



International Journal of **Kannada** Research

www.kannadajournal.com

ISSN: 2454-5813

IJKR 2022; 8(1): 42-45

© 2022 IJKR

www.kannadajournal.com

Received: 23-11-2021

Accepted: 25-12-2021

ಹೆಚ್. ಸಿ. ಭವ್ಯ

ಸಂಶೋಧನಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿನಿ, ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ವಿಭಾಗ, ದಾವಣಗೆರೆ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ದಾವಣಗೆರೆ

ಡಾ. ಶಿವಕುಮಾರ ಕಣನೋರಿ

ಸಹ ಪ್ರಾಧ್ಯಾಪಕರು ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯಸ್ಥರು, ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ವಿಭಾಗ, ದಾವಣಗೆರೆ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ದಾವಣಗೆರೆ. ಇ-ಮೇಲ್

ಜಾಹೀರಾತನಲ್ಲ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು : ಒಂದು ಪರಿಕಲ್ಪನಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನ

ಹೆಚ್. ಸಿ. ಭವ್ಯ, ಡಾ. ಶಿವಕುಮಾರ ಕಣನೋರಿ

ಪೀಠಿಕೆ:

ನಿತ್ಯ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಜಗತ್ತು, ಪ್ರತಿನಿತ್ಯ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಹಾಗೂ ಅಷ್ಟೇ ಭರಪೂರ ಅವಕಾಶಗಳು... - ಈ ಡಿಜಿಟಲ್ ಕಾಲಮಾನದ ಒಂದು ಅಂಶವನ್ನು ಹೀಗೆ ವಿವರಿಸಬಹುದು. ದಿನಬೆಳಗೂ ಇಲ್ಲಿ ಅಚ್ಚರಿಯ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳಿರುತ್ತವೆ, "ಇನ್‌ಸ್ಟಂಟ್" ಅನ್ನುವುದು ಕಾಫಿ ಗುಟುಕೇರುವ ಹೊತ್ತಷ್ಟರಲ್ಲಿ ನಮ್ಮ ಕಣ್ಣಂಚಿಗೆ ದಕ್ಕುತ್ತಿರುವ ಹೊಸ ಹೊಸ ವಿದ್ಯಮಾನಗಳ ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ಅನುಭವ. ಅಷ್ಟರಮಟ್ಟಿಗೆ ನಾವು ತತ್ಕ್ಷಣತೆಯ ಮುಕ್ತ ವೇದಿಕೆ ಸಂಚಾಲಕರು ಹೌದು, ಸಭಿಕರೂ ಹೌದು. ಡಿಜಿಟಲ್ ಯುಗದಲ್ಲಿ ವೇಗ ಅನ್ನುವುದು ಸಮಯ ಮತ್ತು ದೂರದ ಸಮೀಕರಣವಲ್ಲ, ಸಮಯ ಮತ್ತು ಸಮಯದ ಸಮೀಕರಣ. ಸಮಯವನ್ನು ಸರಿಯಾದ ಸಮಯದಲ್ಲಿ, ಸೀಮಿತ ಸಮಯ ಬಳಸಿಕೊಂಡು, ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ಕೊಡುವ ಛಾತಿಯೇ ಇಲ್ಲಿ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಉದ್ಯಮ. ಜಾಹೀರಾತು ಉದ್ಯಮ ಅದರಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖವಾದ್ದು. ಡಿಜಿಯುಗದ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಈಗ ಈ ಸಾಲಿನಲ್ಲಿ ಮುಂಚೂಣಿಯಲ್ಲಿವೆ.

ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ತಮ್ಮ ವರ್ಷನ್‌ಗಳನ್ನು ಅಪ್‌ಡೇಟ್ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಂತೆಯೇ ಅದನ್ನು ಬಳಸುವ ಮತ್ತು ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಡಿಸುವ ಇನ್ & ಔಟ್ ಯೂನಿಟ್‌ಗಳು ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ತಮ್ಮನ್ನೂ ಬದಲಾವಣೆಗೆ ಒಗ್ಗಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ರೂಢಿಮಾಡಿಕೊಂಡಿರುತ್ತವೆ. ಕೊಡುವವರ ಮತ್ತು ಪಡೆಯುವವರ ನಡುವಿನ ವ್ಯತ್ಯಾಸವೇ ಇಲ್ಲದ ನವಮಾಧ್ಯಮ ಉದ್ಯಮದ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಉತ್ಪಾದಕರು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರ ನಡುವಿನ ಅಂತರವೂ ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ. ವ್ಯಕ್ತಿ, ವಿಷಯ, ವಸ್ತು ಮುಂತಾದವುಗಳ ಬ್ರಾಂಡ್ ಮತ್ತು ಮಾರಾಟಗಳಿಗೆ ಅತೀ ಹೆಚ್ಚಿನ ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತಿರುವ ನವ ಅಥವಾ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಹೊಸತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಜಾಹೀರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲವನ್ನಾಗಿಸುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಅಳಿವು ಉಳಿವಿನ ನಿರ್ಣಾಯಕ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುವಲ್ಲಿ ಸ್ಪರ್ಧಾತ್ಮಕವಾಗಿಯೂ ಇವೆ. ಈ ಹೊಸತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಫಲವಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ದೆಸೆ ಡಿಜಿಟಲೀಕರಣಗೊಂಡಿದ್ದು ತೀರಾ ಹೊಸಸಂಗತಿಯೇನಲ್ಲದಿದ್ದರೂ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿನ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಸೃಜನಾತ್ಮಕವಾಗಿಸುವಲ್ಲಿನ ಹೊಸತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಕುರಿತಾಗಿ ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲಿ ತಿಳಿಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಗಳು:

1. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ತಿಳಿಯುವುದು.
2. ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯನ್ನು ತಿಳಿಯುವುದು.
3. ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಜಾಹೀರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿಸಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ತಿಳಿಯುವುದು.

ಅಧ್ಯಯನದ ವಿಧಾನ:

ಈ ಸಂಶೋಧನಾ ಲೇಖನವು ಪರಿಕಲ್ಪನಾತ್ಮಕ ಸ್ವರೂಪದಲ್ಲಿರುವುದರಿಂದ ಅಧ್ಯಯನದ ಉದ್ದೇಶಗಳನ್ನು ಸಾಧಿಸುವುದಕ್ಕಾಗಿ ದ್ವಿತೀಯ ದತ್ತಾಂಶವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ, ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಕುರಿತಾದ ಪುಸ್ತಕಗಳು, ನಿಯತಕಾಲಿಕೆಗಳು, ಪ್ರಕಟಿತ ಪುಸ್ತಕಗಳು, ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಲೇಖನಗಳು, ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳಲ್ಲಿನ ವಿಡಿಯೋಗಳನ್ನು ನೋಡಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣಾತ್ಮಕ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಲಾಗಿದೆ.

Corresponding Author:

ಹೆಚ್. ಸಿ. ಭವ್ಯ

ಸಂಶೋಧನಾ ವಿದ್ಯಾರ್ಥಿನಿ, ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ವಿಭಾಗ, ದಾವಣಗೆರೆ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾಲಯ ದಾವಣಗೆರೆ

ಅಧ್ಯಯನದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ :

ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು :

ಮಾಧ್ಯಮ.. ಮಾಹಿತಿಯುಗ ಅಂತಲೇ ಕರೆಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಈ 21ನೇ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಅನ್ನುವುದು ಹಲವಾರು ಅರ್ಥಗಳಿಗೆ ತನ್ನನ್ನು ತಾನು ತೆರೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಲೇ ಬಂದಿದೆ. ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ಸಾಧಿಸುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡ ಸಮೂಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಸುದ್ದಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾಗಿ, ಮಾಹಿತಿ-ಮನರಂಜನೆ-ಜ್ಞಾನಾಭಿವೃದ್ಧಿಯ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಾಗಿಯೂ ನಂತರ ಈಗ ಮುಂದುವರೆದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಕಾಲಘಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿ ಎಲ್ಲರ ಕೈಗುಟುವಂತೆ ಸುಲಭದ ಸರಳ ಅಭ್ಯಾಸಗಳಾಗಿ ಭಾಗಶಃ ಎಲ್ಲರನ್ನೂ ತಲುಪಿದೆ ಅನ್ನುವುದರಲ್ಲಿ ಅನುಮಾನವೇ ಇಲ್ಲ. ನವಮಾಧ್ಯಮದ ಉಪವಿಭಾಗವಾಗಿ ಬಹುಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಗುರುತಿಸಲ್ಪಡುವ ಅತ್ಯಂತ.. ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರಭಾವೀ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು (ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೇ ನವಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಅಂದುಕೊಂಡಿರುವವರೂ ಇದ್ದಾರೆ) ಇಂದು ಬಹುತೇಕ ಜಗತ್ತನ್ನು ಕೂತಲ್ಲಿಯೇ ತೋರಿಸುತ್ತಿವೆ, ತಿಳಿಸುತ್ತಿವೆ, ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಸುತ್ತಿವೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಸಾಧ್ಯತೆಯೇ ಇದು - ಮೆಕಲುಹಾಮ್ ಹೇಳಿದ ಜಗತ್ಗ್ರಾಮದ ಕನಸನ್ನು ನನಸಾಗಿಸಿದ್ದು.

