



B. L. D. E. ASSOCIATION'S
S. B. ARTS AND K. C. P. SCIENCE COLLEGE
VIJAYAPUR



DEPARTMENT OF JOURNALISM AND MASS
COMMUNICATION(UG)



PROJECT

Guide:Mr.Malikasab Jamadar

2023-24



B. L. D. E. ASSOCIATION'S
S. B. ARTS AND K. C. P. SCIENCE COLLEGE
VIJAYAPUR



**DEPARTMENT OF JOURNALISM AND MASS
COMMUNICATION**

BA VI SEMESTER 2023-24
SUBJECT: LIST OF THE STUDENTS COMPLETED BA VI SEMESTER 2023-24
PROJECT

SI NO	STUDENT NAME	UUCMS NO	GUIDE NAME	PROJECT TITLE
1	AKASH RATHOD	U15KM21A0032	Mr.MALIKASAB JAMADAR	'Patrikodymada mele samajik Jalatanagala prabhav'
2	LAXMI ANGADI	U15KM21A0040		


Head of Department
Journalism & Mass Communication
S.B.Arts & K.C.P Science College,
Vijayapur


IQAC, Co-ordinator
S.B.Arts & K.C.P.Science College,
Vijayapur.


Principal,
S.B.Arts & KCP. Sc. College
Vijayapur.

ಬಿ.ಎಲ್.ಡಿ.ಇ ಸಂಸ್ಥೆಯ

ಎಸ್.ಬಿ.ಕಲಾ ಮತ್ತು ಕೆ.ಸಿ.ಪಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಮಹಾವಿದ್ಯಾಲಯ.ವಿಜಯಪುರ



‘ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಮೇಲೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಪ್ರಭಾವ’

ಸ್ನಾತಕ ಪದವಿಯ ಭಾಗಶಃ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳನ್ನು ಬಿ.ಎಲ್.ಡಿ.ಇ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಎಸ್.ಬಿ.ಕಲಾ ಮತ್ತು ಕೆ.ಸಿ.ಪಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಮಹಾವಿದ್ಯಾಲಯ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ವಿಭಾಗಕ್ಕೆ ಸಾದರಪಡಿಸಲಿರುವ ಸಂಪ್ರಬಂಧ

ಸಂಶೋಧಕರು

ಲಕ್ಷ್ಮೀ ಅಂಗಡಿ

UUCMS NO: U15KM21A0040

ಆಕಾಶ ರಾಥೋಡ್

UUCMS NO: U15KM21A0032

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು

ಮಲಿಕ್.ಎಲ್.ಜಮಾದಾರ

ವಿಭಾಗದ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ವಿಭಾಗ

ರಾಣಿ ಚನ್ನಮ್ಮ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ, ಬೆಳಗಾವಿ

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ವಿಭಾಗ,

ಬಿ.ಎಲ್.ಡಿ.ಇ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಎಸ್.ಬಿ.ಕಲಾ ಮತ್ತು ಕೆ.ಸಿ.ಪಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಮಹಾವಿದ್ಯಾಲಯ, ವಿಜಯಪುರ

2023-24

ಘೋಷಣಾ ಪತ್ರ

ಲಕ್ಷ್ಮೀ ಅಂಗಡಿ ಆದ ನಾನು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ವಿಭಾಗದ ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರಾದ ಮಲಿಕ್.ಎಲ್.ಜಮಾದಾರ ಅವರ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ 'ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಮೇಲೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಪ್ರಭಾವ' ಎಂಬ ಸಂಶೋಧನಾ ಸಂಪ್ರಬಂಧವು ಮತ್ತು ಸಂಶೋಧನಾ ಕೃತಿಯಾಗಿದೆ. ಈ ಸಂಪ್ರಬಂಧವು ಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಇಲ್ಲವೇ ಬಿಡಿಯಾಗಿ ಈ ಮೊದಲು ಎಲ್ಲಿಯೂ ಪ್ರಕಟವಾಗಿಲ್ಲ ಎಂದು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಸ್ಥಳ:- ವಿಜಯಪುರ

ದಿನಾಂಕ:- 14/08/2024

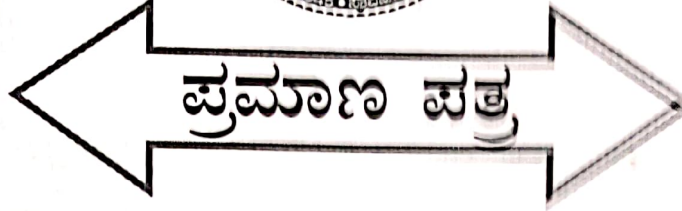
ಸಂಶೋಧಕರು

ಲಕ್ಷ್ಮೀ ಅಂಗಡಿ L.S. Angade

ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು A. N. N. N.

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ವಿಭಾಗ,
ಬಿ.ಎಲ್.ಡಿ.ಇ ಸಂಸ್ಥೆಯ ವಾಣಿಜ್ಯಿಕ ಮತ್ತು ಕೆ.ಸಿ.ಪಿ ವಿಜ್ಞಾನ
ಮಹಾವಿದ್ಯಾಲಯ, ವಿಜಯಪುರ

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ವಿಭಾಗ;
ಬಿ.ಎಲ್.ಡಿ.ಇ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಎಸ್.ಬಿ ಕಲಾ ಮತ್ತು ಕೆ.ಸಿ.ಪಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಮಹಾವಿದ್ಯಾಲಯ, ವಿಜಯಪುರ



ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ಲಕ್ಷ್ಮೀ ಅಂಗಡಿ ಇವರು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ಸ್ನಾತಕ ಪದವಿಗಾಗಿ ಸಾದರಪಡಿಸಿರುವ 'ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಮೇಲೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಚಾಲಕಾಣಗಳ ಪ್ರಭಾವ' ಎಂಬ ಸಂಪ್ರಬಂಧವು ಮೂಲ ಸಂಶೋಧನಾ ಕೃತಿಯಾಗಿದೆ. ಇವರು ನನ್ನ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಸಂಶೋಧನೆ ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಸಂಪ್ರಬಂಧವು ಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಇಲ್ಲವೇ ಬಿಡಿಯಾಗಿ ಈ ಮೊದಲು ಎಲ್ಲಿಯೂ ಪ್ರಕಟವಾಗಿಲ್ಲ ಎಂದು ಪ್ರಮಾಣೀಕರಿಸುತ್ತೇನೆ.


ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರು

ಮೆಲಿಕ್.ಎಲ್.ಜಮಾದಾರ

ವಿಭಾಗದ ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ವಿಭಾಗ
ಎಸ್.ಬಿ.ಕಲಾ ಮತ್ತು ಕೆ.ಸಿ.ಪಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಮಹಾವಿದ್ಯಾಲಯ.

ವಿಜಯಪುರ

ಸ್ಥಳ:- ವಿಜಯಪುರ

ದಿನಾಂಕ :- 14/08/2024


Principal,
S.B. Arts & KCP. Sc. College,
Vijayapur.

ಕೃತಜ್ಞತೆಗಳು

ಸಂಶೋಧನಾ ಅಧ್ಯಯನ ಸುಲಭವಾದ ಕಾರ್ಯವಲ್ಲ ಎಂದು ಕಂಡು ಬಂದರು ಕೂಡಾ ಇದು ಅತೀ ಕ್ಲೇಷ್ಣವಾದ ಕಾರ್ಯ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿರುವ 'ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಮೇಲೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಪ್ರಭಾವ' ಎಂಬ ಸಂಶೋಧನಾಕ ಪೌಢ ಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಲು ಪ್ರತಿ ಹಂತದಲ್ಲೂ ನನಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮಾಡಿ, ಉತ್ತೇಜನ ನೀಡಿ ಪ್ರಬಂಧದ ದಿಕ್ಕು, ದೆಸೆ, ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ತಿಳಿಸಿಕೊಟ್ಟು ವಸ್ತು ನಿಷ್ಠವಾಗಿ ಮೂಡಿಬರಲು ಕಾರಣಿಭೂತರಾದ ನನ್ನ ಪೂಜ್ಯ ಗುರುಗಳು, ಮಾರ್ಗದರ್ಶಕರಾದ ಮಲಿಕ್.ಎಲ್.ಜಮಾದಾರ ಗುರುಗಳಿಗೆ ಮೊದಲು ನನ್ನ ಕೃತಜ್ಞತೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತೇನೆ. ಸದಾ ನನ್ನ ಏಳೈಯನ್ನು ಬಯಸುವ ಮಾವನವರಾದ ಡಾ. ಎಂ. ಎಸ್. ಮಾಗಣಗೇರಿ, ಮತ್ತು ಡಾ. ಸವಿತಾ ಝಳಕಿ ಅವರಿಗೆ ಹಾಗೂ ಗೆಳತಿಯಾದ ಅಶ್ವಿನಿ ಹಿಟ್ಟಳ್ಳಿ, ಸಹೋದರನಾದ ಮೈಬೂಬಸುಭಾನಿ ರಾಜಬಾರ್ ಈ ಪ್ರಬಂಧವನ್ನು ಮಾಡಲು ಸ್ಪೂರ್ತಿ ನೀಡಿದ ನನ್ನ ಎಲ್ಲ ಗೆಳೆಯರಿಗೆ ಅನಂತ ಕೃತಜ್ಞತೆಗಳನ್ನು ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತೇನೆ.

ಪರಿವಿಡಿ

೧. ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣ

೧.೧. ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣದ ಅರ್ಥ	೪೨
೧.೨. ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಕಾರ್ಯ	೪೪
೧.೩. ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣ ಪ್ರಭಾವ	೧೧೧
೧.೪. ಸಂವಹನದ ಅರ್ಥ ಮತ್ತು ಪ್ರಭಾವ	೧೨೨
೧.೫. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನ	೧೨೬

೨. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣ

೨.೧. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣದ ಬಳಕೆ	೨೦೦
೨.೨. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ	೨೨೨
೨.೩. ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ	೨೪೪

೩. ಪ್ರಮುಖ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳು

೩.೧. ಫೇಸ್‌ಬುಕ್	೨೪೪
೩.೨. ವಾಟ್ಸಾಪ್	೨೫೦
೩.೩. ಯೂಟ್ಯೂಬ್	೨೫೨
೩.೪. ಟ್ವಿಟರ್	೨೫೩
೩.೫. ಇನ್‌ಸ್ಟಾಗ್ರಾಮ್	೨೫೪
೩.೬. ಡೇಲಿಹಂಟ್	೨೫೫
೩.೭. ಇನ್ ಸ್ಪ್ರಾಮ್	೨೫೬

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಮೇಲೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಪ್ರಭಾವ

೪. ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದ ಅಂಶಗಳು	೩೮
೪.೧ ಸಮಾರೋಪ	೩೯
೪.೨ ಗ್ರಂಥಯುಗ	೪೦

ಘಟಕ: ೦೧ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣ

ಪೀಠಿಕೆ:

ಬದಲಾವಣೆ ಜಗದ ನಿಯಮ ಎನ್ನುವಂತೆ ಜಗತ್ತು ಬದಲಾಗುತ್ತ ಬಂದಿದೆ, ಈ ಮಾತು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಕ್ಕೂ ಹೊರತಾಗಿಲ್ಲ ಎಂಬುದು ಸಹಜವಾಗಿದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಆಧುನಿಕ ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ಆಳವಾದ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಬೀರಿದೆ. ನಾವು ಸಂವಹನ ಮಾಡಲು, ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವ ವಿಧಾನವನ್ನೇ ಬದಲಾಯಿಸಿದ್ದೇವೆ. ಈ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪ್ರಭಾವ ಮತ್ತು ಅದು ನಮ್ಮ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ರೂಪಿಸಿದ ವಿವಿಧ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅನ್ವೇಷಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ಜನರಿಗೆ ಸುದ್ದಿಯ ವಿತರಣೆಯನ್ನು ಹಿಂದಿಗಿಂತಲೂ ಸುಲಭ ಮತ್ತು ವೇಗವಾಗಿ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ. ಈ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳು ಜನರನ್ನು ತನ್ನತ ಸೆಳೆವುವಲ್ಲಿ ಸಫಲವಾಗಿವೆ.

೧.೧ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣದ ಅರ್ಥ

ಹಿಂದೆ ಸಂವಹನವು ಬಹುಮಟ್ಟಿಗೆ ಒಬ್ಬರಿಂದ ಒಬ್ಬರು ಅಥವಾ ಒಬ್ಬರಿಂದ ಅನೇಕರನ್ನು ತಲುಪುವ ಕೊಂಡಿಯಾಗಿತ್ತು. ಆದರೆ ಇಗ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳಿಂದಾಗಿ ಕ್ಷಣಾರ್ಧದಲಿ ಇಡಿ ವಿಶ್ವವನ್ನೇ ತಲುಪಬಹುದು. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನವು ಹೆಚ್ಚು ಸಂವಾದಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ತಕ್ಷಣವೇ ಮಾರ್ಪಟ್ಟಿದೆ. ಆದರು ಈಗ ನೈಜ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಜಾಗತಿಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೊಂದಿಗೆ ತಮ್ಮ ಆಲೋಚನೆಗಳು ಮತ್ತು ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಇದು ಹೆಚ್ಚು ಸಂಪರ್ಕಿತ ಜಗತ್ತಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಇಲ್ಲಿ ಜನರು ಹಿಂದೆಂದೂ ಸಾಧ್ಯವಾಗದ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ಪರಸ್ಪರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ.

❖ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣದ ಅರ್ಥ :

ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣ ಅಥವಾ ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ (ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್) ಆಗಿದ್ದು ಅದು ಸಾಮಾನ್ಯ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಜನರು ಪರಸ್ಪರ ಸಂಪರ್ಕಿಸಲು, ಬಳಕೆದಾರರ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವಾಗಿದ್ದು ಅದು ಪಠ್ಯ ಮತ್ತು ದೃಶ್ಯಗಳು ಸೇರಿದಂತೆ ಕಲ್ಪನೆಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವರ್ಚುವಲ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಸಮುದಾಯಗಳ ಮೂಲಕ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಬಳಕೆದಾರರ ರಚಿಸಿದ ವಿಷಯವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ, ಅದು ಇಷ್ಟಗಳು, ಹಂಚಿಕೆಗಳು, ಕಾಮೆಂಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಚರ್ಚೆಯ ಮೂಲಕ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ತನ್ನನ್ನು ತಾನೇ ನೀಡುತ್ತದೆ.

ವಿಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿನ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಮತ್ತು ಹೊಸ ಅನ್ವೇಷಣೆಯಿಂದಾಗಿ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಅಗಾಧ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಉಂಟಾಗಿದ್ದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು 90ರ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಇಟರ್ ನೆಟ್ ಮತ್ತು ಇಮೇಲ್ ಆಗಮನದೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು. ಇದು ಜನರ ಸಂವಹನ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿತ್ತು. ಮೊದಲ ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಸೈಟ್‌ಅನ್ನು 1997ರಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭಿಸಲಾಯಿತ್ತು, ನಂತರ ಫ್ರೆಂಡ್ ಸ್ಪರ್, ಮೈಸ್ಟೇಸ್, ಲಿಂಕ್ಡಿನ್ ಮತ್ತು 2004ರಲ್ಲಿ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತ್ತು.

ಅಂದಿನಿಂದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು ಪಠ್ಯ ಆಧಾರಿತ ಸಂದೇಶ ಕಳುಹಿಸುವಿಕೆ, ಫೋಟೋ ಮತ್ತು ವೀಡಿಯೋ ಹಂಚಿಕೆ ಮತ್ತು ಲೈವ್ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಸೇರಿದಂತೆ ವಿವಿಧ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡು ಬೆಳೆದಿದೆ. ಸ್ಮಾರ್ಟ್‌ಫೋನ್ ಮತ್ತು ಮೊಬೈಲ್ ಸಾಧನಗಳ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬಳಸುವುದರಿಂದ ಇದು ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ತುಂಬಾ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಿದೆ.

೧.೨ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಕಾರ್ಯ :

ಕೆಲಸದ ದಿನದಲ್ಲಿ, ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ವಿವಿಧ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. ಆದರೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ, ನಾವು ಉದ್ಯೋಗಿಗಳನ್ನು ನೋಡುತ್ತೇವೆ Instagram ಅವರು ಉಟಕ್ಕೆ ಏನನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರು, ಮೀಮ್‌ಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು Facebook ನಲ್ಲಿ ಸೆಲ್ಫಿಗಳನ್ನು ಪೋಸ್ಟ್ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಅನೇಕ ಕಾರ್ಮಿಕರು ಸುಧಾರಿತ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿದ ಸಂಪರ್ಕ, ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಮೂಲಕ ಕಂಪನಿಗಳಿಗೆ ನೇರ ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಟ್ವಿಟರ್ ಮತ್ತು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನಂತಹ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಗ್ರಾಹಕರು ಅಥವಾ ಪಾಲುದಾರರೊಂದಿಗೆ ಆಳವಾದ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು ಯಶಸ್ವಿ ಸ್ಥಳಗಳೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ. ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಯಾವಾಗಲೂ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಕಾರಣಗಳಿಗಾಗಿ ಬಳಸಲ್ಪಡುತ್ತವೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸಿದರೆ ಅದು ತಪ್ಪಾಗುವುದಿಲ್ಲವೇ?

ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಕೆಲಸದ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಬಲಪಡಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು 82 ಪ್ರತಿಶತದಷ್ಟು ಕೆಲಸಗಾರರು ಒಪ್ಪುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಸಂಶೋಧನೆ ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸಿದೆ. ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ, 60 ಪ್ರತಿಶತದಷ್ಟು ಜನರು ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ನಂಬುತ್ತಾರೆ, ಅವರಿಗೆ ಸಹಯೋಗಿಸಲು, ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. 18 ರಿಂದ 24 ವರ್ಷ ವಯಸ್ಸಿನವರಲ್ಲಿ, 5% ಜನರು ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣವನ್ನು 'ಹಕ್ಕು' ಎಂದು ನೋಡುತ್ತಾರೆ. ಮತ್ತು, ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಅರ್ಧದಷ್ಟು ಅದರ ಬಳಕೆಯನ್ನು ನಿಷೇಧಿಸಿದ ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದಿಲ್ಲ.

೧. ಹಳೆಯ ತಂತ್ರಗಳು ಮತ್ತು ಹೊಸ ವಿತರಣೆ :

ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ನಿಜವಾಗಿ ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ವಿವರಿಸುವ ಮೂಲಕ ನಾವು ಕವನಾಗ್ ಅವರ ತಪ್ಪು ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ತೆರವುಗೊಳಿಸಬಹುದು. "ವಿದ್ಯಮಾನ" ಹೊಸದಲ್ಲ. ಇದು

ಒಂದು ವಿದ್ಯಮಾನವೂ ಅಲ್ಲ. ನಾನು ವಿವರಿಸಿದಂತೆ ಇಂಟರ್ನೆಟ್‌ನ ಮೊದಲು ಬಾಯಿಯ ಮಾತು ಹೇಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೋ ಅದೇ ರೀತಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ, ಈಗ ಅದು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಿಂದ ವರ್ಧಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ ಮತ್ತು ರೆಕಾರ್ಡ್ ಆಗಿದೆ. ಕವನಾಗ್ ಒಂದು ವಿಷಯದ ಬಗ್ಗೆ ಸರಿಯಾಗಿದೆ. ಪದವು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ "ತಕ್ಷಣ" ಹರಡುವಂತೆ ತೋರುತ್ತಿದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯವು ಲಕ್ಷಾಂತರ ತಕ್ಷಣದ ನಿಮಿಷದ ಸಂವಹನಗಳಿಗಾಗಿ ನಿರ್ಮಿಸಲಾಗಿದೆ. ಬಿಟುಣಿಜಿಡಿ ನಂತರ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ನಲ್ಲಿ ನೀವು ಅದನ್ನು ಅಕ್ಷರಶಃ ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ಆಸಕ್ತ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವುದು ಮಾತ್ರವಲ್ಲ, ಅವರು ಕವನಾಗ್ ಸೂಚಿಸಿದಂತೆ ಅಳೆಯಬಹುದು, ನಿರ್ಣಯಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಅದರ ದಿಕ್ಕನ್ನು ಪ್ರಭಾವಿಸಬಹುದು.

೨. ತ್ವರಿತ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಚರ್ಚೆಗಳು :

ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಜನರು ಸಂವಹನ ನಡೆಸಲು ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಮತ್ತು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು, ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಮತ್ತು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು, ಹಳೆಯ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು, ಮಧ್ಯಸ್ಥಗಾರರು ಮತ್ತು ವಿಶಾಲ ಸಮುದಾಯದ ಎಲ್ಲರೂ ಸಮಾನ ಮನಸ್ಸು ವ್ಯಕ್ತಿಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ನಡೆಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಅವರ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರಿಸಬಹುದು, ಸ್ನೇಹಿತರು ಮತ್ತು ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಮಾಡಬಹುದು. ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ ಮತ್ತು ಅದರ ಸಿಬ್ಬಂದಿ, ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು, ನಿರೀಕ್ಷಿತ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು, ಸಂಶೋಧಕರು ಮತ್ತು ಇತರ ಸಂಸ್ಥೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಜ್ಞಾನ ಹಂಚಿಕೆ

ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ನಿಮ್ಮ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ನೀವು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿದ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳು ಅಥವಾ ವಿಶೇಷತೆಗಳಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಆನ್‌ಲೈನ್ ಸಮುದಾಯದೊಳಗೆ, ನೀವು ಈಗಾಗಲೇ ಇರುವ ಅಥವಾ ಅದೇ ರೀತಿಯ ಸಂಶೋಧನೆಯನ್ನು ಪೂರ್ಣಗೊಳಿಸಿದ ಇತರರಿಂದ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಒಳನೋಟಗಳನ್ನು ಸಹ ನೀವು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

➤ ಉದಾಹರಣೆಗೆ :

- ಬ್ಲಾಗ್‌ಗಳು (ಉದಾ. ಹಫ್‌ಪೋಸ್ಟ್, ಬೋಯಿಂಗ್ ಬೋಯಿಂಗ್)
- ವ್ಯಾಪಾರ ಜಾಲಗಳು (ಉದಾ. LinkedIn , XING)
- ಸಹಯೋಗದ ಯೋಜನೆಗಳು (ಮೊಜಿಲ್ಲಾ, ಗಿಟ್‌ಹಬ್)
- ಎಂಟರ್‌ಪ್ರೈಸ್ ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗಳು (ಯಮ್ಮರ್, ಸೋಶಿಯಲ್‌ಕಾಸ್ಟ್ , ಸ್ಲಾಕ್)
- ವೇದಿಕೆಗಳು (ಗಯಾ ಆನ್‌ಲೈನ್, ಐಜಿಎನ್)
- ಮೈಕ್ರೋಬ್ಲಾಗ್‌ಗಳು (nélgī , Tumblr , Weibo)
- ಫೋಟೋ ಹಂಚಿಕೆ (Pinterest , Flickr , Photobucket)
- ಉತ್ಪನ್ನಗಳು/ಸೇವೆಗಳ ವಿಮರ್ಶೆ (Amazon , Upwork)
- ಸಾಮಾಜಿಕ ಬುಕ್ಕಾಕಿಂಗ್ (ರುಚಿಕರವಾದ, Pinterest)
- MMORPG (ಫೋರ್ಟ್‌ನೈಟ್, ವರ್ಲ್ಡ್ ಆಫ್ ವಾರ್‌ಕ್ರಾಫ್ಟ್) ಸೇರಿದಂತೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಗೇಮಿಂಗ್
- ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಟ್ವರ್ಕ್ (ಫೇಸ್‌ಬುಕ್, Instagram, Baidu Tieba, VK, QZone, ShareChat, WeChat , LINE)
- ವೀಡಿಯೋ ಹಂಚಿಕೆ (ಯೂಟ್ಯೂಬ್, ವಿಮಿಯೋ)
- ವರ್ಚುವಲ್ ವರ್ಲ್ಡ್ (ಸೆಕೆಂಡ್ ಲೈಫ್, ಟ್ವಿನಿಟಿ)

೧.೨ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳು ಪ್ರಭಾವ

1. ಮಾಹಿತಿ

ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಸಾಧಕವೆಂದರೆ ಅದು ಉಚಿತ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ವ್ಯಾಪಕ ಶ್ರೇಣಿಯ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು ಮತ್ತು ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ, ಇದು ಶಿಕ್ಷಣಕ್ಕಾಗಿ ಅಮೂಲ್ಯವಾದ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ. ಪರಿಣತಿ, ಟ್ಯುಟೋರಿಯಲ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಕೋರ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೂಲಕ ವೃತ್ತಿಪರರು ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಣ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಕಲಿಕೆಗೆ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತವೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಮಾಹಿತಿಯ ತ್ವರಿತ ಪ್ರಸಾರವನ್ನು ಸುಗಮಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ, ಸುದ್ದಿ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತ ಘಟನೆಗಳ ವೇಗದಲ್ಲಿ ಉಳಿಯಲು ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ. ವಿಭಿನ್ನ ದೃಷ್ಟಿಕೋನಗಳನ್ನು ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಬಿಕ್ಕಟ್ಟುಗಳು ಅಥವಾ ಮಹತ್ವದ ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಘಟನೆಗಳ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಸ್ವೇಚ್ಛಾ-ಸಾಮಯದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲು ಇದು ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

2. ಕಲಿಕೆ

ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ಉಪಕರಣಗಳು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಕಲಿಕೆಯ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಸುಧಾರಿಸಲು ಬಹು ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತವೆ. ಈ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗಳು ಮೂಲಕ, ಹಂಚಿಕೆ ಮತ್ತು ಸಂವಹನವನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸುವ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳನ್ನು ನೀವು ಸಂಯೋಜಿಸಬಹುದು. ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಮೂಲಕ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಟ್ಯುಟೋರಿಯಲ್‌ಗಳು, ಸ್ಕೈಪ್ ಮೂಲಕ ವಿದೇಶದಲ್ಲಿರುವ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯಗಳು ವಿತರಿಸುವ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಕೋರ್ಸ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲಾದ ವ್ಯಾಪಕ ಶ್ರೇಣಿಯ ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳಿಂದ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ಪ್ರಯೋಜನ ಪಡೆಯಬಹುದು.

ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ವಿವಿಧ ವಿಷಯಗಳು ಅಥವಾ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಳು ಮತ್ತು ಒಳನೋಟಗಳಂತಹ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಮೌಲ್ಯಯುತವಾದ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಪಡೆಯಬೇಕು. ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಸಂಸ್ಥೆಯಾಗಿ, ಸಾಧ್ಯವಾದಷ್ಟು ಸಾಮಾಜಿಕ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿರುವುದು ನಿರ್ಣಾಯಕವಾಗಿದೆ, ಇದು ಉತ್ತಮ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ತರಬೇತಿ ತಂತ್ರಗಳನ್ನು ರಚಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯನ್ನು ರೂಪಿಸುತ್ತದೆ.

3. ಸಂವಹನ

ಆನ್‌ಲೈನ್ ಸಂವಹನವು ಜನರು ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಈ ಹಿಂದೆ ತಲುಪಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ತಂದಿದೆ. ಇದು ಪ್ರಪಂಚದ ಇತರ ಭಾಗಗಳಲ್ಲಿ ಏನು ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಜನರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿದೆ. ಅಮೆಜಾನ್ ಮಳೆಕಾಡಿನ ಬೆಂಕಿಯ ಕುರಿತಾದ ಕಥೆಯು ಹರಡಿದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯು ಒಂದು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಉದಾಹರಣೆಯಾಗಿದೆ.

ಇದು ಒಂದೇ ಪೋಸ್ಟ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು ಮತ್ತು ಶೀಘ್ರದಲ್ಲೇ ವಿವಿಧ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ನ್ಯೂಸ್‌ಫೀಡ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತವಾಯಿತು. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬಳಕೆದಾರರ ಹೆಚ್ಚಳಕ್ಕೆ ಧನ್ಯವಾದಗಳು, ಚಳುವಳಿಗಳು, ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇಂದು, ವ್ಯಾಪಾರಗಳು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲು ಬ್ರಾಂಡ್ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿವೆ. ಇದು ಭೌಗೋಳಿಕ ಗಡಿಗಳನ್ನು ಲೆಕ್ಕಿಸದೆ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಲುಪಲು ಸಂಸ್ಥೆಗಳನ್ನು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ. ಅಂತರ್ಜಾಲವು ಮಾನವಕುಲಕ್ಕೆ ಅಗಾಧವಾದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯು ಮತ್ತು ಪ್ರಯೋಜನಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಸಂಪನ್ಮೂಲವನ್ನು ಸುಗಮಗೊಳಿಸಿದೆ.

4. ಸೃಜನಶೀಲತೆ

ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳು ನಾವೀನ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಕಲಿಕೆಯನ್ನು ಮೋಷಿಸುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ತಜ್ಞರು ಮತ್ತು ಚಿಂತನೆಯ-ನಾಯಕರು ಹಂಚಿಕೊಂಡ ವೀಕ್ಷಣೆಗಳು, ಆಲೋಚನೆಗಳು ಮತ್ತು

೧.೪ ಸಂವಹನದ ಅರ್ಥ ಮತ್ತು ಪ್ರಭಾವ

ಸಂವಹನದ ಅರ್ಥ:-

ಸಂವಹನ ಎಂದರೆ ಕೇವಲ ಮಾತುಕತೆ ಮಾತ್ರ ಅಲ್ಲ, ಸಂವಹನವೆಂದರೆ ಒಂದು ಅರ್ಥಪೂರ್ಣ, ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಮತ್ತು ಸಂದೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಮಾತುಕತೆ. ಸಂವಹನ ಎಂಬ ಪದವು ಇಂಗ್ಲೀಷಿನ "communication" ಎಂಬ ಪದದ ಸಂವಾದಿ ಪದವಾಗಿದೆ. ಸಂವಹನದ ಮೂಲಕ ಜನಸಮುದಾಯವನ್ನು ಪರಸ್ಪರ ಹತ್ತಿರಕ್ಕೆ ತರಬಹುದು. ಮಾನವ ಸಮಾಜದ ವಿಕಾಸನ ಹಂತದಲ್ಲಿ ಸಂವಹನ ಸಾಧನಗಳ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಕಾಣಬಹುದು. ಆಗ ಈಗಿನ ಹಾಗೆ TV, Mobli, Newspaper ಇರಲಿಲ್ಲ, ಕೇವಲ ಅಂಚೆ ಮತ್ತು Teligram ಮೂಲಕ ಸಂವಹನ ಕಾರ್ಯ ಏರ್ಪಡುತ್ತಿತ್ತು.

ಸಂವಹನದ ಪ್ರಭಾವ :-

ನಾವು ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಅಥವಾ ನಮಗೆ ಲಭ್ಯವಿರುವ ಅಸಂಖ್ಯಾತ ಡಿಜಿಟಲ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುತ್ತಿರಲಿ, ಸಂವಹನವು ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದ ಒಂದು ಭಾಗವಾಗಿದೆ. ಆದರೆ ನಮ್ಮ ಸಂವಹನವು ನಾವು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಿದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಉದ್ದೇಶಿತ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಅಥವಾ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಎಷ್ಟು ತಲುಪುತ್ತದೆ ಎಂಬುದು ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನವು ನಾವು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಮತ್ತು ಪೂರ್ಣವಾಗಿರಬೇಕು. ನಮ್ಮ ವ್ಯಕ್ತಿಪರ ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನಕಾರರಾಗಿರುವುದು ಸ್ಪಷ್ಟತೆ, ಸಹಾನುಭೂತಿ ಮತ್ತು ತಿಳುವಳಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಕಲಿಯುವುದನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ.

೧.೫ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನ :-

ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನವು ಆಲೋಚನೆಗಳು, ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳು, ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಡೇಟಾವನ್ನು ವಿನಿಮಯ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದ್ದು, ಇದರಿಂದ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟತೆವಾದ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ನಾವು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಸಂವಹನ ನಡೆಸಿದಾಗ, ಕಳುಹಿಸುವವರು ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರು ಇಬ್ಬರೂ ತೃಪ್ತರಾಗುತ್ತಾರೆ. ಮೌಖಿಕ, ಲಿಖಿತ, ದೃಶ್ಯ ಮತ್ತು ಆಲಿಸುವಿಕೆ ಸೇರಿದಂತೆ ಹಲವು ರೂಪಗಳಲ್ಲಿ ಸಂವಹನ ಸಂಭವಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ, ಇಂಟರ್ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ, ಫೋನ್ ಮೂಲಕ ಅಥವಾ ಮೇಲ್ ಮೂಲಕ ಸಂಭವಿಸಬಹುದು. ಸಂವಹನವು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿರಲು, ಅದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿರಬೇಕು, ಸರಿಯಾಗಿರಬೇಕು, ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿರಬೇಕು, ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಹಾನುಭೂತಿಯಾಗಿರಬೇಕು.

