतर विद्वानों और संस्थाओं की सहमति इस बात पर है कि एआई को मानवीय विवेक और नैतिकता से अलग नहीं किया जा सकता।

शोध पद्धतिः

शोध की गुणवत्ता और प्रामाणिकता इस बात पर निर्भर करती है कि उसकी पद्धति कितनी संगठित, सुसंगत और उद्देश्यपरक है। इस शोध में वर्णनात्मक और विश्लेषणात्मक पद्धति को संयुक्त रूप से अपनाया गया है ताकि कृत्रिम बुद्धिमत्ता के मीडिया में उपयोग और उससे जुड़ी नैतिक जटिलताओं का बहुआयामी आकलन किया जा सके।

1. शोध की प्रकृतिः यह शोध एक गुणात्मक अध्ययन है जो एआई के मीडिया में उपयोग से उत्पन्न सांस्कृतिक, नैतिक, सामाजिक और कानूनी प्रश्नों का मूल्यांकन करता है। इसमें मात्रात्मक आँकड़ों के स्थान पर विचार, सिद्धांत, रिपोर्ट और उदाहरणों का उपयोग किया गया है।

2. शोध दृष्टिकोणः शोध में आलोचनात्मक मूल्यांकन दृष्टिकोण अपनाया गया है, जिसमें एआई द्वारा प्रभावित मीडिया व्यवहारों, नैतिक संकटों, और नीति-अभावों की गहराई से समीक्षा की गई है।

3. डाटा के स्रोतः

(I) द्वितीयक स्रोतः शोध पत्र, पुस्तकों, रिपोर्ट्स, समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं के विश्लेषण, डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्म्स द्वारा प्रकाशित नीतियाँ, सरकारी नीति दस्तावेज (जैसे डिजिटल मीडिया एथिक्स कोड, आईटी एक्ट)। केस स्टडी (GPT-3, Zhang Zhao न्यूज एंकर, Deepfake वीडियो)।

(II) केस स्टडी आधारित डाटाः एआई द्वारा निर्मित समाचार सामग्री, एआई आधारित न्यूज एंकर और डीपफेक वीडियो, GPT आधारित लेखन उदाहरण मीडिया संस्थानों में उपयोग हो रहे ऑटो-जर्नलिज्म सिस्टम।

4. अध्ययन की सीमाएंः शोध भारत और कुछ अंतरराष्ट्रीय उदाहरणों तक सीमित है। अध्ययन में कोई प्राथमिक (प्रश्नावली या साक्षात्कार आधारित) डाटा एकत्र नहीं किया गया। तकनीकी परीक्षण (जैसे एल्गोरिद्म विश्लेषण) शोध का अंग नहीं है, केवल उसका नैतिक व समाजशास्त्रीय विश्लेषण किया गया है।

5. अध्ययन क्षेत्रः भारत के प्रमुख डिजिटल समाचार संस्थान, अंतरराष्ट्रीय मीडिया एजेंसियां (जैसे The Guardian, Xinhua, ANI, TV9), नीति निर्माण संस्थाएं (जैसे Press Council of India, UNESCO, IFJ)

6. अध्ययन की प्रासंगिकताः एआई तकनीक के बढ़ते प्रभाव के चलते यह शोध समय की माँग है। इससे मीडिया के विद्यार्थियों, नीति-निर्माताओं, मीडिया संस्थानों और आम नागरिकों को यह समझने में मदद मिलेगी कि एआई को मीडिया में कैसे नैतिक जिम्मेदारी के साथ लागू किया जा सकता है।

7. डेटा विश्लेषण और निष्कर्षः इसमें एआई द्वारा संचालित मीडिया प्रथाओं से जुड़े व्यवहारिक उदाहरणों (केस स्टडीज) और उन पर आधारित नैतिक, सामाजिक व विधिक विमर्श को प्रस्तुत किया गया है। इसके लिए प्रमुख घटनाओं, समाचार एजेंसियों के प्रयोग, और संस्थागत प्रतिक्रियाओं का उपयोग किया गया है। प्रमुख केस स्टडीज-

केस स्टडी-1 चीन Zhang Zhao(AI News Anchor) 2018-

प्रकरण- Xinhua News Agency o Sogou us Zhang Zhao नामक विश्व का पहला एआई न्यूज एंकर प्रस्तुत किया। इसके हावभाव, आवाज और प्रस्तुति मानव-सदृश्य थे।