ಸಂವಹನಕ್ಕಾಗಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಸಂವಹನವನ್ನೇ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನಾಗಿ ಮಾಡಿ ಮಾರಾಟಕ್ಕೆ ನಿಂತು ಖುದ್ದು ಮಾಧ್ಯಮೋದ್ಯಮವಾಗಿ ಬೆಳೆದುಬಂದ ಪರಿಯೇ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಕಾಲದ ವಿವರಣೆ... ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಸಂವಾದಾತ್ಮಕ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಂವಹನ ಪರಿಸರದ ಅನಿವಾರ್ಯ ಅಂಶವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಲೇ ಬಂದಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮ ಬಹುಮಾಧ್ಯಮ ಸಂವಹನದ ಮೂಲಕ ಯಾವುದೇ ವಿಷಯದ ಕುರಿತಾಗಿ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು (ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಭಾಷೆಯಲ್ಲಿ ಡಾಟಾ / ದತ್ತಾಂಶ ಅಂತ ಕರೆಯಲ್ಪಡುವ) ಸಂಪಾದಿಸುವ (acquisition), ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುವ (analysis), ಸಂಸ್ಕರಿಸುವ (processing), ಸಂಕುಚಿಸುವ (compression) ಮತ್ತು ನಿರ್ವಹಣೆಯನ್ನು (management) ಮಾಡುವ ಅವಕಾಶವನ್ನು ಬಳಕೆದಾರನಿಗೆ ಸುಲಭವೆನಿಸುವ, ಆಪ್ತವಾಗುವ ಮತ್ತು ಸಮಯೋಚಿತ ಅನುಕೂಲಕ್ಕೆ ಬರುವಂತೆ ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿವೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಮೀಡಿಯಾ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ವೆಬ್‌ಸೈಟ್, ಪತ್ರಿಕೆ - ಡಿಜಿಟಲ್ ಪತ್ರಿಕೆ, ನಿಯತಕಾಲಿಕಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಬಳಕೆದಾರನಿಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಲಭ್ಯ. ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರಗಳಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮೀಡಿಯಾ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬಳಕೆ ಯಥೇಚ್ಛವಾಗಿದೆ. ನೋಡುಗನಿಗೆ ಅಥವಾ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಒಂದು ವಿಷಯ, ವಸ್ತು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನದ ಕುರಿತಾಗಿ ಸಂವಹನ ಮಾಡಬೇಕಾದ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಅದನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯನ್ನಾಗಿಸಲು ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯವಾಗಿ ಸಂವಾದಾತ್ಮಕ / ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕವನ್ನಾಗಿಸಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ. ಪಠ್ಯ, ಚಿತ್ರ, ಆಡಿಯೋ, ವೀಡಿಯೋ, ಗ್ರಾಫಿಕ್, ಅನಿಮೇಷನ್ ಇತ್ಯಾದಿಗಳ ರೂಪದಲ್ಲಿ ನೋಡುಗನ ಗಮನವನ್ನು ಸೆಳೆದು ವಿಷಯವನ್ನು ತಲುಪಿಸಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಅತ್ಯಂತ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಈ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ವೆಬ್‌ಡೆವಲಪರ್‌ಗಳು, ಗ್ರಾಫಿಕ್ ಡಿಸೈನರ್‌ಗಳು, ಡಿಟಿಪಿ ವಿನ್ಯಾಸಕರು ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೆ ಸಿನಿಮಾ ಮತ್ತು ಫೋಟೋಗ್ರಾಫಿ ತಂತ್ರಜ್ಞರು ಇದನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬಳಸುತ್ತಾರೆ.