ಸಂವಹನದ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿತ್ವವನ್ನು ಅಳೆಯಲು ಕಷ್ಟವಾಗಿದ್ದರೂ, ಅದರ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ನಿರಾಕರಿಸುವುದು ಕಷ್ಟ. ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ, ಯುನೈಟೆಡ್ ಸ್ಟೇಟ್ಸ್ ಮತ್ತು ಯುನೈಟೆಡ್ ಕಿಂಗ್‌ಡಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಕನಿಷ್ಠ 100,000 ಉದ್ಯೋಗಿಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಸಮೀಕ್ಷೆಯ ಕಂಪನಿಗಳು ಕಳೆದ ಸಂವಹನದಿಂದಾಗಿ ವರ್ಷಕ್ಕೆ ಸರಾಸರಿ \$62.4 ಮಿಲಿಯನ್ ಕಳೆದುಕೊಂಡಿವೆ. ಫ್ಲಿಪ್ ಸೈಡ್‌ನಲ್ಲಿ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನಕಾರರ ನೇತೃತ್ವದ ಕಂಪನಿಗಳು ಚುಕ್ಕಾಣಿನಲ್ಲಿ ಕಡಿಮೆ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನಕಾರರನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಕಂಪನಿಗಳ ಮೇಲೆ ಷೇರುದಾರರಿಗೆ ಸುಮಾರು 50 ಪ್ರತಿಶತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದವು.

ಸಕಾರಾತ್ಮಕ, ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನವು 7'c ಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ:

- **ಸ್ಪಷ್ಟತೆ (Clarity) :**

ನೀವು ಮುಖ್ಯ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಿಸಬಹುದು. ಯಾವುದೇ ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಊಹೆಗಳು ಕೆಟ್ಟ ವಿಷಯ. ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರು ನಿಮ್ಮ ಅರ್ಥವನ್ನು

ಊಹಿಸಬೇಕಾದರೆ, ಅದು ತಪ್ಪು ಸಂವಹನಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಇದು ತಪ್ಪು ಕ್ರಮವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲು ಅಥವಾ ಸ್ಪಷ್ಟೀಕರಣಗಳ ಮೇಲೆ ಸಮಯವನ್ನು ವ್ಯರ್ಥ ಮಾಡಲು ಕಾರಣವಾಗುತ್ತದೆ. ಸಣ್ಣ, ಸರಳ, ನಿರರ್ಗಳ ವಾಕ್ಯಗಳು ಅಥವಾ ಪ್ಯಾರಾಗ್ರಾಫ್ ಮೂಲಕ ಸ್ಪಷ್ಟತೆಯನ್ನು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಸಾಧಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಸಂದೇಶ ರಚನೆಯ ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಭಾಗವು ಒಂದು ಸ್ಪಷ್ಟ ಸಂದೇಶ ಅಥವಾ ಆಲೋಚನೆಯನ್ನು ತಿಳಿಸಬೇಕು. ಒಂದೇ ವಾಕ್ಯದಲ್ಲಿ ಹಲವಾರು ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಹೇಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಬಾರದು. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಅದು ಮುಖ್ಯ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಗೊಂದಲಗೊಳಿಸಬಹುದು. ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾಹಿತಿಯು ಇತರರಿಗೆ ಒಂದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ನೋಂದಾಯಿಸಲು ಕಷ್ಟವಾಗುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಸಂದೇಶವಾಗಿ ನೀವು ಏನನ್ನು ತಿಳಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತೀರಿ ಎಂಬುದರ ಮೊದಲೆ ನಿರ್ಧರಿಸಬೇಕು.

• ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತತೆ (Conciseness) :

ನಿಮ್ಮ ಭಾಷಣವು ಸುತ್ತುವ ಮತ್ತು ಉದ್ದವಾಗಿಲ್ಲ. ಅದು ಚಿಕ್ಕದಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ನೇರವಾಗಿ ಬಿಂದುವಿಗೆ. ದೀರ್ಘ ಸಂದೇಶವು ಉತ್ತಮ ಸಂದೇಶವಾಗಿರಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ. ಪ್ರಪಂಚವು ಈಗ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಂವಹನದ ಕಡಿಮೆ ರೂಪಗಳಿಗೆ ಬಳಸಲ್ಪಟ್ಟಿರುವುದರಿಂದ, ಅವರು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಅಗತ್ಯಕ್ಕಿಂತ ಉದ್ದವಾದ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಓದುವುದಿಲ್ಲ. ನಿಮ್ಮ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ, ಬಿಂದು ಮತ್ತು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತವಾಗಿ ಇರಿಸಿ. ಈ ರೀತಿಯಾಗಿ, ನೀವು ನಿಮ್ಮ ಸಮಯವನ್ನು ಮತ್ತು ಸಂದೇಶವನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಸಮಯವನ್ನು ವ್ಯರ್ಥ ಮಾಡುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಬಹುದು.

• ನಿಖರತೆ (Accuracy) :

ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ನಿಖರತೆಯು ಅತ್ಯಂತ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಸಂವಹನ ಕೌಶಲ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ. ಇದು ತುಂಬಾ ಸ್ಪಷ್ಟ ಮತ್ತು ಸರಳವಾಗಿದೆ. ಆದರೂ ಸಂವಹನದ ಈ ಆತ್ಮತೆ ಅಂಶವನ್ನು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಡೆಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪರಿಣಾಮವು ಬೃಹತ್ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿರಬಹುದು. ಉತ್ತಮ ಅಥವಾ ಕೆಟ್ಟದ್ದಕ್ಕಾಗಿ. ಇದು ಮೌಖಿಕ ಮತ್ತು ಲಿಖಿತ ಸಂವಹನ ಎರಡಕ್ಕೂ ಅನ್ವಯಿಸುತ್ತದೆ. ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ನಿಖರತೆಯು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಒಂದೇ ಪುಟದಲ್ಲಿ ಇರಿಸುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಮತ್ತು ನಿಖರವಾಗಿ ತಲುಪಿಸಲಾಗಿದೆ. ಇದನ್ನು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿ ಮತ್ತು ನಿಖರವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಲಾಗಿದೆ. ತಪ್ಪುಗ್ರಹಣೆಗಳು, ತಪ್ಪು ವ್ಯಾಖ್ಯಾನಗಳು ಮತ್ತು

ಕಳಪೆ ನಿರ್ಧಾರಗಳ ಸಾಧ್ಯತೆಯು ಅಮೂಲಾಗ್ರವಾಗಿ ಸಂಭವಿಸುತ್ತದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗಳು ಮತ್ತು ಸತ್ಯಗಳಿವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ವಿಷಯವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಯಾವುದೇ ತೊಂದರೆ ಇಲ್ಲ.

• ಸರಿಯಾದತೆ (Correctness) :

ಯಾವುದೇ ದೋಷಗಳಿಲ್ಲ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಸರಿಹೊಂದುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸಬೇಕು. ಸರಿಯಾಗಿರುವುದು ವಾಸ್ತವಿಕ ಮತ್ತು ಭಾಷಾ ನಿಖರತೆ ಎರಡನ್ನೂ ಸೂಚಿಸುತ್ತದೆ. ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವ ಎಲ್ಲಾ ಮಾಹಿತಿಯು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹವಾಗಿರಬೇಕು. ಡೇಟಾದಿಂದ ಬೆಂಬಲಿತವಾಗಿರಬೇಕು ಮತ್ತು ವ್ಯಾಕರಣಬದ್ಧವಾಗಿರಬೇಕು. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡಿದಾಗ, ಹೇಳಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡುವುದು ಸಾಕಷ್ಟು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹ ಅಥವಾ ನಂಬಲರ್ಹವಾಗಿ ತೋರುವುದಿಲ್ಲ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಅದನ್ನು ನಂಬಲರ್ಹವಾದ ಮೂಲಗಳು ಅಥವಾ ಸತ್ಯಗಳೊಂದಿಗೆ ಬ್ಯಾಕಪ್ ಮಾಡಿದಾಗ, ಅದು ಸ್ವೀಕೃತವಾಗಿ ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಸರಿಯಾಗಿರುವುದು ಶಬ್ದಾರ್ಥದ ಅಡೆತಡೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಹ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ. ನಿಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಅರ್ಥವಾಗುವಂತಹ ಭಾಷೆ ಮತ್ತು ಪದಗಳನ್ನು ನೀವು ಬಳಸುತ್ತೀರೆಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಅಲ್ಲದೆ, ಯಾವುದೇ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವ ಮೊದಲು ಕಾಗುಣಿತ ಪರಿಶೀಲನೆ ಮತ್ತು ಸತ್ಯ-ಪರೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಮಾಡುತ್ತೀರಿ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯೂ ಪ್ರತಿದಿನವೂ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ತಪ್ಪಾದ ಮಾಹಿತಿಯು ಅವರೊಂದಿಗೆ ತಪ್ಪು ಸಂದೇಶವನ್ನು ನೋಂದಾಯಿಸಬಹುದು ಅಥವಾ ನೋಂದಾಯಿಸದೇ ಇರಬಹುದು.

• ಸುಸಂಬಂಧತೆ (Coherence) :

ಸಂದೇಶದ ದೇಹವು ಸಹ ಸುಸಂಬಂಧವಾಗಿರಬೇಕು. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಚಿಂತನೆಯ ಮೂಲಕ ಮತ್ತು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸುಲಭವಾದ ಹರಿವಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುವ ಅಗತ್ಯವಿದೆ. ಮೊದಲು ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ಹೊಂದಿಸಿ, ಸಂವಹನದ ಪ್ರಸ್ತುತತೆಯನ್ನು ಬಹಿರಂಗಪಡಿಸಿ. ನಡೆದಿರುವ ಕ್ರಿಯೆಯೊಂದಿಗೆ ಅದನ್ನು ಅನುಸರಿಸಿ ಮತ್ತು ಮುಂದಿನ ಹಂತಗಳು ಮತ್ತು ಸ್ವೀಕೃತಿಸುವವರಿಂದ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು ಯಾವುವು

ಎಂಬುದರೊಂದಿಗೆ ಅದನ್ನು ಮುಕ್ತಾಯಗೊಳಿಸಿ. ಇದು ನಿಮ್ಮ ಸಂವಹನವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಂಡಿದೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಸಂದೇಶವು ಅಪೇಕ್ಷಿತ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

- ಸಂಪೂರ್ಣತೆ (Completeness) :

ಎಲ್ಲಾ ಸಂಬಂಧಿತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸೇರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಜನರು ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ತಪ್ಪಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಒಂದು ವಿಷಯವೆಂದರೆ ಅದು ದ್ವಿಮುಖ ರಸ್ತೆಯಾಗಿದೆ. ಸಂಪೂರ್ಣ ಸಂದೇಶವು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಮಾಹಿತಿ, ಸಂಗತಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಂದರ್ಭವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತದೆ, ಇದು ಕ್ರಿಯೆಗೆ ಕರೆಯನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತದೆ. ಇದು ಕಾರ್ಯದ ತುರ್ತು, ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಪಕ್ಷಗಳು ಮತ್ತು ಮಧ್ಯಸ್ಥಗಾರರನ್ನು ತಿಳಿಸಬೇಕು ಮತ್ತು ಸಂಭಾಷಣೆಯನ್ನು ಮುಂದಕ್ಕೆ ಸಾಗಿಸಲು ಸ್ವೀಕರಿಸುವವರ ಮುಂದಿನ ಹಂತವನ್ನು ತಿಳಿಸಬೇಕು. ಸಂದೇಶವು ಇತರ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ನಿಖರವಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು ಆದ್ದರಿಂದ ಊಹೆಗಳು ಮತ್ತು ತಪ್ಪುಗ್ರಹಿಕೆಗೆ ಅವಕಾಶವಿಲ್ಲ.

- ಸೌಜನ್ಯ (Courtesy) :

ಸಂವಹನವು ನಯವಾಗಿ, ಸ್ನೇಹಪರವಾಗಿ ಮತ್ತು ವೃತ್ತಿಪರವಾಗಿರಬೇಕು. ಸಭ್ಯ ಮತ್ತು ವಿನಯಶೀಲರಾಗಿರುವುದು ವೃತ್ತಿಪರ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಅಗತ್ಯವಿರುವ ಪ್ರಮುಖ ಕೌಶಲ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ. ವಿನಯಶೀಲ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ಬರೆಯಲಾಗಿದೆ. ಇದು ಮುಕ್ತ, ಸ್ನೇಹಪರ ಮತ್ತು ಪ್ರಾಮಾಣಿಕವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಪದಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ ಯಾವುದೇ ಗುಪ್ತ ಅರ್ಥ ಅಥವಾ ಸಂದೇಶವಿಲ್ಲದೆ. ಸೌಜನ್ಯದ ಸಂದೇಶವು ಸ್ನೇಹ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ಕಾಪಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ನಿಮ್ಮ ಸಂವಹನದಲ್ಲಿ ಗುಪ್ತ ಸಂದೇಶಗಳು ಅಥವಾ ಇತರ ವ್ಯಕ್ತಿಯನ್ನು ಕೆಟ್ಟದಾಗಿ ಭಾವಿಸಬಹುದು, ಆದರೆ ಅದು ನಿಮ್ಮ ಮೇಲೂ ಕೆಟ್ಟದಾಗಿ ಪ್ರತಿಫಲಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ನಿಮ್ಮನ್ನು ಕ್ಷುಲ್ಲಕ ಮತ್ತು ವೃತ್ತಿಪರವಾಗಿ ಕಾಣುವಂತೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ನೀವು ನಿಮ್ಮ ತಂಡಕ್ಕೆ ಸಂದೇಶವನ್ನು ಕಳುಹಿಸುವ ತಂಡದ ನಾಯಕರಾಗಿದ್ದರೆ, ಸೌಜನ್ಯದ ಕೊರತೆಯು ನೈತಿಕತೆ ಮತ್ತು ಆತ್ಮವಿಶ್ವಾಸವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ, ನಿಮ್ಮ ಉತ್ಪಾದಕತೆಯನ್ನು ಕಡಿಮೆ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಘಟಕ :- ೦೨ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣ

೨.೧ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ವೃತ್ತ ಪತ್ರಿಕೆ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ವಿವಿಧ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಗಮನಾರ್ಹವಾಗಿ ಪ್ರಭಾವ :

❖ ಕ್ಷಣಿಸುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಸರಣ :-

ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಜನರು ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಸೇವಿಸುವುದರಿಂದ ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಪ್ರಸಾರವು ಕಡಿಮೆಯಾಗಿದೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲೀಕರಣದಿಂದಾಗಿ ಪತ್ರಿಕೆಗಳನ್ನು ಓದುಗರ ಸಂಖ್ಯೆಯಲ್ಲಿ ಗಣನೀಯವಾದ ಇಳಿತ ಕಂಡು ಬಂದಿದೆ. ಸುದ್ದಿ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯ ಪರ್ಯಾಯ ಮೂಲವು ಮುದ್ರಿತ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ವೇಗವಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕರು ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಇದು ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಆಯ್ಕೆಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಿತು. ಮೇಲಾಗಿ, ಪ್ರತಿ ಕೆಲವು ನಿಮಿಷಗಳಿಗೊಮ್ಮೆ ಅಪ್ಡೇಟ್ ಆಗುವ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸುದ್ದಿಯ ಪ್ರಮಾಣವು ದಿನಕ್ಕೊಮ್ಮೆ ಮಾತ್ರ ಬರುವ ಪತ್ರಿಕೆಯಿಂದ ಆನಂದಿಸಲ್ಪಡುವ ನಿರೀಕ್ಷೆಯಿಲ್ಲ. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಸುದ್ದಿ ಮೂಲಗಳಿಗೆ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಾವು ಅತಿ ವೇಗವಾಗಿ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸುತ್ತೇವೆ.

❖ ಡಿಜಿಟಲ್‌ಗೆ ಶಿಷ್ಟ :-

ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪ್ರಕಾಶನಕ್ಕೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುವದು. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಸುದ್ದಿವಾಹಿನಿಗಳ ಉಪಸ್ಥಿತಿಗೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆ ಮುದ್ರಣಗಳ ಉತ್ಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರವು ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಇಳಿಮುಖವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಟ್ವಿಟರ್ ಮತ್ತು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನಂತಹ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ ತಮ್ಮ ನ್ಯೂಸ್‌ಪೀಡ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಸುದ್ದಿಗಳ ಏಕೀಕರಣದ ಮೂಲಕ ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿವೆ. ಪ್ರತಿ ದಿನ ಹಲವಾರು ಘಟನೆಗಳು ಸಂಭವಿಸುತ್ತವೆ ಅವುಗಳ ಮೂಲ ತಿಳಿಯಲು ಜನರು ಮರುದಿನದ ಪತ್ರಿಕೆ ಬರುವವರೆಗು ಕಾಯುವುದಿಲ್ಲ, ಅವರಿಗೆ ಬೇಕಾದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಸುಲಭವಾಗಿ ಪಡೆಯುತ್ತಾರೆ.