विश्लेषणः दर्शकों को ज्ञात नहीं होता था कि एंकर मानव नहीं बल्कि एआई है। यह पारदर्शिता और सूचना के अधिकार का उल्लंघन माना जा सकता है। "एआई आधारित प्रस्तुतकर्ता" का स्पष्ट संकेत नहीं दिया गया।

केस स्टडी-2 GPT-3 द्वारा लिखित The Guardian, 2020।

प्रकरण-GPT-3 से "AI is not a threat to humanity" शीर्षक से लेख लिखवाया गया।

विश्लेषणः लेख प्रभावशाली था लेकिन रचनात्मक जिम्मेदारी अस्पष्ट रही। पाठकों को यह जानकारी नहीं दी गई कि लेखक एक मशीन है। संपादकीय हस्तक्षेप कितना था, यह भी नहीं बताया गया।

केस स्टडी-3 भारत में Deepfake राजनीतिक वीडियो दिल्ली विधानसभा चुनाव, 2020। प्रकरण- एक प्रमुख राजनीतिक दल ने अपने नेता का Deepfake वीडियो विभिन्न भाषाओं में प्रसारित किया।

विश्लेषणः दर्शकों को यह नहीं बताया गया कि यह एआई-संशोधित वीडियो है। इससे मतदाताओं को भ्रमित करने का प्रयास हुआ। कोई स्पष्ट कानूनी कार्यवाही नहीं हुई, जिससे जवाबदेही शिथिल दिखी।

केस स्टडी-4 भारतीय मीडिया संस्थानों में एआई का प्रयोग (ANI, Times Internet, TV9)। प्रकरण- इन संस्थानों ने Automated Journalism व AI Anchors का उपयोग शुरू किया।

विश्लेषणः सामग्री की गुणवत्ता तो बनी रही, पर मानवीय विवेक की भूमिका क्षीण हुई। पाठकों को एआई-संचालित कंटेंट की पहचान मुश्किल हो गई। पत्रकारों की रोजगार सुरक्षा को लेकर चिंता बढ़ी।

केस स्टडी-5 Algorithmic Bias–Cyron System in Financial News.

प्रकरण- ब्लूमबर्ग जैसे प्लेटफॉर्म एआई आधारित Cyron system का उपयोग वित्तीय समाचार के लिए करते हैं।

विश्लेषणः अधिकतर रिपोर्ट पूंजी केंद्रित, जनसरोकार से कटे हुए। सामाजिक-सांस्कृतिक संतुलन का अभाव।

समग्र विश्लेषणः

विश्लेषण बिंदु	**प्रभाव/निष्कर्ष**
पारदर्शिता की कमी	एआई कंटेंट का स्रोत स्पष्ट नहीं होता
जवाबदेही का अभाव	गलत खबरों की जिम्मेदारी तय करना कठिन
नैतिक आचार संहिताओं का अभाव	अधिकांश संस्थाएं एआई हेतु पृथक नैतिक दिशा-निर्देश विहीन हैं
मानव विवेक की अनदेखी	एआईमें संवेदनशीलता, सांस्कृतिक बोध और सामाजिक उत्तरदायित्व नहीं
पाठकों की जागरूकता की कमी	अधिकांश दर्शकों को नहीं पता होता कि कंटेंट एआई आधारित है

निष्कर्षः

मीडिया में एआई का उपयोग बढ़ रहा है, पर नैतिकता के साथ तालमेल कमजोर है। Deepfake, Bias, Fake News जैसी समस्याएं बढ़ रही हैं। एआई एक तकनीकी सहायता है, पर निर्णय लेने का अधिकार मानव के पास ही रहना चाहिए। मौजूदा कानून (जैसे IT Act, Digital Media Ethics Code) एआई से जुड़ी नैतिक जटिलताओं को स्पष्ट रूप से संबोधित नहीं करते। मीडिया संस्थानों, नीति-निर्माताओं, तकनीकी विशेषज्ञों और शिक्षकों को मिलकर उत्तरदायित्वपूर्ण एआई विकास की दिशा में काम करना चाहिए।

सुझावः एआई के मीडिया में प्रयोग को सुरक्षित, उत्तरदायी और नैतिक बनाने हेतु निम्नलिखित सुझाव प्रस्तुत किए जा रहे हैं-

1. एआई जनित सामग्री की स्पष्ट पहचानः हर ऐसी खबर या रिपोर्ट, जो एआई द्वारा तैयार की गई हो, उस पर स्पष्ट रूप से “एआई-जनित” का टैग अनिवार्य रूप से लगाया जाए। इससे पाठकों को भ्रम नहीं होगा और पारदर्शिता बनी रहेगी।