ಜಾಹೀರಾತು ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಪರಿಕಲ್ಪನೆ :

ಜಗತ್ತು ನಿಂತಿರುವುದೇ ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಮೇಲೆ.. ಅದು ಕಾಲಾನುಕಾಲದಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮವೆಂಬ ಹೆಮ್ಮರವನ್ನು ಆಶ್ರಯಿಸಿ ಹಬ್ಬಿ ಈಗ ಆ ಹೆಮ್ಮರವೇ ಜಾಹೀರಾತಿನ ಬಳ್ಳಿಯ ಹಿಂದೆ ಕಳೆದುಹೋದಂತಾಗಿದೆ ಅನ್ನುವುದು 'ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತು'ಗಳ ಪ್ರಸ್ತುತ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯ ವಿಡಂಬನೆ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಯಾವುದೇ ಉದ್ಯಮದ ಜೀವಾಳ. ಮಾಧ್ಯಮೋದ್ಯಮ ಉಳಿದು ನಿಂತಿರುವುದೇ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಂದ. ಮನುಷ್ಯ ಜಗತ್ತಿನ ವಿಪರೀತ ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳ.. ಅದಕ್ಕೆ ಮೀರಿದ ಬೇಡಿಕೆಗಳ, ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳ ಪಟ್ಟಿ ದಿನದಿಂದ ದಿನಕ್ಕೆ ದೊಡ್ಡದಾಗುತ್ತಲೇ ಇದೆ, ಆ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಜಗತ್ತು ವ್ಯಾವಹಾರಿಕ ಚಕ್ರ ನಿರಂತರ ವೇಗದಲ್ಲಿ ಸುತ್ತುತ್ತಲೇ ಇದೆ. ಆದರೆ ಈ ಎಲ್ಲಾ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಮತ್ತು ಅದರ ಪರಿಹಾರಗಳನ್ನು ಪರಸ್ಪರ ತಲುಪಿಸಲು ಒಂದು ಮಾಧ್ಯಮವಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಜಾಹೀರಾತು ಪರಿಕಲ್ಪನೆ ಅತ್ಯಂತ ಪುರಾತನ ವಿದ್ಯೆ. ಅಲ್ಲಿನ 'ವರ್ಡ್ ಟು ಮೌತ್' ಅಥವಾ 'ಬಾಯಿಂದ ಬಾಯಿಗೆ ಹರಡುವ' ಜಾಹೀರಾತುಗಳ ಸ್ವಪಾಲಿಟಿ ಈವರೆವಿಗೂ ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಮಾಣೀಕೃತ ಜಾಹೀರಾತಾಗಿ ಗುರುತಿಸಿಕೊಂಡಿದೆ. ನಂತರ ಅಚ್ಚೊತ್ತುವುದು, ಕಲ್ಲುಗಳ ಮೇಲೆ ಕೆತ್ತುವುದು, ಗೋಡೆ ಬರಹ, ಭಿತ್ತಿಪತ್ರ ನಂತರ ನಿಧಾನಕ್ಕೆ ವಾಲಿಕೊಂಡಿದ್ದು ಅನಲಾಗ್ ಅಥವಾ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಅಂತ ಕರೆಸಿಕೊಳ್ಳುವ ರೇಡಿಯೋ, ದೂರದರ್ಶನ, ಪತ್ರಿಕೆ, ನಿಯತಕಾಲಿಕೆ ನಂತರದ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ನಿರಂತರ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಿಂದ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಅಭಿವೃದ್ಧಿಗೊಂಡಂತೆಲ್ಲಾ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳೂ ಬೆಳೆಯುತ್ತಾ ಬಂದಿವೆ. ಈಗಂತೂ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಕೇವಲ ಜಾಹೀರು ಮಾಡುವುದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲದೆ, ಖುದ್ದು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳಾಗಿಯೂ ಪರಿವರ್ತಿತವಾಗಿವೆ ಎಂದರೆ ಅದು ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಕೊಡುಗೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಜಾಹೀರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ವಿಸ್ತಾರವಾಗಿಸಿವೆ
ಜಾಹೀರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರ ಅತ್ಯಂತ ಸೃಜನಶೀಲತೆ ಬೇಡುವ ವ್ಯವಹಾರ ಜ್ಞಾನದ ಕ್ಷೇತ್ರ. ಇಲ್ಲಿ ಗ್ರಾಹಕನ ನಾಡಿಮಿಡಿತಗಳ ಜೊತೆಗೆ ಉತ್ಪನ್ನದ ಉದ್ದೇಶ ತಿಳಿಯುವುದೂ ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ. ಗ್ರಾಹಕನ ಕಣ್ಣು ಹಸಿವು ಇಂಗಿಸುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ಉತ್ಪಾದಕನ ಜೇಬು ತುಂಬಿಸುವ ರಿಯಲಿಸ್ಟಿಕ್ ಬಿಸಿನೆಸ್ ಮಾಡುವಂತೆ ತಾಲೀಮು ಮಾಡಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಜಾಹೀರಾತು ಕೊಳ್ಳುವವನ ಮತ್ತು ಮಾರುವವನ ನಡುವಿನ ಕೊಂಡಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತದೆ. ಹಾಗಾಗಿಯೇ ಸೀಮಿತ ಸಮಯದಲ್ಲಿ, ಸ್ಥಳದಲ್ಲಿ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಗುರಿ ತಲುಪಬೇಕಿರುವ ಸವಾಲು ಜಾಹೀರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರವನ್ನು ಸದಾ ರೇಸಿನಲ್ಲಿಟ್ಟಿರುತ್ತದೆ. ಆದರೆ ಅಸಂಖ್ಯ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂದಣಿಯಲ್ಲಿ ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಸ್ತು, ವಿಷಯ, ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ನಿರೀಕ್ಷಿತ / ಅಪೇಕ್ಷಿತ ಗ್ರಾಹಕ ಅಥವಾ ಟಾರ್ಗೆಟ್ ಆಡಿಯನ್ಸ್‌ಗಳನ್ನು ತಲುಪಲು ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಅತ್ಯಂತ ಸೃಜನಾತ್ಮಕ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲತೆ ಹೊಂದಿದ್ದರೆ ಸಾಲದು, ಜೊತೆಗೆ ಸಂಶೋಧನಾತ್ಮಕ ಕ್ರಿಯಾಶೀಲತೆ, ಸಮಯೋಚಿತ ನವೀಕರಣವೂ ಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿಯೇ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಈ ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಬಹಳ ಮಹತ್ವದ್ದಾಗಿ ಪರಿಗಣಿತವಾಗುತ್ತವೆ.