❖ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾದರಿಗಳನ್ನು ಬದಲಾಸುವುದು :-

ಆನ್‌ಲೈನ್ ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಚಂದಾದಾರಿಕೆಗಳಂತಹ ಹೊಸ ಆದಾಯದ ಸ್ವೀಕರಣಗಳನ್ನು ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಹುಡುಕಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ವ್ಯಾಪಾರದಲ್ಲಿನ ಈ ಕ್ಷೇತ್ರ ಬೆಳವಣಿಗೆಯು ಜಾಗತಿಕ ಆರ್ಥಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಎತ್ತಿ ತೋರಿಸುತ್ತದೆ, ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯಾಪಾರವನ್ನು ಸುಗಮಗೊಳಿಸುವ ಮತ್ತು ವಿಸ್ತರಿಸುವಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಾರಗಳು ಹೆಚ್ಚು ತಡೆರಹಿತ ಮತ್ತು ವೆಚ್ಚ-ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸರಕುಗಳು ಮತ್ತು ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ವಾಣಿಜ್ಯ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಾಧಿಸಲು, ವ್ಯಾಪಾರದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಲು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ಗಮನ ಸೆಳೆಯಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಪೇದಿಕೆಯಾಗಿವೆ.

❖ ನೈಜ ಸಮಯದ ವರದಿ :-

ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ನೈಜ ಸಮಯದ ವರದಿಯನ್ನು ಸಕ್ರಿಯಗೊಳಿಸಿ ಹೋಲಿಸಿದರೆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ನಿಧಾನವಾಗಿವೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ವರದಿಗಾರರು ತಮ್ಮ ಮೂಲಗಳಿಂದ ನವೀಕರಣಗಳ ಪ್ರಕಾರ ಬ್ರೇಕಿಂಗ್ ನ್ಯೂಸ್‌ಅನ್ನು ತಕ್ಷಣವೇ ತಲುಪಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ವೀಕ್ಷಕರು ಹವಾಮಾನ, ಅವಘಡಗಳು, ರಾಜಕೀಯ ವ್ಯವಹಾರಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಅಂತರರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಸುತ್ತ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಎಲ್ಲಾ ಘಟನೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಅಪ್‌ಡೇಟ್ ಆಗಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಇದು ಸಹಾಯಕವಾಗಿದೆ.

❖ ಓದುಗರ ಅಭ್ಯಾಸಗಳನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸುವುದು :-

ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಜನರು ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಬಿಡಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿದೆ. ಅನೇಕರು ಬೈಟ್- ಗಾತ್ರದ, ಕ್ಯುರೇಟೆಡ್ ವಿಷಯವನ್ನು ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುತ್ತಾರೆ. ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಸಾಧನಗಳು ಮತ್ತು ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಅನ್ನು ಬಳಸುವುದರಿಂದ, ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿಗಳು ತಮ್ಮ ಹುಸಿಯ ಸೌಕರ್ಯದಿಂದ ಕಲಿಯಬಹುದು. ಅಂತಹ ತರಗತಿ ಕೊಠಡಿಗಳು ನೈಜ-ಸಮಯ ಮತ್ತು ದಾಖಲಾತಿ ಕೆಲಸ ಎರಡನ್ನೂ ಬೆಂಬಲಿಸುತ್ತವೆ ಮತ್ತು ಶಿಕ್ಷಕರಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವ ತರಗತಿ ವೇಳಾಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ರಚಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಸಂಯೋಜಿತ

ಮಾಹಿತಿ ಕೇಂದ್ರವನ್ನು ರಚಿಸಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳು ಪ್ರಪಂಚದಾದ್ಯಂತದ ವಿವಿಧ ಮಾಹಿತಿ ಮೂಲಗಳನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುತ್ತವೆ

❖ ಉದ್ಯೋಗ ನಷ್ಟ :-

ಡಿಜಿಟಲ್‌ಗೆ ಶಿಷ್ಟ ಆಗಿರುವುದು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಉದ್ಯೋಗ ನಷ್ಟಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಕೆಲವು ಉದ್ಯೋಗಗಳು, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಪ್ರಾಪಂಚಿಕ ಕೆಲಸವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವವು, ಯಾಂತ್ರಿಕತೆಗೊಂಡ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಬಳಕೆಯ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಬದಲಾಗಬಹುದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಸಾಫ್ಟ್‌ವೇರ್ ಮತ್ತು ರೋಬೋಟ್‌ಗಳು ಉತ್ಪಾದನಾ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಕಾರ್ಮಿಕರ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಡಿಜಿಟಲ್ ಪರಿವರ್ತನೆಯನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸಲು ಆಧುನಿಕ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಅಗತ್ಯ. ಈ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳಿಲ್ಲದವರಿಗೆ ಕೆಲಸ ಹುಡುಕುವಲ್ಲಿ ತೊಂದರೆಯಾಗಬಹುದು ಅಥವಾ ವೇತನದ ಒತ್ತಡವನ್ನು ಅನುಭವಿಸಬಹುದು. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರೂ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ ಪ್ರವೇಶವನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ಡಿಜಿಟಲ್ ಕೆಲಸದ ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಲು ಅಗತ್ಯವಾದ ಜ್ಞಾನವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಇದು ಉದ್ಯೋಗ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಅಸಮಾನತೆಯನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಹದಗೆಡಿಸಬಹುದು.

❖ ಹೊಸ ಅವಕಾಶಗಳು :-

ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಓದುಗರೊಂದಿಗೆ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು, ಅವರ ವಿಷಯವನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಹೊಸ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ತಲುಪಲು ಹೊಸ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಸ್ಥಳೀಯ, ರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಅಥವಾ ಅಂತರಾಷ್ಟ್ರೀಯ ಸನ್ನಿವೇಶದಲ್ಲಿ ಚರ್ಚೆ ಮತ್ತು ಚರ್ಚಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಬಳಸಬಹುದು. ಬಳಕೆದಾರರು ತಮ್ಮ ತಾವು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುವ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಮಾರ್ಗಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಇದು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಈ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯ. ಸ್ನೇಹವನ್ನು ಮಾಡಲು, ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಮತ್ತು ಇರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನಲ್ಲಿ ವಿಶ್ವಸಾರ್ಥ ಸಂಪರ್ಕವೆಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ನೆಟ್‌ವರ್ಕಿಂಗ್ ಸೇವೆಗಳು ಯುವಜನರಿಗೆ ಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿ

ಹೇಗೆ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸಬೇಕು, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲದಲ್ಲಿ ನ್ಯಾವಿಗೇಟ್ ಮಾಡುವುದು ಮತ್ತು ಪೀರ್ ಗುಂಪುಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವವರಾಗಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ರೂಢಿಗಳು ಮತ್ತು ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಒದಗಿಸಬಹುದು. ಒಟ್ಟರೆಯಾಗಿ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪತ್ರಿಕೆಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ವಿಕಾಸನಗೊಳಿಸಲು ಒತ್ತಾಯಿಸಿದೆ. ಉದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಸವಾಲುಗಳು ಮತ್ತು ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

ಫೇಸ್‌ಬುಕ್, ಟ್ವಿಟರ್ ಮತ್ತು ಲಿಂಕ್ಡ್‌ಇನ್ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳ ಪ್ರಸಿದ್ಧ ಉದಾಹರಣೆಗಳಾಗಿವೆ, ಆದರೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ವಿಭಿನ್ನ ಪ್ರಕಾರಗಳಾಗಿರಬಹುದು. ಅಂತಹ ಜಾನಲ್‌ಗಳು ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಫೋರಮ್‌ಗಳು, ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪೊಪ್ಪೆಲ್‌ಗಳು, ಪಾಡ್‌ಕಾಸ್ಟ್‌ಗಳು, ಬ್ಲಾಗ್‌ಗಳು, ಫೋಟೋಗಳು ಮತ್ತು ವೀಡಿಯೋ, ಪಠ್ಯ ಮತ್ತು ತ್ವರಿತ ಸಂದೇಶಗಳ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರಬಹುದು. ಇವುಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ, ಕೆಲವು ಹೆಸರಿಸಲು ಸಂಗೀತ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಆಧಾರಿತ ಆಡಿಯೋ ಸೇವೆಗಳಿವೆ.

೨.೨. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ :-

ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಬಹಳ ಹಿಂದಿನಿಂದಲೂ ಇರುವ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಪ್ರಕಾರವಾಗಿದೆ. ಇದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕಠಿಣ ಸುದ್ದಿ ಮತ್ತು ತನಿಖಾ ವರದಿಯೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ಅಭ್ಯಾಸವಾಗಿದೆ. ಪತ್ರಕರ್ತರು ಕಥೆ ಹೇಳುವವರು ಎಂಬ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಆಧರಿಸಿದೆ, ಅವರು ಘಟನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸತ್ಯವಾದ, ನಿಖರ ಮತ್ತು ನಿಷ್ಪಕ್ಷಪಾತವಾಗಿ ವರದಿ ಮಾಡುವ ವೃತ್ತಿಯ ಸದಸ್ಯರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಪತ್ರಕರ್ತರು ಯಾವಾಗಲೂ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಹೇಳಲು ವಿವಿಧ ಗಾಯನ, ಮೌಖಿಕ, ಸಂಗೀತ ಮತ್ತು ದೃಶ್ಯ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. ಇವುಗಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪೀಳಿಗೆಯಿಂದ ಪೀಳಿಗೆಗೆ ರವಾನಿಸುವ ಮಾರ್ಗಗಳಾಗಿವೆ. "ಸುದ್ದಿ"ಯ ಕಲ್ಪನೆಯು ಅದು ತಲುಪುತ್ತಿರುವ ಸಮಾಜವನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿರುತ್ತದೆ.

ಆಧುನಿಕತೆಯ ಉಬ್ಬರವಿಳಿತದ ನಡುವೆ, ಸಮಯ-ಗೌರವದ ಆಚರಣೆಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದು ಅನನ್ಯ ಸಾಂತ್ವನವಿದೆ. ದಿನಪತ್ರಿಕೆ ಓದುವ ಕ್ರಿಯೆಯೇ ಮನಸ್ಸಿನಲ್ಲಿ ಧ್ಯಾನವಾಗುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ಡಿಜಿಟಲ್

ಡ್ಯಾಲಿಯನ್‌ಗಳಂತಲ್ಲದೆ, ನಾವು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಒಂದು ವಿಷಯದಿಂದ ಇನ್ನೊಂದಕ್ಕೆ ಹಾರುತ್ತೇವೆ, ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆಯು ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಚರ್ಚೆಯನ್ನು ಆದೇಶಿಸುತ್ತದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ಕಥೆಯೂ, ಪ್ರತಿ ಅಂಕಣವೂ ಅದರ ಕಾರಣವನ್ನು ಬೇಡುತ್ತದೆ-ಹೆಚ್ಚು ಮಾನವೀಯ, ಹೆಚ್ಚು ಯಾಂತ್ರಿಕತೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸುವ ವೇಗತಕ್ಷಣದ ವಿಷಯ ಪ್ರಸಾರದಿಂದ ಪ್ರಾಬಲ್ಯ ಹೊಂದಿದವು ಯುಗದಲ್ಲಿ, ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆಗೆ ಚಂದಾದಾರರಾಗುವ ಆಯ್ಕೆಯು ಕೆಲವರಿಗೆ ಅನಾಕ್ಷೇಪವಿಷ್ಟೇ ಆಗಿ ಕಾಣಿಸಬಹುದು. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಈ ನಿರ್ಧಾರವು ವಿಶ್ವಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಮತ್ತು ಸಂಪೂರ್ಣತೆಯ ಬಯಕೆಯನ್ನು ಮುಳುಗಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಯುಗದ ಕ್ಷಿಪ್ರ-ಫೈರ್ ಸುದ್ದಿ ಚಕ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಅಂಶಗಳ ಕೊರತೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ಕಾಣಬಹುದು.

ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಸುಸ್ಥಾಪಿತವಾದವುಗಳು ಪರಂಪರೆಯೊಂದಿಗೆ ಬರುತ್ತವೆ. ಅವರ ಕಠಿಣವಾದ ಸಂಪಾದನೆ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಗಳು, ಆಗಾಗ್ಗೆ ಚೆಕ್ ಮತ್ತು ಬ್ಯಾಲೆನ್‌ಗಳ ಬಹು ಪದರಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುತ್ತವೆ, ಓದುಗರನ್ನು ತಲುಪುವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿವಿಧ ಕೋನಗಳಿಂದ ಪರಿಶೀಲಿಸಲಾಗಿದೆ, ಪರಿಶೀಲಿಸಲಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ವೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿದೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸುತ್ತದೆ. ನಿಖರತೆ ಮತ್ತು ಆಳವಾದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗೆ ಈ ಬದ್ಧತೆಯು ಅನೇಕ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮೂಲಗಳ ತ್ವರಿತ ಮತ್ತು ಸಂಕ್ಷಿಪ್ತತೆಗೆ ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ವ್ಯತಿರಿಕ್ತವಾಗಿದೆ.

ಇದಲ್ಲದೆ, ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಪ್ರತಿಫಲಿತ ಬಳಕೆಯ ಆರ್ಥವನ್ನು ಬೆಳೆಸುತ್ತವೆ. ನವೀಕರಣಗಳು ಮತ್ತು ಅಧಿಸೂಚನೆಗಳ ನಿರಂತರ ವಾಗ್ದಾಳಿಗೆ ಬದಲಾಗಿ, ದೈನಂದಿನ ಅಥವಾ ಸಾಪ್ತಾಹಿಕ ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆ ಓದುಗರಿಗೆ ಕುಳಿತುಕೊಳ್ಳಲು, ಜೀರ್ಣಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಪ್ರಪಂಚದ ಘಟನೆಗಳ ಮೇಲೆ ಪ್ರತಿಬಿಂಬಿಸಲು ಅನುವು ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಈ ವೇಗದ ಸೇವನೆಯು "ಎಪಿಸ್ಟೆಮ್" ನ ಹಿಡುವಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಹೀರಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯನ್ನು ಇನ್ನಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಯತ್ನದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ, ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಮೇಲೆ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯ ಭಾರ ಹಿಂದಂದಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುತ್ತದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ವಿಷಯದ ಪ್ರಸಾರದೊಂದಿಗೆ, ಸವಾಲು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಪರಿವರ್ತನೆ ಮಾತ್ರವಲ್ಲ, ಪ್ರತಿ ಸೆಕೆಂಡಿಗೆ ಗಮನ ಸೆಳೆಯುವ ಪಟ್ಟಿಬಿಡದ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸ್ಟ್ರೀಮ್‌ನಲ್ಲಿ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳುವುದು, ವಿಕಸನಗೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಸ್ಪರ್ಧಿಸುವುದು. ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಅಧಿಕೃತ ಮಾಹಿತಿಯ ರಕ್ಷಕರು; ಆದ್ದರಿಂದ ಅವರು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ನಿಜವಾದ ಜ್ಞಾನ ಅಥವಾ "ಎಪಿಸ್ಟೆಮ್"

ಕಡೆಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮಾಡಲು "ಡೋಕ್ಸಾ" ದ ಮನವಿಯನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಈ ಡಿಜಿಟಲ್ ಯುಗದಲ್ಲಿ, ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಟೈಮ್ಸ್ ಪಾತ್ರ ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಸಮಗ್ರತೆ ಅತ್ಯುನ್ನತವಾಗಿದೆ.