2. एआई का मानवीय निगरानी के अधीन प्रयोगः

एआई का प्रयोग पूरी तरह स्वचालित न होकर मानव संपादक या पत्रकार की निगरानी में किया जाए, ताकि कंटेंट की सच्चाई, संवेदनशीलता और सामाजिक प्रासंगिकता को परखा जा सके।

3. एआई पत्रकारिता के लिए पृथक नैतिक दिशा-निर्देशः

भारत में Press Council of India या अन्य नियामक संस्थाओं द्वारा एआई आधारित पत्रकारिता के लिए अलग Ethical Journalism Guidelines विकसित की जाएं।

4. मीडिया शिक्षा में एआई नैतिकता का समावेशः

पत्रकारिता के स्नातक एवं परास्नातक पाठ्यक्रमों में एआई की कार्यप्रणाली, खतरे, जवाबदेही, और नैतिकता से संबंधित इकाइयाँ अनिवार्य की जाएं।

5. Deepfake और ।Algorithmic Bias पर सख्त नियंत्रणः

Deepfake वीडियो और पूर्वग्रह युक्त एल्गोरिद्म को रोकने के लिए कठोर कानूनी दंड, टेक्नोलॉजिकल समाधान (जैसे reverse verification), और सार्वजनिक शिकायत तंत्र बनाया जाए।

6. एकीकृत नियामक निकाय का गठनः

एक बहुपक्षीय समिति बनाई जाए जिसमें पत्रकार, तकनीकी विशेषज्ञ, विधिवेत्ता और नीति निर्माता शामिल हों और जो मीडिया में एआई के प्रयोग की निगरानी करे।

7. एआई तकनीकों में Explainability और Accountability अनिवार्यः

एआई प्रणालियों को इस प्रकार डिजाइन किया जाए कि वे अपने निर्णयों की व्याख्या कर सकें और उनके दुरुपयोग की स्थिति में उत्तरदायी पक्ष की पहचान की जा सके।

8. अंतरराष्ट्रीय दिशा-निर्देशों को अपनानाः

UNESCO, IFJ और अन्य संस्थाओं द्वारा सुझाए गए नैतिक दिशा-निर्देशों को भारतीय संदर्भ में अनुकूलित कर लागू किया जाए।

9. जन-जागरूकता अभियानः

एआई आधारित Fake News, Deepfake और गलत सूचनाओं के प्रति आम नागरिकों को जागरूक करने के लिए व्यापक मीडिया साक्षरता कार्यक्रम शुरू किए जाएं।

10. डेटा संरक्षण और गोपनीयता कानूनों को अपडेट करनाः

एआई के उपयोग में नागरिकों की निजी जानकारी के सुरक्षित प्रयोग के लिए डेटा सुरक्षा कानून (Personal Data Protection Bill) को एआई उन्मुख किया जाए।

संदर्भ :

Tiwari, Rajkumar Kishore. (2022). *AI और मीडिया की नैतिकता*. **भारतीय मीडिया अध्ययन जर्नल**, *12*(2).

The Guardian Editorial Board. (2020). *AI is not a threat to humanity, says GPT-3. The Guardian (UK)*. https://www.theguardian.com

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO). (2020). *Ethical journalism: AI charter*. UNESCO Social and Ethical AI Division.

International Federation of Journalists (IFJ). (2020). *Ethical journalism and AI*. Brussels: International Federation of Journalists.

Boddington, Paula. (2017). *Towards a code of ethics for artificial intelligence*. London: Springer Publishing.

Oxford Internet Institute. (2019). *Algorithmic accountability and journalism*. University of Oxford.

Zhao, Zhang. (2018). *AI Anchor – Sogou & Xinhua News Agency*. Beijing, China.

Government of India – Ministry of Information and Broadcasting. (2021). *Digital media ethics code guidelines*. New Delhi: Ministry of Information and Broadcasting.

Press Council of India. (2021). *Journalistic conduct guidelines*. New Delhi: Press Council of India.

Turing, Alan Mathison. (1950). Computing machinery and intelligence. *Mind*, *59*(236), 433–460.

NITI Aayog (National Institution for Transforming India). (2021). *AI for all: National policy paper*. Government of India.

Government of India – Ministry of Electronics and Information Technology (MeitY). (2023). *Digital Personal Data Protection Act*. New Delhi: Ministry of Electronics and Information Technology.