ಜಾಹೀರಾತು ಲಭ್ಯವಿರುವ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಈಗಂತೂ ನವ.. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಕಾಲದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚಿನ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳು ಅಂಗಡಿ ತೆರೆದಿರುವುದು ಆನ್‌ಲೈನಿನಲ್ಲಿಯೇ. ಹೀಗಾಗಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು

ಪಡೆಯುವತ್ತ ಉತ್ತಾದಕರು ಮಾಡಬೇಕಾದ ಮೊದಲ ಕೆಲಸ ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳೊಂದಿಗೆ ಸುಲಭವಾಗಿ ಅವರನ್ನು ತಲುಪುವುದು. ಗ್ರಾಹಕರ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳು, ನಡವಳಿಗಳು, ಕೊಳ್ಳುವ-ಕೊಳ್ಳದಿರುವ ಮನಸ್ಸಿಗಳಿಗೆ ಕಾರಣಗಳು ಎಲ್ಲವನ್ನೂ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಾಧಾರಿತ ದತ್ತಾಂಶ ಸಂಗ್ರಹಣೆ, ಸಂಯೋಜನೆ ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಳಿಂದಾಗಿ ನಿರೂಪಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಹೆಚ್ಚಿನ ಗ್ರಾಹಕರುಗಳನ್ನು ಹಿಡಿದಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಲು, ಉತ್ತೇಜಿಸಲು, ವ್ಯವಹಾರ ಕುದರಿಸಲು ಈಗ ಉತ್ತಾದಕರೂ ವಿವಿಧ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರಂಗಳ ಮೊರೆಹೋಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಹೊಸ ಹೊಸ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು, ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರಂಗಳು ಬಂದಂತೆಲ್ಲಾ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾ ಜಾಹೀರಾತು ಉದ್ಯಮವೂ ತೀವ್ರವಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿದೆ, ಬದಲಾಗುತ್ತಲೇ ಇದೆ.

ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬೆಳೆದಂತೆಲ್ಲಾ 'ಆಟೋಮೇಷನ್' ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಕೆದಾರರಿಗೆ ಅಭ್ಯಾಸವಾಗಿದೆ, 'ಮ್ಯಾನ್ಯುಯಲ್' ಈಗ ಸದ್ದಿಲ್ಲದೆ ಮರೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಎಲ್ಲವೂ ಆಟೋಮೇಷನ್ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಹೊತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತುಗಳೂ ತಮ್ಮನ್ನು ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ಹಚ್ಚಿಕೊಡಿವೆ. ಒಬ್ಬ ಗ್ರಾಹಕನ ಇಚ್ಛೆ, ಆಸಕ್ತಿ ಮತ್ತು ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳ ಪಟ್ಟಿಮಾಡಿಡುತ್ತಿದೆ ಅಂತರ್ಜಾಲ. ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ ಮನುಷ್ಯನ ಬುದ್ಧಿ-ಭಾವಗಳನ್ನು ಅಳಿಯುವ ತೂಗುವ ಮೂಲಕ ಆತನ ಕುರಿತಾದ ವಿವರಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟುಮಾಡಿಡುವ ಕೆಲಸ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಜಾರಿಯಲ್ಲಿಟ್ಟಿದೆ. ಬಹುದೊಡ್ಡ ಗ್ರಾಹಕ ಸಮುದಾಯದ ಮಾಹಿತಿ-ದತ್ತಾಂಶಗಳ ಅಗಾಧ ಜಾಲವನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಅಂತರ್ಜಾಲ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಸಮಯಕ್ಕೆ ಸರಿಯಾಗಿ ಅದೇ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಿ ಆಯಾ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡುವ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ ಎಂದರೆ ಅದು ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಜಾಹೀರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ದೊರಕಿಸಿಕೊಟ್ಟ ಅತಿದೊಡ್ಡ ಕ್ರಾಂತಿ ಅಂತಲೇ ಹೇಳಬಹುದು.

ಬೇಕಾದ್ದನ್ನು ಮಾತ್ರ ಬೇಕಾದವರಿಗೆ ಮಾತ್ರ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ನೀಡುವ ಮೂಲಕ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಪ್ರೇರಿತ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಆಟೋಮೇಟೆಡ್ ಅಡ್ವೆಟೈಸಿಂಗ್ ಮೆಂಟ್ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರಂಗಳು ಲೆಕ್ಕವಿಲ್ಲದಷ್ಟು ಜಾಹೀರಾತು ಪ್ರಚಾರಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿ, ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ಜಾಹೀರಾತು ವಿಭಾಗಗಳನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಮೂಲಕ ಗ್ರಾಹಕನಿಗೆ ಆಯ್ಕೆಗಳನ್ನು ನೀಡುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ಸಮಯ ಮತ್ತು ಹಣವನ್ನು ಉಳಿಸಲು ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತಿದೆ.

ಜಾಹೀರಾತುದಾರರ ದೃಷ್ಟಿಯಲ್ಲಿ ವಿವರಿಸುವಾಗಲೂ ಅಷ್ಟೇ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮೀಡಿಯಾ ಟೆಕ್ನಾಲಜಿ ಬಹಳಷ್ಟು ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು, ಮೊಬೈಲ್ ಅಪ್ಲಿಕೇಷನ್‌ಗಳು, ಬ್ಲಾಗ್, ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು ಹೀಗೆ ಹಲವೆಡೆಯಲ್ಲಿ ನಾವು ನಮ್ಮ ಛಾಪನ್ನು ಬಿಟ್ಟುಬರುತ್ತಿದ್ದೇವೆ. ನಮ್ಮನ್ನು ಅತ್ಯಂತ ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಅವಲೋಕಿಸುತ್ತಿರುವ ಯಂತ್ರಜಗತ್ತೊಂದಿದೆ. ನಮ್ಮ ಬೇಕು-ಬೇಡ, ಆಸೆ-ಅಪೇಕ್ಷೆಗಳನ್ನು ಅದು ತನ್ನದೇ ಯಾಂತ್ರಿಕ ಲೆಕ್ಕಾಚಾರಗಳೊಂದಿಗೆ ನಮ್ಮದೊಂದು ಪ್ರೊಫೈಲ್‌ಅನ್ನು ಸಿದ್ಧಪಡಿಸಿ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿಟ್ಟಿದೆ. ಹಾಗಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುದಾರನಿಗೆ ತನ್ನ ಗ್ರಾಹಕನ ತಲುಪುವುದು ಅತ್ಯಂತ ಸುಲಭ. ಒಂದು ನಿರ್ದಿಷ್ಟ ವಸ್ತುವಿನ ಜಾಹೀರಾತಿಗೆ ಸೂಕ್ತವಾದ ಜಾಹೀರಾತು ಸ್ಥಳವನ್ನು ಬಿಡ್ಡು ಮಾಡಲು ಮೇಲೆ ತಿಳಿಸಿದ ಸಂಗ್ರಹಿತ ದತ್ತಾಂಶಗಳು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತವೆ. ಆಟೋಮೇಟೆಡ್ ಅಥವಾ ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತ ಪ್ಲಾಟ್‌ಫಾರಂಗಳು ಈ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಯಾವ ಉತ್ಪನ್ನಗಳನ್ನು ಎಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರು ಮಾಡಬೇಕು ಮತ್ತು ಯಾವ ಜಾಹೀರಾತು ಎಷ್ಟು ಸಮರ್ಪಕವಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿದೆ ಅನ್ನುವುದನ್ನೆಲ್ಲಾ ಪತ್ತೆ ಮಾಡುವುದು ಈಗ