ಯುಗದಲ್ಲಿ ಸತ್ಯದ ಸ್ತಂಭಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಕ್ಷಣಿಕ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳಿಂದ ಪ್ರಾಬಲ್ಯ ಹೊಂದಿದ್ದು, ಸಮಾಜವನ್ನು ರೂಪಿಸುವ ಮತ್ತು ನಿಜವಾದ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸನ್ನಿಧಿತೆಯ ಕಡೆಗೆ ಮಾರ್ಗದರ್ಶನ ಮಾಡುವ ಅವರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಅಪಾರವಾಗಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಯುಗವು ಕೇವಲ ವೇಗ ಮತ್ತು ಪ್ರವೇಶದ ಬಗ್ಗೆ ಅಲ್ಲ; ಇದು ಆಳ, ತಿಳುವಳಿಕೆ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯ ಬುದ್ಧಿವಂತ ಬಳಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ. ಮತ್ತು ಈ ಪ್ರಯತ್ನದಲ್ಲಿ, ವಿಶ್ವಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಎಂದಿಗೂ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ನಾನು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆಯನ್ನು ಹೇಗೆ ಸಲ್ಲಿಸುತ್ತೇನೆ ಮತ್ತು ವಿತ್ತಿ ತನ್ನ ಆಯ್ಕೆಯ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ನಿಜವಾದ ಧ್ವನಿಗಳ ಮೌಲ್ಯವನ್ನು ಗುರುತಿಸುವಂತೆಯೇ, ಸಮಾಜವು ಅಂತಹ ಸವಾಲನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತದೆ, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಯಗಳಲ್ಲಿ. ೨೦೨೪ರ ಅಧ್ಯಕ್ಷೀಯ ಚುನಾವಣೆಯು ನಮ್ಮ ರಾಷ್ಟ್ರದ ಪ್ರಯಾಣದಲ್ಲಿ ಒಂದು ಪ್ರಮುಖ ಘಟನೆಯಾಗಿದೆ. ಅಂತೆಯೇ, ಅವರು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿಗಾಗಿ ಕೇಂದ್ರವಾಗುತ್ತಾರೆ, ಹೆಚ್ಚಿನ ಹಕ್ಕನ್ನು ಮತ್ತು ಭಾವನೆಗಳು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿರುತ್ತವೆ.

ಶಕ್ತಿಯ ಡೈನಾಮಿಕ್ಸ್ ಪಲ್ಲಟ, ಮತ್ತು ಪಟ್ಟಭದ್ರ ಹಿತಾಸಕ್ತಿಗಳು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ವಾತಾವರಣವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ವಲಯವನ್ನು ಅರ್ಧ-ಸತ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ತಪ್ಪುದಾರಿಗಳೆಂದು ನಿರೂಪಣೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಮುಳುಗಿಸುತ್ತವೆ. ಇದು ವಿಶ್ವಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಮೂಲಗಳ ಮೇಲೆ ಒಲವು ತೋರುವ ಸಂಪೂರ್ಣ ಅಗತ್ಯವನ್ನು ಒತ್ತಿಹೇಳುತ್ತದೆ. ಈ ಪ್ರಮುಖ ಸಮಯಗಳಲ್ಲಿ, ಸ್ಥಾಪಿತ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ವಿಶ್ವಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಘಟಕಗಳ ಪಾತ್ರವು ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿ ಪ್ರಸಾರವನ್ನು ಮೀರಿದೆ. ಅವರು ಸಮಾಜವು ಪ್ರಚಾರದ ಪ್ರಕ್ಷುಬ್ಧ ಸಮುದ್ರಗಳನ್ನು ನ್ಯಾವಿಗೇಟ್ ಮಾಡುವ ದಿಕ್ಕುಚಿಯಾಗುತ್ತಾರೆ, ನಾಗರಿಕರು ಸತ್ಯಗಳು, ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮತ್ತು ಪಕ್ಷಪಾತವಿಲ್ಲದ ವರದಿಗಳ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ತಿಳುವಳಿಕೆಯುಳ್ಳ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ಚುನಾವಣಾ ಪ್ರಚಾರಗಳ ಅಬ್ಬರದಲ್ಲಿ, ವಿಶ್ವಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಸ್ಪಷ್ಟ, ತರ್ಕಬದ್ಧ ಧ್ವನಿ ಕೇವಲ ಮೌಲ್ಯಯುತವಲ್ಲ; ಇದು ಅನಿವಾರ್ಯವಾಗಿದೆ.

೨.೩ ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ :-

ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ರಚಿಸಲಾದ ಸುದ್ದಿ ಮತ್ತು ಅದರ ಪಕ್ಕವಾದ್ಯಗಳನ್ನು "ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ" ಎಂದು ಉಲ್ಲೇಖಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ವರದಿಗಾರಿಕೆಯ ವೇಗವಾಗಿ ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತಿರುವ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದನ್ನು "ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ" ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಸಮಕಾಲೀನ ಸುದ್ದಿ ವರದಿಗಾರಿಕೆಯ ಮುಂಚೂಣಿಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ, ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ತತ್ವಗಳು ಮತ್ತು ಅತ್ಯಾಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಸಮ್ಮಿಳನವಾಗಿದೆ. ಕ್ಷಿಪ್ರ ಮಾಹಿತಿಯ ಪ್ರಸರಣ ಮತ್ತು ನೈಜ-ಸಮಯದ ನವೀಕರಣಗಳಿಗಾಗಿ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಹಸಿವು ಹೊಂದಿರುವ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಅಂತರ್ಸಂಪರ್ಕಿತ ಸಮಾಜದ ವಿಕಸನಗೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಬೇಡಿಕೆಗಳಿಗೆ ಆಧುನಿಕ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿ ನಿಂತಿದೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಅದರ ಮೂಲದಲ್ಲಿ, ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್‌ಗಳು, ಪಾಡ್‌ಕಾಸ್ಟ್‌ಗಳು, ವೀಡಿಯೋಗಳು ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನವುಗಳಂತಹ ಡಿಜಿಟಲ್ ಚಾನಲ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಸುದ್ದಿ ವಿಷಯವನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸುವುದು, ರಚಿಸುವುದು ಮತ್ತು ವಿತರಿಸುವ ಅಭ್ಯಾಸವಾಗಿದೆ. ಇದು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಮುದ್ರಣ ಅಥವಾ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಧ್ಯಮದ ಮಿತಿಗಳನ್ನು ಮೀರುತ್ತದೆ, ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಮತ್ತು ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿ ತಿಳಿಸಲು ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ಅಧಿಕಾರ ನೀಡುವ ಮಲ್ಟಿಮೀಡಿಯಾ ಪರಿಕರಗಳ ಒಂದು ಶ್ರೇಣಿಯನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

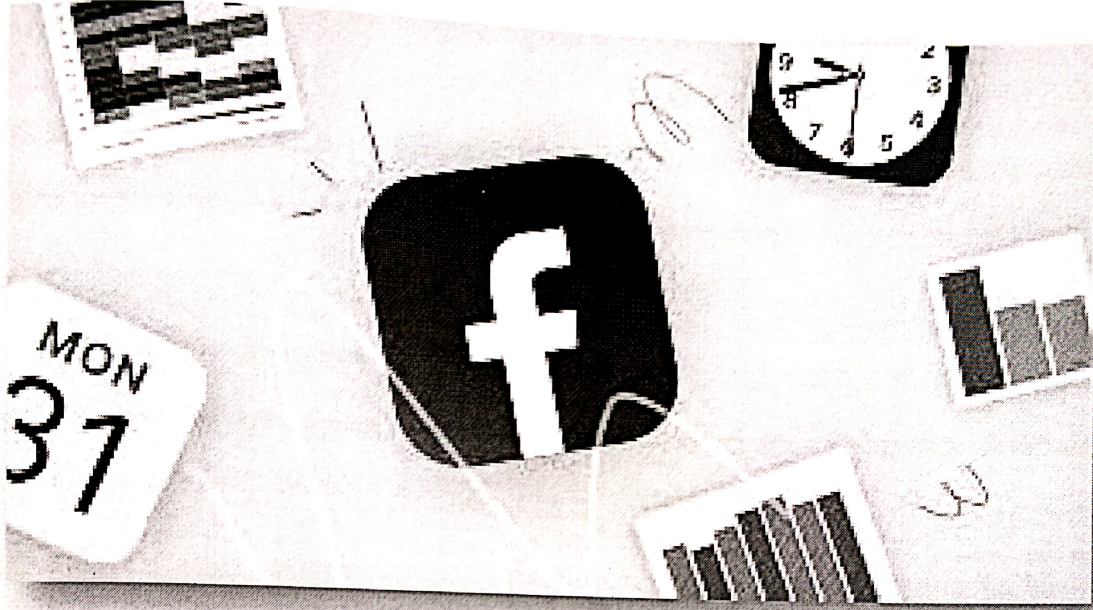
ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ನಾವು ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಸೇವಿಸುವ ಮತ್ತು ಉತ್ಪಾದಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಪ್ರತಿನಿಧಿಸುತ್ತದೆ. ಇದು ಕಥೆ ಹೇಳುವಿಕೆಗೆ ಬಹುಮುಖ ಮತ್ತು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ, ಆದರೂ ಇದು ತಪ್ಪು ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ನೈತಿಕ ಕಾಳಜಿಗಳಂತಹ ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸುತ್ತದೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಮುಂದುವರೆದಂತೆ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಜರ್ನಲಿಸಂ ನಾವು ಪ್ರಪಂಚದ ಘಟನೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಪ್ರವೇಶಿಸುತ್ತೇವೆ ಮತ್ತು ಗ್ರಹಿಸುತ್ತೇವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ರೂಪಿಸುವಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಯುಗದ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಾಗ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಸಾರವನ್ನು ಸಂರಕ್ಷಿಸುತ್ತದೆ.

ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿರುವ ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಬಳಕೆಯ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಜನರು ಸುದ್ದಿ ಮತ್ತು ಇತರ ಜಾಗತಿಕ ಘಟನೆಗಳನ್ನು ಓದುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ವಾಸ್ತವವಾಗಿ, ಇದು ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಮತ್ತು ಅವರ ವರದಿಗಾರರಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ಅಪಾಯವನ್ನುಂಟುಮಾಡುತ್ತದೆ. ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನವು ಗಮನಾರ್ಹ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಹೊಂದಿರುವ ಒಂದು ಕ್ಷೇತ್ರವಾಗಿದೆ. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಮೂಲಕ ರೇಡಿಯೋ ಮತ್ತು ದೂರದರ್ಶನದಂತಹ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೆಗಳಂತಹ ಮುದ್ರಿತ ಪ್ರಕಟಣೆಗಳ ಮೂಲಕ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮತ್ತೊಂದೆಡೆ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ತನ್ನ ವಿಷಯವನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಿಸುತ್ತದೆ.

ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಕ್ಕಾಗಿ ಲೇಖಕ ಅಥವಾ ಪತ್ರಕರ್ತ ತನ್ನ ತುಣುಕುಗಳನ್ನು ತನ್ನ ವೆಬ್‌ಲಾಗ್‌ಗೆ (ಬ್ಲಾಗ್) ಪೋಸ್ಟ್ ಮಾಡುತ್ತಾನೆ. ಕೆಲವು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಸ್ವತಂತ್ರ ಗುತ್ತಿಗೆದಾರರಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಯಾವುದೇ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಯ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳಲ್ಲ. ಹೆಚ್ಚುವರಿಯಾಗಿ, ಕೆಲವು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪತ್ರಕರ್ತರು ತಮ್ಮ ಕೆಲಸದಿಂದ ಯಾವುದೇ ಹಣವನ್ನು ಪಡೆಯುವುದಿಲ್ಲ. ಅವರು ನಿರುದ್ಯೋಗಿಗಳಾಗಿರುವ ಕಾರಣ ಲೇಖನವನ್ನು ಪೋಸ್ಟ್ ಮಾಡುವಾಗ ಪೂರೈಸಲು ಯಾವುದೇ ಗಡುವನ್ನು ಹೊಂದಿಲ್ಲ. ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಬಳಕೆದಾರರು ಇಂಟರ್ನೆಟ್‌ಗೆ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿರುವಾಗ ಮಾತ್ರ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿ ಲೇಖನಗಳನ್ನು ಓದಬಹುದು. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಧನ್ಯವಾದಗಳು ಇಂಟರ್ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಅವಲಂಬಿತರಾಗದೆ ಜನರು ಈವೆಂಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತವಾಗಿರಬಹುದು.

ಘಟಕ :- ೦೩ ಪ್ರಮುಖ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳು

೩.೧ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ :-



ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ವಿಶ್ವದ ಅತ್ಯಂತ ವೇಗವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಉದ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ. ನಮ್ಮ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕವು ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ನಮಗೆ ಬಹಳ ಮುಖ್ಯವಾದ ಜನರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕದಲ್ಲಿರಲು ಇದು ನಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಪ್ರಪಂಚದಾದ್ಯಂತ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ವಿಭಿನ್ನ ಘಟನೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ನಮಗೆ ಅಪ್‌ಡೇಟ್ ಆಗಿರುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವೇದಿಕೆಗಳಿಲ್ಲದೆ ಇಂದಿನ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಬದುಕುವುದು ಅಸಾಧ್ಯ.

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಇತಿಹಾಸದ ಮೇಲೆ ಹರಡುತ್ತದೆ, ಇದು ನಿಜವಾಗಿಯೂ 1600ರ ದಶಕದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾರಂಭವಾಯಿತು. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಇತಿಹಾಸವು ವಿಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯೊಂದಿಗೆ ನಿಕಟ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿದೆ. ವಿವಿಧ ಮುದ್ರಣಾಲಯಗಳನ್ನು ಸ್ಥಾಪಿಸುವ ಮೊದಲು, ಬಾಯಿಯ

ಮಾತುಗಳು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯುವ ಪ್ರಾಥಮಿಕ ಮೂಲವಾಗಿತ್ತು. ಇಂದಿನ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಬಹುಮುಖ್ಯ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ಕ್ಷೇತ್ರವಾಗಿದೆ, ಇದು ರಾಜಕೀಯ, ಫ್ಯಾಷನ್ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳು, ಸರ್ಕಾರಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಮತ್ತು ಇತರ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಪಕ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ವಿವಿಧ ಪ್ರಪಂಚದ ವ್ಯವಹಾರಗಳ ಅಧ್ಯಯನ, ಪ್ರಸಾರ ಮತ್ತು ಪ್ರಕಟಣೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದೆ.

ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಮುಖವನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬದಲಾಯಿಸಿವೆ. ಇದು ಪತ್ರಕರ್ತನ ಸವಾಲುಗಳು ಮತ್ತು ಪಾತ್ರವನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬದಲಾಯಿಸಿದೆ. ಇಂದಿನ ಕಾಲಘಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಪತ್ರಕರ್ತರಿಂದ ವಿಷಯ ವರದಿ ಮಾಡುವುದು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಈಡೇರುತ್ತಿಲ್ಲ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಅವರು ಯಾವ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೋಡಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದರ ಆಯ್ಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದಲು ಎದುರು ನೋಡುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಜನರು ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡುವಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ವಿಭಿನ್ನ ಸನ್ನಿವೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಪ್ರಕರಣಗಳಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳನ್ನು ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸುತ್ತಾರೆ.

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ನಮ್ಮ ಸುತ್ತಲೂ ಬಹಳ ಹಿಂದಿನಿಂದಲೂ ಇದೆ, ಆದರೆ ಇಂದು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್, ಇನ್‌ಸ್ಟಾಗ್ರಾಮ್, ಟ್ವಿಟರ್, ಸ್ವಾಪ್‌ಚಾಟ್, ವಾಟ್ಸಾಪ್ ಮುಂತಾದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವೇದಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಹೆಚ್ಚು ಸಂವಾದಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ನಡುವೆ ಸೇತುವೆಯನ್ನು ರಚಿಸುವಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರ ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ. ಓದುಗರು. ಕಡಿಮೆ ಸಂಖ್ಯೆಯ ಜನರು ಸುದ್ದಿ ವಾಹಿನಿಗಳಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ನೇರವಾಗಿ ವೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ, ಬದಲಿಗೆ ಅವರು ವಿವಿಧ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವೇದಿಕೆಗಳ ಮೂಲಕ ಅದನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಅಥವಾ ಕೇಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಟ್ವಿಟರ್ ಮತ್ತು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಪ್ರಬಲ ಮಾಹಿತಿ ಸಾಧನವಾಗಿ ಹೊರಹೊಮ್ಮಿದೆ. ಅದರ ಮೂಲಕ ಬಳಕೆದಾರರು ಪ್ರಪಂಚದಾದ್ಯಂತ ಏನು ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ ಎಂಬುದರ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಪಡೆಯಬಹುದು.

ಈಗ, ಟ್ರಾಂಕ್‌ಗಳು ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಹೇಳಲು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಕಾಯಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ. ಅವರು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಸುದ್ದಿ ಅಥವಾ ಯಾವುದೇ ಘಟನೆಯನ್ನು ಸರಳವಾಗಿ ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ಅಲ್ಲದೆ ಅವರು ಈ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಸ್ನೇಹಿತರು ಮತ್ತು ಕುಟುಂಬದೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ನೇರ ವರದಿ ಮಾಡುವ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ಒದಗಿಸುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಕರ್ತರು ಈವೆಂಟ್‌ನ ಲೈವ್ ರೆಕಾರ್ಡಿಂಗ್ ಅನ್ನು ಎಲ್ಲಿಂದಲಾದರೂ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಪತ್ರಕರ್ತರು ದೊಡ್ಡ ಬ್ರಾಂಡ್‌ಗಳೊಂದಿಗೆ ತಮ್ಮ ಸಂಪರ್ಕಗಳನ್ನು ಮಾಡಲು, ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಸಂಗ್ರಹಿಸಲು ಮತ್ತು ಬ್ರಾಂಡ್ ಗುರಿಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯದಲ್ಲಿ ೨೦೦೪ರಲ್ಲಿ ಅಮೇರಿಕನ್ ಕಂಪನಿಯಾದ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಅನ್ನು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಿದರು. ಇದರ ಪ್ರಧಾನ ಕಛೇರಿ ಕ್ಯಾಲಿಫೋರ್ನಿಯಾದಲ್ಲಿದೆ. ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ವಿಶ್ವದ ಅತಿದೊಡ್ಡ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಒಂದಾಗಿದೆ, ಪ್ರಪಂಚದಾದ್ಯಂತ ೨ ಬಿಲಿಯನ್‌ಗಿಂತಲೂ ಹೆಚ್ಚು ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಒಂದು ಉಚಿತ ಸಾಮಾಜಿಕ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್, ಅಲ್ಲಿ ಯಾರಾದರೂ ತಮ್ಮ ಖಾತೆಯನ್ನು ಉಚಿತವಾಗಿ ಮಾಡಬಹುದು. ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ಅನ್ನು ವಾಣಿಜ್ಯ ಮತ್ತು ವೈಯಕ್ತಿಕ ಬಳಕೆಗಾಗಿ ಜನರು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಖಾತೆಗಳು, ಪುಟಗಳು, ಗುಂಪುಗಳು, ಸಮುದಾಯಗಳು ಮತ್ತು ಇನ್ನೂ ಹೆಚ್ಚಿನವನ್ನು ರಚಿಸಬಹುದು. ಕಂಪನಿಯು ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಂದ ಹಣವನ್ನು ಗಳಿಸುತ್ತದೆ. ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ವ್ಯವಹಾರಗಳು ಮತ್ತು ವೃತ್ತಿಪರರಿಗೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್‌ನ ಸಂಪೂರ್ಣ ಹೊಸ ದೃಷ್ಟಿಕೋನವನ್ನು ನೀಡಿದೆ. ಈಗ ಒಂದು ದಿನ, ಅನೇಕ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಮ್ಮ ವ್ಯಾಪಾರ ಉದ್ದೇಶಗಳಿಗಾಗಿ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ಅನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿವೆ ಮತ್ತು ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮತ್ತು ಜಾಗತಿಕವಾಗಿ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡುತ್ತಿವೆ. ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಹೊಸ ವೇದಿಕೆಯನ್ನು ನೀಡಿದೆ, ಅಲ್ಲಿ ಯಾರಾದರೂ ಫ್ಯಾಷನ್, ಮಾಧ್ಯಮ, ಕ್ರೀಡೆ ಮತ್ತು ರಾಜಕೀಯ ಮುಂತಾದ ವಿವಿಧ ಉದ್ಯಮಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

ಇತ್ತೀಚಿನ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ, ಅನೇಕ ಪತ್ರಕರ್ತರು, ರಾಜಕಾರಣಿಗಳು ಮತ್ತು ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು ನೈಜ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧಿಸಲು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಲೈವ್ ಅನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಲೈವ್ ಎನ್ನುವುದು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನ ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯವಾಗಿದ್ದು, ಬಳಕೆದಾರರು ತಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೊಂದಿಗೆ ಸ್ಟ್ರೀಮ್ ವೀಡಿಯೋವನ್ನು ಲೈವ್ ಮಾಡಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ. ವೈಶಿಷ್ಟ್ಯಗಳು ಉದ್ದೇಶಿತ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ

ವೀಡಿಯೋದಲ್ಲಿ ಕಾಮೆಂಟ್ ಮಾಡಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ವೀಡಿಯೋವನ್ನು ಎಷ್ಟು ಜನರು ವೀಕ್ಷಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸುತ್ತದೆ.

ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ತಲುಪುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯದಿಂದಾಗಿ ಸುದ್ದಿ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ದೊಡ್ಡ ಪಾತ್ರವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಅನೇಕ ಗಮನಾರ್ಹ ಸುದ್ದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಲೈವ್ ಅನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿವೆ ಏಕೆಂದರೆ ಅಲ್ಲಿ ಯುವ ಮತ್ತು ಶಕ್ತಿಯುತ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರು ಇದ್ದಾರೆ. ಅನೇಕ ಸ್ವತಂತ್ರ ಮತ್ತು ಸ್ವತಂತ್ರ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಸುದ್ದಿ ವಾಹಿನಿಯ ತಾಂತ್ರಿಕ ಮೂಲಸೌಕರ್ಯದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಹಣವನ್ನು ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡದೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೊಂದಿಗೆ ಸುದ್ದಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಲೈವ್ ಅನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಇತರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳಿಗಿಂತ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಹೊಂದಿರುವ ಪ್ರಯೋಜನವೆಂದರೆ ಅದು ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುವ ಮೂಲಗಳ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸಂಖ್ಯೆ. ನ್ಯಾಷನಲ್ ಪಬ್ಲಿಕ್ ರೇಡಿಯೋದಲ್ಲಿ, ಅದರ 1.5+ ಮಿಲಿಯನ್-ಸದಸ್ಯ ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಸಮುದಾಯವು ಮೂಲಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಲು ಅಮೂಲ್ಯವಾಗಿದೆ ಎಂದು ಎನ್‌ಪಿಆರ್‌ನ ಸಾಮಾಜಿಕ. ಇದು ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ೧೪೦ ಅಕ್ಷರಗಳನ್ನು ಮೀರಿದ ವಿಷಯವನ್ನು ಬರೆಯುವುದು ಮತ್ತು ಸಾರ್ವಜನಿಕರೊಂದಿಗೆ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯ ಹೊಸ ಮೂಲಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕಿಸಲು ವಿವಿಧ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ.

೨.೨ ವಾಟ್ಸಾಪ್ :-



ಬಳಕೆದಾರರು ತಮ್ಮ ಆಯ್ಕೆಯ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳನ್ನು ಹುಡುಕಬಹುದು ಮತ್ತು ನವೀಕರಣಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಅವುಗಳನ್ನು ಅನುಸರಿಸಬಹುದು. ಪ್ರಸ್ತುತ, ಸೆಲೆಬ್ರಿಟಿಗಳು, ಕ್ರೀಡಾ ತಂಡಗಳು, ಕಲಾವಿದರು ಮತ್ತು ಪ್ರಕಟಣೆಗಳ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳು WhatsApp ನಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಚಾನೆಲ್‌ಗಳು ಸಾರ್ವಜನಿಕವಾಗಿವೆ, ಆದರೆ ಅವುಗಳನ್ನು ಯಾರು ಅನುಸರಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಹುಡುಕಾಟದಲ್ಲಿ ಅದರ ಗೋಚರತೆಯನ್ನು ಟಾಗ್ ಮಾಡಬಹುದು ಎಂಬುದನ್ನು ನಿರ್ವಾಹಕರು ನಿರ್ಧರಿಸಬಹುದು.

ಪ್ರಾರಂಭದಿಂದಲೂ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಪೋಸ್ಟ್ ಮಾಡಲಾದ ಸಂದೇಶಗಳು ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವವರು ವೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು, ಅನುಸರಿಸದಿರುವವರು ಕಳೆದ ೨೦ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ನವೀಕರಣಗಳನ್ನು ನೋಡಬಹುದು. ಅಡ್ಮಿನ್‌ಗಳು ಅನುಯಾಯಿಗಳು ಸ್ಕ್ರೀನ್‌ಶಾಟ್‌ಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದರಿಂದ ಮತ್ತು ಈ ನವೀಕರಣಗಳನ್ನು ಅವರ ಸಂಪರ್ಕಗಳೊಂದಿಗೆ ಮತ್ತಷ್ಟು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳದಂತೆ ತಡೆಯಬಹುದು. ಚಾನೆಲ್ ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಮಾಹಿತಿಯು ಖಾಸಗಿಯಾಗಿದೆ ಮತ್ತು ಇತರ ಭಾಗವಹಿಸುವವರು ಅಥವಾ ನಿರ್ವಾಹಕರಿಂದ ವೀಕ್ಷಿಸಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ.

ವಾಟ್ಸಾಪ್ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳು ಸಂಭಾಷಣೆಯ ಬದಲಿಗೆ ಏಕಮುಖ ಪ್ರಸಾರವಾಗಿರುವುದರಿಂದ, ಅನುಸರಿಸುವವರಿಗೆ ಸುರಕ್ಷಿತ, ಸಂಬಂಧಿತ ಮತ್ತು ಸೂಕ್ತವಾದ ವಿಷಯವನ್ನು ಪೋಸ್ಟ್ ಮಾಡುವುದನ್ನು ಖಚಿತಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಜವಾಬ್ದಾರಿ ನಿರ್ವಾಹಕರ ಮೇಲಿರುತ್ತದೆ. ಓದುಗರು ವಾಟ್ಸಾಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಾಶಕರ ಚಾನೆಲ್ ಅನ್ನು ಹುಡುಕುವ ಮೂಲಕ ಅಥವಾ ಚಾನೆಲ್ ಲಿಂಕ್ ಅನ್ನು ಕ್ಲಿಕ್ ಮಾಡುವ ಮೂಲಕ ಅನುಸರಿಸಬಹುದು. ಚಾನೆಲ್ ಅನ್ನು ಅನುಸರಿಸಲು ಕೇವಲ ಒಂದು ಕ್ಲಿಕ್ ಅಗತ್ಯವಿದೆ ಅದು ಸುಗಮ ನೋಂದಣಿ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ಚಾನೆಲ್ ಸಂಗ್ರಹಿಸಬಹುದಾದ ಅನುಯಾಯಿಗಳ ಪ್ರಮಾಣಕ್ಕೆ ಯಾವುದೇ ಮಿತಿಯಿಲ್ಲ. ಆದ್ದರಿಂದ ಪ್ರಕಾಶಕರು ತಮ್ಮ ಅನುಯಾಯಿಗಳ ಸಂಖ್ಯೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವುದನ್ನು ಮುಂದುವರಿಸಬಹುದು ಮತ್ತು ಅನುಯಾಯಿಗಳ ಮೇಲಿನ ಮಿತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಚಿಂತಿಸದೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ತಲುಪಬಹುದು. ಸುದ್ದಿ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ರಕಾಶಕರು WhatsApp ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ವಿವಿಧ ರೀತಿಯ ವಿಷಯ ಸ್ವರೂಪಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು. ಇದು ಪಠ್ಯ, ಫೋಟೋಗಳು, ವೀಡಿಯೋಗಳು, ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಲಿಂಕ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನದನ್ನು ಬೆಂಬಲಿಸುತ್ತದೆ. ಹೋಲಿಕೆಯಲ್ಲಿ ನವೀಕರಣಗಳು ಹೆಚ್ಚು ವಿವರಣಾತ್ಮಕವಾಗಿರಲು ಅನುಮತಿಸುವ ಯಾವುದೇ ಅಕ್ಷರ ಮಿತಿ ಇಲ್ಲ.

ಅನುಯಾಯಿಗಳು ಎಮೋಜಿಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಚಾನೆಲ್ ನವೀಕರಣಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಬಹುದು, ಪ್ರಕಾಶಕರು ತಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಯಾವ ರೀತಿಯ ವಿಷಯವು ಉತ್ತಮವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ವಿಷಯಗಳ ಕುರಿತು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಮತ್ತು ಅವರ ನಿಷ್ಠಾವಂತ ಅನುಯಾಯಿಗಳ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳಿಗೆ ಸರಿಹೊಂದುವಂತೆ ಅವರ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿಸಲು ವಾಟ್ಸಾಪ್ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಮತದಾನವನ್ನು ನಡೆಸಲು ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ.

ಪ್ರಕಾಶಕರು ತಮ್ಮ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಹ್ಯಾಂಡಲ್‌ಗಳಿಗೆ ದಟ್ಟಣೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು WhatsApp ಚಾನೆಲ್‌ಗಳು ಉತ್ತಮ ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ. ನಿಮ್ಮ ಇತ್ತೀಚಿನ ಲೇಖನಕ್ಕೆ ಅಥವಾ ನಿಮ್ಮ YouTube ಚಾನೆಲ್‌ನಿಂದ ವೀಡಿಯೋಗೆ ಲಿಂಕ್ ಅನ್ನು ಸೇರಿಸುವುದರಿಂದ ಪ್ರಕಾಶಕರು ಯಾವುದೇ ನಿರ್ಬಂಧಗಳಿಲ್ಲದೆ ತಮ್ಮ ಆಯ್ಕೆಯ ಗಮ್ಯಸ್ಥಾನಕ್ಕೆ ಟ್ರಾಫಿಕ್ ಅನ್ನು ಚಾಲನೆ ಮಾಡಲು ನಮ್ಯತೆಯನ್ನು

ನೀಡುತ್ತದೆ. ಚಾನೆಲ್‌ನ ಆಚೆಗೆ ತಮ್ಮ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ವರ್ಧಿಸಲು ತಮ್ಮ ಸ್ನೇಹಿತರು ಮತ್ತು ಕುಟುಂಬದೊಂದಿಗೆ ವಿಷಯವನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಕಾಶಕರು ತಮ್ಮ ಅನುಯಾಯಿಗಳನ್ನು ಮತ್ತಷ್ಟು ಒತ್ತಾಯಿಸಬಹುದು. ಚಾನೆಲ್‌ಗಳನ್ನು ಡೀಫಾಲ್ಟ್ ಆಗಿ ಮ್ಯೂಟ್ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ ಆದರೆ ಪ್ರಕಾಶಕರು ತಮ್ಮ ಅನುಯಾಯಿಗಳನ್ನು ಅಪ್‌ಡೇಟ್‌ಗಳನ್ನು ಅನ್‌ಮ್ಯೂಟ್ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಸೂಚನೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಒತ್ತಾಯಿಸಬಹುದು. ಬ್ರೇಕಿಂಗ್ ನ್ಯೂಸ್ ಮತ್ತು ಇತರ ತುರ್ತು ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ದಟ್ಟಣೆಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಇದು ಉತ್ತಮ ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ಹಣಕಾಸು ಸುದ್ದಿ ಪ್ರಕಾಶಕರು ಲೈವ್ ಸ್ಟಾಕ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ನವೀಕರಣಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಚಾನೆಲ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು. ಅಂತೆಯೇ, ಕ್ರೀಡಾ ಪ್ರಕಟಣೆಯು ಕ್ರೀಡಾ ಈವೆಂಟ್‌ಗಳಿಂದ ನಿರ್ಣಾಯಕ ನವೀಕರಣಗಳನ್ನು ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಲು ಚಾನೆಲ್‌ಗಳನ್ನು ನಿಯಂತ್ರಿಸಬಹುದು.

WhatsApp ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಬಿಡುವಿನ ವೇಳೆಯಲ್ಲಿ ನವೀಕರಣಗಳನ್ನು ಓದಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುವ ಅಡೆತಡೆಯಿಲ್ಲದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನವೀಕರಣಗಳನ್ನು ನೀಡುತ್ತದೆ. ಇದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ, WhatsApp ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲಾದ ನವೀಕರಣಗಳು ಇತರ ವಿತರಣಾ ವಿಧಾನಗಳಿಗಿಂತ ಹೆಚ್ಚು ಶೆಲ್ಫ್ ಜೀವನವನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತವೆ.

ಪ್ರಕಾಶಕರು ತಮ್ಮ ಅಪ್‌ಡೇಟ್ ಪೋಸ್ಟ್‌ಗಳ ವೀಕ್ಷಣೆ ಎಣಿಕೆಯನ್ನು ನೋಡುವ ಮೂಲಕ ಓದುಗರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯನ್ನು ಅಳೆಯಬಹುದು, ಜೊತೆಗೆ ಅವುಗಳ ಮೇಲಿನ ಎಮೋಜಿ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಕಾರವನ್ನು ನೋಡಬಹುದು. WhatsApp ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ CTR ಗಳ ಉತ್ತಮ ಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ಪಡೆಯಲು URL ಮಾರ್ಪಾಡುಗಳನ್ನು ಬಳಸಲು ನಾವು ಪ್ರಕಾಶಕರನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸುತ್ತೇವೆ.