ಜಾಹೀರಾತುದಾರನಿಗೂ ಅತ್ಯಂತ ಸುಲಭ. ಆದರೆ ಆಯಾ ಆಯಾಕಟ್ಟು ಜಾಗ ಮತ್ತು ಸಮಯದ ಮೇಲೆ ಅದರ ಜಾಹೀರಾತು ದರ ನಿರ್ಧಾರಿತವಾಗುತ್ತದೆ, ಮತ್ತು ಹೂಡಿಕೆ ಮೇಲಿನ ಪ್ರತಿಫಲವನ್ನೂ ಇಲ್ಲಿ ತಿಳಿಯಬಹುದಾಗಿರುವುದು ಜಾಹೀರಾತುದಾರನಿಗೆ ಉಪಯುಕ್ತವಾಗಿದೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚು ಜನರನ್ನು ತಲುಪುವುದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕವೇ ಆದರೂ ಅದೇ ಸತ್ಯವಲ್ಲ. ಅದನ್ನಷ್ಟೇ ನೆಚ್ಚಿಕೊಂಡು ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತು ಉದ್ಯಮ ನಡೆಯುವುದು ಸಾಧ್ಯವೇ ಇಲ್ಲ. ತಲುಪುವಿಕೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಸಾಧನಗಳು ಮುಖ್ಯವಾಗುತ್ತವೆ. ಕಂಪ್ಯೂಟರ್, ಲ್ಯಾಪ್‌ಟಾಪ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದ ಸಮಯವಿತ್ತು, ಈಗ ಅಂತರ್ಜಾಲ ಅತ್ಯಂತ ಹೆಚ್ಚು ಬಳಸಲ್ಪಡುವ ಸಾಧನವೆಂದರೆ ಅದು ಮೊಬೈಲ್. ಅಂಗೈಯೊಳಗೆ ಕೂತುಬಿಡುವ ಮೊಬೈಲ್ ಎನ್ನುವ ಆರೇಳು ಇಂಚಿನ ಸಾಧನ ಇಡೀ ಜಗತ್ತನ್ನು ಅದರೊಳಗೆ ಕೂಡಿಟ್ಟುಕೊಡುತ್ತಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳೂ ಇಂದು ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸಲು ಮೊಬೈಲ್ ಸಾಧನಗಳೇ ಮುಖ್ಯ ಕಾರಣವಾಗಿವೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ತೆರೆದುಕೊಳ್ಳುವ ಜನರಲ್ಲಿ ಶೇ.80ಕ್ಕೂ ಹೆಚ್ಚು ಮಂದಿ ತಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್ ಮೂಲಕ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಫೇಸ್‌ಬುಕ್, ಟ್ವಿಟ್ಟರ್, ಯೂಟ್ಯೂಬ್, ಇನ್‌ಸ್ಟಾ ಎಲ್ಲವೂ ಮೊಬೈಲ್‌ಗಳೊಳಗೆ ಸಿಗುವಾಗ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಅಲ್ಲಿ ರಾರಾಜಿಸತೊಡಗಿವೆ. ಯಾವ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಕಾರ್ಯನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೋ ಅವು ಮೊಬೈಲ್‌ಗಳ ಮೂಲಕ ಜಿಯೋಲೋಕೇಷನ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಸಹಾಯದ ಮೂಲಕ ನಿರ್ಧಾರಿತ/ ಅಪೇಕ್ಷಿತ ವಲಯದ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸೆಳೆಯಲು ಸಹಕಾರ ಮಾಡುತ್ತವೆ. ಉತ್ತಮ ವೀಡಿಯೋ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಹೆಚ್ಚು ಗಮನಸೆಳೆಯುತ್ತವೆ ಅಂತಲೂ ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ನಡುವಲ್ಲಿ ಶಿಫಾರಸ್ಸು ಮಾಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಮೊಬೈಲ್ ಗೇಮ್ಸ್, ಅಪ್ಲಿಕೇಷನ್ ಹೀಗೆ ಎಲ್ಲೆಡೆಯೂ ಜಾಹೀರಾತು ಸ್ಥಳಗಳನ್ನು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದ್ದು ಬೆರಳ ತುದಿಗೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ತಲುಪಿಸಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗುವ ಎಲ್ಲಾ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನೂ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿವೆ.