೨.೨ ಯೂಟ್ಯೂಬ್



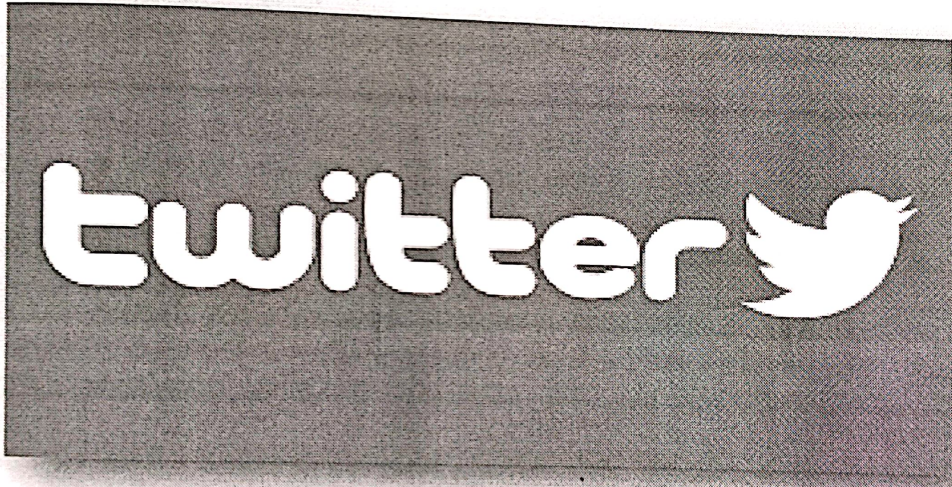
ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಕ್ರಮೇಣ 'ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿ ಸಾಮಾನ್ಯೀಕರಿಸಲ್ಪಟ್ಟಿದೆ' ಮತ್ತು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪತ್ರಕರ್ತರು ತಮ್ಮ ಕೆಲಸವನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವೇದಿಕೆಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. YouTube ಪ್ರಭಾವಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿದ್ದು, ವಿಶ್ವಾದ್ಯಂತ ಶತಕೋಟಿ ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ತಲುಪುತ್ತಿದೆ. ಇದರ ವ್ಯಾಪಕ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯು ವೃತ್ತಿಪರ ಮತ್ತು ಹವ್ಯಾಸಿ ವೀಡಿಯೋ ನಿರ್ಮಾಪಕರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸುತ್ತದೆ, ಅವರು ಜಾಗತಿಕ ಸಾರ್ವಜನಿಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸಲು, ಮನರಂಜನೆ ಮತ್ತು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು YouTubeಗೆ ತಿರುಗುತ್ತಾರೆ.

YouTubeನಲ್ಲಿ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿದ ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಈ ಮಾಧ್ಯಮ ಪರಿಸರದಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಸ್ಥಳವನ್ನು ಅನ್ವೇಷಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ಆಂಟಿಮೈಕ್ರೋಬಿಯಲ್ ರೆಸಿಸ್ಟೆನ್ಸ್ (AMR) ಕುರಿತು YouTube ವೀಡಿಯೋಗಳಿಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯ ಸ್ವರೂಪಗಳನ್ನು ಪರೀಕ್ಷಿಸಲು ಮಿಶ್ರ-ವಿಧಾನದ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಸುತ್ತದೆ, ಅಥವಾ ಪ್ರತಿಜೀವಕಗಳ ಅತಿಯಾದ ಬಳಕೆ ಮತ್ತು ದುರ್ಬಳಕೆಯಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ "ಸೂಪರ್‌ಬಗ್‌ಗಳು". ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ೨೦೧೬ ಮತ್ತು ೨೦೧೮ ರ ನಡುವೆ ಒಬಿ ಕುರಿತು ಹೆಚ್ಚು ವೀಕ್ಷಿಸಿದ YouTube ವೀಡಿಯೋಗಳ ಮೇಲೆ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಕಾಮೆಂಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ವ್ಯಕ್ತಪಡಿಸಲಾದ ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥದ ಧೀಮ್‌ಗಳನ್ನು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ವೀಡಿಯೋಗಳಿಗೆ ಜನಪ್ರಿಯ ವಿಜ್ಞಾನ ವೀಡಿಯೋಗಳೊಂದಿಗೆ ಹೋಲಿಸುತ್ತದೆ. YouTubeನಲ್ಲಿ AMR ಕುರಿತು ಹೆಚ್ಚು ವೀಕ್ಷಿಸಿದ ವೀಡಿಯೋಗಳು

ಎಸ್.ಬಿ.ಕಲಾ ಮತ್ತು ಕೆ.ಸಿ.ಪಿ ವಿಜ್ಞಾನ ಮಹಾವಿದ್ಯಾಲಯ, ವಿಜಯಪುರ

ವೃತ್ತಿಪರವಾಗಿ ತಯಾರಿಸಲಾದ ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಜನಪ್ರಿಯ ವಿಜ್ಞಾನ ವೀಡಿಯೋಗಳಾಗಿವೆ. 3,049 ಕಾಮೆಂಟ್‌ಗಳ ಗುಣಾತ್ಮಕ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯು ಉನ್ನತ ಮಟ್ಟದ ನಿಶ್ಚಿತಾರ್ಥದ ಏಳು ಮುಖ್ಯ ರೂಪಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸುತ್ತದೆ, ಇದರಲ್ಲಿ ಭಾವನೆಗಳ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿಗಳು, ಆಪಾದನೆ ಮತ್ತು ಕ್ರಿಯೆಯ ಕರೆಗಳು ಸೇರಿವೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮತ್ತು ರಾಜಕೀಯ ಹೊಣೆಗಾರಿಕೆಯ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಚರ್ಚೆಗಳನ್ನು ಹುಟ್ಟುಹಾಕುವ ಮೂಲಕ YouTubeನಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂದು ಈ ಅಧ್ಯಯನವು ತೋರಿಸುತ್ತದೆ. ನಮ್ಮ ಸಂಶೋಧನೆಗಳು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ವೀಡಿಯೋಗಳು ರಾಜಕೀಯ, ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ/ಜೀವನಶೈಲಿಯ ಕ್ರಿಯೆಗಳ ಪ್ರತಿಪಾದನೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿವೆ, ಆದರೆ ಜನಪ್ರಿಯ ವಿಜ್ಞಾನ ವೀಡಿಯೋಗಳು ಔಷಧಿಗಳು, ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಅಥವಾ ಹುಸಿ-ವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಮತ್ತು ವೈದ್ಯಕೀಯ ಅಭ್ಯಾಸದ ಬದಲಾವಣೆಗಳೊಂದಿಗೆ ಸಂಬಂಧ ಹೊಂದಿದೆ.

೨.೪ ಟ್ವಿಟರ್ :-



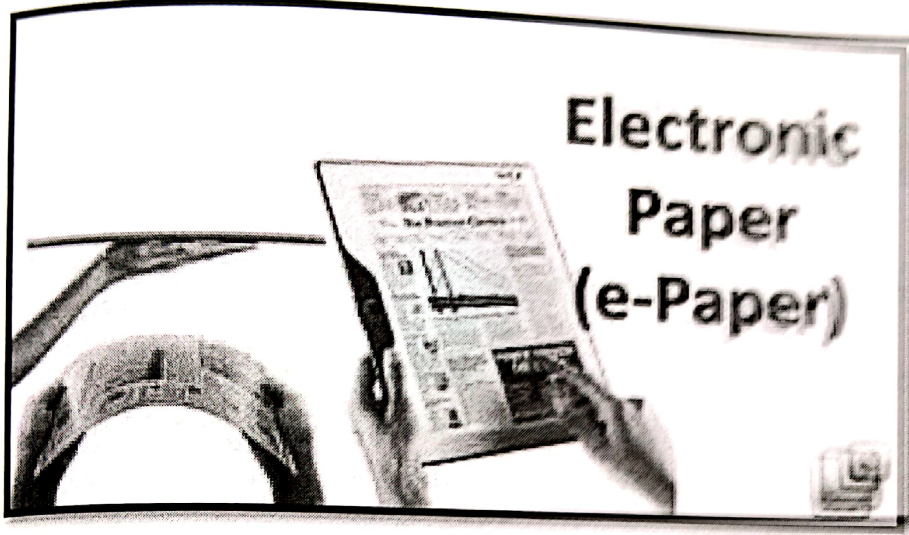
ಇಂದು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತು ಸೇವಿಸುವ ವಿಧಾನದ ಮೇಲೆ ಗಮನಾರ್ಹ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿದೆ. ೨೮೦ ಅಕ್ಷರಗಳವರೆಗಿನ ಕಿರು ಸಂದೇಶಗಳು ಅಥವಾ "ಟ್ವೀಟ್‌ಗಳನ್ನು" ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅವಕಾಶ ನೀಡುವ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್ ಬ್ರೇಕಿಂಗ್ ನ್ಯೂಸ್, ಲೈವ್ ಕವರೇಜ್ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಗೆ ಪ್ರಬಲ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ. ಈ ಬ್ಲಾಗ್ ಪೋಸ್ಟ್‌ನಲ್ಲಿ, ಬ್ರೇಕಿಂಗ್ ನ್ಯೂಸ್,

ನಾಗರಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಅದರ ಪಾತ್ರ ಸೇರಿದಂತೆ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವನ್ನು ಬಿತ್ತರಣಾಜಿಡಿ ಪ್ರಭಾವಿಸಿದ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ನಾವು ಅನ್ವೇಷಿಸುತ್ತೇವೆ.

ಟೈಟರ್ ಇಂದು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವನ್ನು ನಡೆಸುತ್ತಿರುವ ಮತ್ತು ಸೇವಿಸುವ ವಿಧಾನದ ಮೇಲೆ ಗಮನಾರ್ಹ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿದೆ. ವೇದಿಕೆಯು ಬ್ರೇಕಿಂಗ್ ನ್ಯೂಸ್ ವರದಿ ಮಾಡುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬದಲಾಯಿಸಿದೆ, ನಾಗರಿಕ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವನ್ನು ಹುಟ್ಟುಹಾಕಿದೆ ಮತ್ತು ಪತ್ರಕರ್ತರು ಮತ್ತು ಅವರ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ನಡುವೆ ಹೆಚ್ಚು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿದೆ. ವೇದಿಕೆಯು ತನ್ನ ಮಿತಿಗಳು ಮತ್ತು ಸವಾಲುಗಳನ್ನು ಹೊಂದಿದ್ದರೂ, ಅದರ ನೈಜ-ಸಮಯದ ಸ್ವಭಾವ ಮತ್ತು ಜನರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವು ಪತ್ರಕರ್ತರು ಮತ್ತು ಸುದ್ದಿ ಸಂಸ್ಥೆಗಳಿಗೆ ಅಮೂಲ್ಯವಾದ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ. ಟೈಟರ್ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಬಳಸುವ ಏಕೈಕ ವೇದಿಕೆಯಲ್ಲ, ಫೇಸ್‌ಬುಕ್, ಇನ್‌ಸ್ಟಾಗ್ರಾಮ್, ಟಿಕ್‌ಟಾಕ್ ಮತ್ತು ಲಿಂಕ್ಡ್‌ಇನ್‌ನಂತಹ ಇತರ ವೇದಿಕೆಗಳು ತಮ್ಮದೇ ಆದ ವಿಶಿಷ್ಟ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಮೇಲೆ ತಮ್ಮದೇ ಆದ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸುವುದು ಮುಖ್ಯ. ಆದರೆ ಮೈಕ್ರೋಬ್ಲಾಗಿಂಗ್ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿ ಬಿತ್ತರಣಾಜಿಡಿ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ತನ್ನದೇ ಆದ ಪ್ರಾಮುಖ್ಯತೆಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

ಹಿಂದಿನ ಸಂಶೋಧನೆಯು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳ ನಡುವಿನ ಸಂಬಂಧವನ್ನು ಪತ್ರಕರ್ತರು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ತರ್ಕಕ್ಕೆ ಸರಿಹೊಂದುವಂತೆ ತಮ್ಮ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ರೂಢಿಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಹೊಂದಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತೋರಿಸುವ ಮೂಲಕ ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲಿದೆ. ಅಥವಾ ಅವರ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ರೂಢಿಗಳನ್ನು ಪೂರೈಸಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಿ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಈ ಅಧ್ಯಯನಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಪತ್ರಕರ್ತರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಚಟುವಟಿಕೆಯ ವಿಷಯ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಳಿಗೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿವೆ, ಹೀಗೆ ತರ್ಕಬದ್ಧಗೊಳಿಸುವ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಪತ್ರಕರ್ತರು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ಗಳ ಬಳಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಹೇಳುವ ನಿರೂಪಣೆಗಳು, ನಿರ್ದಿಷ್ಟವಾಗಿ ಟೈಟರ್ ಅನ್ನು ಕಳೆದುಕೊಂಡಿವೆ.

೩.೫ ಇ-ಪತ್ರಿಕೆ :-



ಇ-ಪೇಪರ್‌ಗಳನ್ನು ಇ-ಪತ್ರಿಕೆ ಎಂದೂ ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ, ಅದ್ಭುತದ ಗೊಂದಲಕ್ಕೀಡಾಗಬೇಡಿ. ಮುದ್ರಿಸುವ ಬದಲು, ಈ ಪತ್ರಿಕೆಗಳನ್ನು ಯಾರಾದರೂ ಓದಲು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅವುಗಳನ್ನು ಮೂಲ ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಪ್ರಕಟಣೆಗಳು, ಮುದ್ರಿತ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪೆಷಿಯಕ್ಕಾಗಿ ಪೂರಕ ಅಥವಾ ಸಹಾಯಕ ವಿಷಯಗಳು ಅಥವಾ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಮುದ್ರಣ ಪ್ರಕಟಣೆಗಳಾಗಿ ಕಾಣಿಸುತ್ತವೆ.

ದೀರ್ಘಕಾಲದವರೆಗೆ, ಪ್ರಕಾಶಕರು ಇ-ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಪ್ರಕಾಶಕರು ಇ-ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಏಕೆಂದರೆ ಅವುಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಅನುಕೂಲಕರ, ಕಡಿಮೆ ಪೇಪರ್‌ನಲ್ಲಿ ಮತ್ತು ಕಡಿಮೆ ಪರಿಸರ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ. ಇದು ಅನುಕೂಲಕರವಾಗಿದೆ ಏಕೆಂದರೆ ನೀವು ರಸ್ತೆಯಲ್ಲಿದ್ದಾಗ ಅವರ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಓದಬಹುದು. ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆ ಸ್ಟಾಂಡ್ ಅನ್ನು ಕಂಡುಹಿಡಿಯುವ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ವಿತರಣೆಗಾಗಿ ಕಾಯುವ ಅಗತ್ಯವಿಲ್ಲ. ನಿಮ್ಮ ತೀರಾ ಇತ್ತೀಚಿನ ಸುದ್ದಿಗಳು ಕೇವಲ ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಸಂಪರ್ಕದೊಂದಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಮುಂದೆ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತವೆ. ಕಾಗದದ ಯಂತ್ರಗಳಂತಹ ಭೌತಿಕ ಮುದ್ರಣ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಬದಲು, ಅವರು ಎಲೆಕ್ಟ್ರಾನಿಕ್ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಖರೀದಿಸುವ ಮೂಲಕ ಪೇಪರ್‌ನ್ನು ಉಳಿಸಬಹುದು.