ಉಪಸಂಹಾರ

ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಜಾಹೀರಾತು ಕ್ಷೇತ್ರಕ್ಕೆ ಹೊಸತೇ ತಿರುವನ್ನು ತಂದುಕೊಟ್ಟಿವೆ. ಜಾಹೀರಾತುದಾರ ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕ ಇಬ್ಬರೂ ಇಲ್ಲಿ ತಮಗೆ ಬೇಕಾದ್ದನ್ನು ಸರಳವಾಗಿ ಮತ್ತು ವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ಪಡೆಯುವ ಎಲ್ಲಾ ಅವಕಾಶಗಳನ್ನು ಸಂಭ್ರಮಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಚೌಕಾಶಿ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗಳನ್ನು ಬೆರಳುಗಳು ಹುಡುಕಿಕೊಡುತ್ತಿವೆ, ಕೂತಲ್ಲೇ ಅಂಗಡಿಯವನು ವ್ಯಾಪಾರ ಗಿಟ್ಟಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾನೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಕಾಲಮಾನದಲ್ಲಿ ಮನುಷ್ಯ ಅತ್ಯಂತ ನವೀಕೃತಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾನೆ, ಅವಶ್ಯಕತೆಗಳು ಅವಕಾಶ ನೋಡಿ ಮನೆ ದಾರಿಗೆ ಬಂದರೆ, ಕೆಲವು ಅವಕಾಶಗಳು ಅವಶ್ಯಕತೆಯನ್ನು ಮೀರಿ ಮನೆಯೊಳಗೆ ತುಂಬಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಇಲ್ಲಿ ಇಬ್ಬರೂ ಸಂತೃಪ್ತರು ಮತ್ತು ಇಬ್ಬರೂ ನಿರಂತರ ಹುಡುಕುವವರೇ. ಆದರೆ ಅದನ್ನು ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಸಾಧನಗಳು ಸುಲಭ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿವೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಜಾಹೀರಾತಿಗೆ ಪ್ರತಿದಿನ, ಕ್ಷಣ ಹೊಸ ಆಯಾಮವನ್ನು ಒದಗಿಸಿಕೊಡುತ್ತಿವೆ. ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗೆ ಇದು ಅತ್ಯಂತ ಪ್ರವರ್ಧನೆಯ ಕಾಲ ಅನ್ನುವುದನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಯನದ ಮೂಲಕ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಬಹುದಾಗಿದೆ.

ಗ್ರಂಥಸೂಚಿ :

1. Jaishri Jethwaney, Shruti Jain. Adveritsing Management;; Oxford University Press, 2006.
2. Dr. Ravi Kalakota ; e-Business ; 2000 ; Assison - Wesley
3. ಜಾಹೀರಾತು, ಸಮೂಹಸಂವಹನ ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಪಠ್ಯಕ್ರಮ, ತೇಜಸ್ವಿ ನವಿಲೂರು, ಕರ್ನಾಟಕ ರಾಜ್ಯ ಮುಕ್ತ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ
4. <https://www.business.com/articles/how-technology-is-changing-online-advertising/>
5. <https://www.indusnet.co.in/technology-new-media-shaping-future-advertising/>
6. <https://www.toolbox.com/marketing/advertising/articles/digital-advertising-primer-martech-101/>
7. <https://idgadvertising.com/types-of-digital-advertising/>
8. <https://www.sydney.edu.au/courses/subject-areas/spec/digital-media-technology.html>