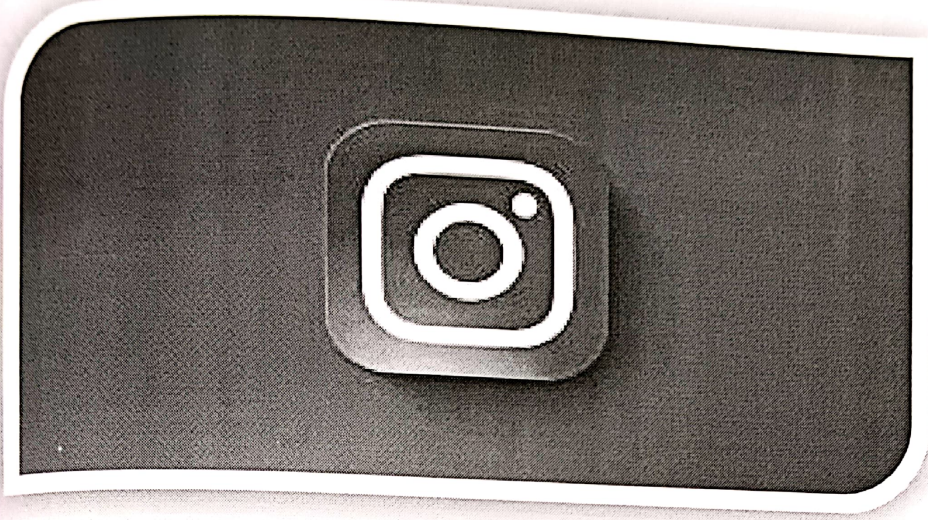
೨.೬ ಡೇಲಿಹಂಟ್ :-



ನಾವು ಇನ್ನು ಮುಂದೆ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿಗೆ ತಾಜಾ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಕಾಯಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ, ಅಥವಾ ಬ್ರೇಕಿಂಗ್ ನ್ಯೂಸ್ ತಿಳಿಯಲು ನಾವು ಮನೆಗೆ ತಲುಪುವವರೆಗೆ ಮತ್ತು ಟಿವಿ ಆನ್ ಮಾಡುವವರೆಗೆ ಕಾಯಬೇಕಾಗಿಲ್ಲ. ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ಗಳು, ವೇಗದ ಮತ್ತು ಅಗ್ಗದ ಇಂಟರ್ನೆಟ್ ಸೇವೆಗಳು ಮತ್ತು ಆನ್‌ಲೈನ್ ಸುದ್ದಿ ಸಂಗ್ರಾಹಕರು ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸುವುದರೊಂದಿಗೆ, ಇತ್ತೀಚಿನ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ನವೀಕರಣಗಳು ಈಗ ತಂಗಾಳಿಯಲ್ಲಿವೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ, ಡೈಲಿಹಂಟ್ ಸ್ಥಾಪನೆಯಾದ ೨೦೧೦ ರವರೆಗೆ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿದಿನ ಸ್ಥಳೀಯ ಸುದ್ದಿ ವೇಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳನ್ನು ಪಡೆಯುವುದು ವಾಸ್ತವದಿಂದ ದೂರವಿತ್ತು. ೨೦೦೯ ರಲ್ಲಿ ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾದ ಭಾರತೀಯ ವಿಷಯ ಮತ್ತು ಸುದ್ದಿ ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುವ ಅಪ್ಲಿಕೇಶನ್, ದೇಶದ ಎಲ್ಲಾ ಮೂಲೆಗಳಿಂದ ಸ್ಥಳೀಯ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಭಾರತೀಯ ಜನಸಾಮಾನ್ಯರಿಗೆ ಅವರ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ ತಲುಪಿಸುವ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿದೆ. ಬೆಂಗಳೂರಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಧಾನ ಕಛೇರಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ, Dailyhunt 14+ ಪ್ರಾದೇಶಿಕ ಭಾಷೆಗಳಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿ ಮತ್ತು ದೈನಂದಿನ ಸ್ಥಳೀಯ ಭಾಷೆಯ ವಿಷಯವನ್ನು ಒಟ್ಟುಗೂಡಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತಪಡಿಸುತ್ತದೆ "ಇದು ಭಾರತೀಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ತಿಳಿಸುತ್ತದೆ, ಸಮೃದ್ಧಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಮನರಂಜನೆ ನೀಡುತ್ತದೆ".

- ಪ್ರಧಾನ ಕಛೇರಿ : ಬೆಂಗಳೂರು
- ಸ್ಥಾಪಕ : ವೀರೇಂದ್ರ ಗುಪ್ತಾ, ಉಮಂಗ್ ಬೇಡಿ ಮತ್ತು ಹೈಲೇಂದ್ರ ಶರ್ಮಾ
- ವಲಯ ಸುದ್ದಿ : ಮಾಧ್ಯಮ
- ಸ್ಥಾಪಿಸಲಾಗಿದೆ : ೨೦೦೯
- ಪೋಷಕ ಸಂಸ್ಥೆ ವರ್ಸ್ : ಇನೋವೇಶನ್ ಪ್ರೈವೇಟ್ ಲಿಮಿಟೆಡ್
- ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ : www.dailyhunt.com

೨.೨ ಇನ್ಸ್ಟಾಗ್ರಾಮ್



ಪತ್ರಕರ್ತರು ತಮ್ಮ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರೊಂದಿಗೆ ಸಂಪರ್ಕ ಸಾಧಿಸಲು ಮತ್ತು ವಿಭಿನ್ನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಕಥೆಗಳನ್ನು ಹೇಳಲು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವು ಅತ್ಯಗತ್ಯ ಸಾಧನವಾಗಿದೆ - ಮತ್ತು Instagram ಇದರ ಲಾಭವನ್ನು ಪಡೆಯಲು ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಮಲ್ಟಿಮೀಡಿಯಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಕೇವಲ ಒಂದು ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ. ಕಳೆದ ವರ್ಷ, Instagram ಒಂದು ಬಿಲಿಯನ್ ಜಾಗತಿಕ ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ಮೀರಿಸಿದೆ ಮತ್ತು ಅದು ಇನ್ನೂ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರ್ಮ್‌ನ ಸಂಭಾವ್ಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯ ಬಗ್ಗೆ ಸಂಪಾದಕರು ಹೆಚ್ಚು ತಿಳಿದಿರುತ್ತಾರೆ, ಆದ್ದರಿಂದ ನಿಮ್ಮ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲು ನೀವು ಅದನ್ನು ಬಳಸಿದರೆ ಅದು ಉದ್ಯೋಗ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಎದ್ದು ಕಾಣಲು ನಿಮಗೆ ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ.

ನಿಮ್ಮ ಪುಟದಿಂದ ನಿಮಗೆ ಬೇಕಾದುದನ್ನು ನೀವು ಲೆಕ್ಕಾಚಾರ ಮಾಡಿದ ನಂತರ, ನಿಮ್ಮ ಪ್ರೊಫೈಲ್ ಅನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಲು ನೀವು ಪ್ರಾರಂಭಿಸಬಹುದು. ನಿಯಮಿತ ವಿಷಯ ವೇಳಾಪಟ್ಟಿಯನ್ನು ಮಾಡಿ ಮತ್ತು ನಿಮ್ಮ ಪೋಸ್ಟ್‌ಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಲು ಸಂಬಂಧಿತ ಹ್ಯಾಶ್‌ಟ್ಯಾಗ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದು. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, ನೀವು

ಸ್ಥಳೀಯ ಪತ್ರಕರ್ತರಾಗಿದ್ದರೆ, ನಿಮ್ಮ ಪ್ರದೇಶದ ಸುತ್ತಲಿನ ಸುದ್ದಿಗಳಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿರುವ ಜನರನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸಲು ನಿಮ್ಮ ಸ್ಥಳಗಳನ್ನು ಹ್ಯಾಶ್‌ಟ್ಯಾಗ್ ಮಾಡಿ. ಇಂದಿನ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಮಲ್ಟಿಮೀಡಿಯಾ ಕೌಶಲ್ಯಗಳಲ್ಲಿ ಚೆನ್ನಾಗಿ ಪರಿಣತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿದೆ, ವಿಶೇಷವಾಗಿ ನೀವು ಪ್ರಸಾರ ಅಥವಾ ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಹೋಗಲು ಬಯಸಿದರೆ. Instagram ಮತ್ತು ಇತರ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಚಾನಲ್‌ಗಳು ವೀಡಿಯೋ ತುಣುಕುಗಳನ್ನು ಅಭ್ಯಾಸ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ಪ್ರದರ್ಶಿಸಲು ಪರಿಪೂರ್ಣ ಉಚಿತ ವೇದಿಕೆಯಾಗಿದೆ.

೪. ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ಕಂಡು ಬಂದ ಅಂಶಗಳು :

- ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವನ್ನು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ ಮತ್ತು ಜನರು ಪ್ರತಿದಿನ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಓದುವ ಮತ್ತು ನೋಡುವ ವಿಧಾನದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿದೆ ಎಂಬುದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿದೆ. ಇಂದಿನ ಡಿಜಿಟಲ್ ಯುಗದಲ್ಲಿ, ಅಂತರ್ಜಾಲವು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಕರ್ತರೊಂದಿಗೂ ಭಾರಿ ಪ್ರೈಮೋಟಿಯೊಂದಿಗೆ ಜಾಗವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತದೆ.
- ಜನರು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಸ್ವೀಕರಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಾರೆ ಎಕೆಂದರೆ ಅವರು ಅದನ್ನು ತ್ವರಿತವಾಗಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು, ಇಷ್ಟಪಡಬಹುದು ಅಥವಾ ಇಷ್ಟಪಡುವುದಿಲ್ಲ, ಅವರ ಅಭಿಪ್ರಾಯಗಳೊಂದಿಗೆ ಕಾಮೆಂಟ್ ಮಾಡಬಹುದು ಮತ್ತು ಸಂಭಾಷಣೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ತೊಡಗಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು. ಆದಾಗ್ಯೂ, ನಾವು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ನೋಡುವ ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ನಂಬಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಕೆಲವು ಸುದ್ದಿಗಳು ಕಟ್ಟುಕಥೆ ಅಥವಾ ತಪ್ಪುದಾಖಲೆಗಳಾಗಿರುವಂತಿವೆ. ಪ್ರತಿದಿನ ಹೆಚ್ಚಿನ ಬಳಕೆದಾರರು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಸೇರುವುದರಿಂದ ನಮ್ಮ ಸುದ್ದಿಗಳು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗಿದೆ.
- ಇದು ಸಾಮಾನ್ಯವಾಗಿ ಪ್ರಚಾರ, ಜಾಹೀರಾತು, ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿಯೊಂದಿಗೆ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಪ್ರತಿಷ್ಠೆಯನ್ನು ಹಾನಿಗೊಳಿಸುವಂತಹ ಕಾರ್ಯಸೂಚಿಯನ್ನು ಹೆಣೆದಿರುತ್ತದೆ. ಈ ರೀತಿಯ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಸುಲಭವಾಗಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು ಮತ್ತು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಬಮ್ಮ ತೆಗೆದುಹಾಕಲು ಕಷ್ಟವಾಗಬಹುದು.
- ಆಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಮಾನವನ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಬೀರಿದ ಪ್ರಭಾವವನ್ನು ನಾವು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಯುತ್ತೇವೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಸದುಪಯೋಗಗಳನ್ನು ಅರಿತು ಅವುಗಳ ಮೂಲಕ ನಾವು ನಮ್ಮ ಭವಿಷ್ಯವನ್ನು ರೂಪಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡಬೇಕು.

೪.೧ ಸಮಾರೋಪ :-

ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಆಗಮನದಿಂದ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಸನ್ನಿವೇಶವು ಕ್ರಾಂತಿಕಾರಿ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಒಳಗಾಯಿತು. ಈಗ ಇದು ದ್ವಿಮುಖಿ ಸಂವಹನವಾಗಿದೆ, ಈ ವೇಗದ ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ, ಜನರಿಗೆ ದೂರದರ್ಶನ ಸುದ್ದಿಗಲನ್ನು ವೀಕ್ಷಿಸಲು ಅಥವಾ ದಿನದ ವೃತ್ತಪತ್ರಿಕೆಗಲ ಮೂಲಕ ಹೋಗಲು ಸ್ವಲ್ಪ ಸಮಯವಿರುತ್ತದೆ. ಸ್ವಾಭಾವಿಕವಾಗಿ ಅವರು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಬದಲಾಯಿಸುತ್ತಾರೆ, ಅದು ಅವರ ಅಮೂಲ್ಯ ಸಮಯವನ್ನು ಸೇವಿಸದೆ ಅವುಗಲನ್ನು ನವೀಕರಿಸುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಈ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಭವಿಷ್ಯ ಎಂದೂ ಕೊಂಡಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದಲ್ಲಿನ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಕ್ರಾಂತಿ ಮತ್ತು ನಾಲ್ಕನೇ ಎಸ್ಪೇಟ್‌ನ ಭವಿಷ್ಯದ ಮೇಲೆ ಅದರ ದೀರ್ಘಕಾಲೀನ ಪ್ರಭಾವದ ಬಗ್ಗೆ ಆಲವಾದ ತಿಳುವಳಿಕೆಯನ್ನು ಹೊಂದರ ಬೇಕು. ಇದು ಅಭೂತಪೂರ್ವ ಸಂಪರ್ಕವನ್ನು ಸುಗಮಗೊಳಿಸುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಕಾರಾತ್ಮಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಉಂಟುಮಾಡುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ, ಇದು ಮಾನಸಿಕ ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಸವಾಲುಗಲನ್ನು ಒಡ್ಡುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಸಮುದಾಯಗಲ ಧ್ರುವೀಕರಣಕ್ಕೆ ಕೊಡುಗೆ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಯೋಜನಗಲನ್ನು ಸದುಪಯೋಗಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದು ಮತ್ತು ಅದರ ಪ್ರತಿಕೂಲ ಪರಿಣಾಮಗಲನ್ನು ತಗ್ಗಿಸುವ ನಡುವೆ ಸಮತೋಲನವನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯ.

೪.೨ ಗ್ರಂಥಮಾಲಿಕೆ

1. ಜಿ.ಎನ್.ರಂಗನಾಥ ರಾವ್- ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ (2016). ಪ್ರಕಾಶಕರು- ಕಾಮಧೇನು ಮುದ್ರಣ ಭವನ ನಂ.51, ನಾಗಪ್ಪ ಸ್ಟ್ರೀಟ್, ಶೇಷಾದ್ರಿಪುರಂ, ಬೆಂಗಳೂರು. 560020)
2. ಡಾ. ನಾಗೇಂದ್ರ- ಟಿ.ವಿ ಮಾಧ್ಯಮ (2013). (ಪ್ರಕಾಶಕರು- ಶ್ರೀ ಚನ್ನಕೇಶವ ಪ್ರಾಚಾರ್ಯ ಚನ್ನಕೇಶವ ಸ್ವಾಮಿ ನಿಲಯ, ಸರಸ್ವತಿ ಪುರಂ, ತ್ರಿವೇಣಿ ರಸ್ತೆ, ತುಮಕೂರು-572105)
3. ಬಿ.ಆರ್. ಕೃಷ್ಣ- ಅಪರಾಧಶಾಸ್ತ್ರ (2009). (ಪ್ರಕಾಶಕರು- ಜಯದೇವ ಮೈ. ಮೆಣಸಗಿ ಮತ್ತು ನಾಗರಾಜ ಮೈ. ಮೆಣಸಗಿ ವಿದ್ಯಾನಿಧಿ ಪ್ರಕಾಶನ ಸ್ಟೇಶನ್ ರೋಡ್, ಮಹೇಂದ್ರಕರ ಸರ್ಕಲ್ ಹತ್ತಿರ, ಗದಗ-582101)
4. ಡಾ. ಡಿ.ವಿ. ಗುರುಪ್ರಸಾದ್- ಕ್ರೈಂ ರಿಪೋರ್ಟಿಂಗ್ (2015). (ಮೆ|| ಪ್ರಾಣಿ ಪ್ರಿಯಾ ಕಮ್ಯೂನಿಕೇಷನ್ಸ್ ನಂ.69, ಸುಭೇದಾರ್ ಭತ್ತಂ ರೋಡ್ ಬೆಂಗಳೂರು-560020)
5. ಸ್ಟೀಫನ್ ಮನ್- ಆಕ್ಸ್‌ಫರ್ಡ್ ರಿಸರ್ಚ್ ಎನ್ಸೈಕ್ಲೋಪೀಡಿಯಾ ಆಫ್ ಕ್ರಿಮಿನಾಲಜಿ & ಕ್ರಿಮಿನಲ್ ಜಸ್ಟೀಸ್ (2018)
(<https://blog.oup.com/2018/04/crime-news media-america/>)
6. ಸುರ್ಟಿ- ಮಿಡೀಯಾ ಎಕ್ಸ್ಪ್ಲೋಸರ್ ಮತ್ತು ಕಾಪಿಕ್ಯಾಟ್ ಕ್ರೈಮ್
(2002)(<http://oxfordre.com/criminology/view/10./093/acrefore/9780190264079.001.0001/acrefore-9780190264079-e-189>)
7. ಬುಷ್ಫಾನ್ & ಆಂಡರ್ಸನ್-ಮೀಡಿಯಾ ಎಕ್ಸ್ಪ್ಲೋಸರ್ ಮತ್ತು ಹಿಂಸಾತ್ಮಕ ಅಪರಾಧಗಳು (2015)
(<http://oxfordre.com/criminology/view/10./093/acrefore/9780190264079.001.0001/acrefore-9780190264079-e-189>)