



International Journal of **Kannada** Research

www.kannadajournal.com

ISSN: 2454-5813

IJKR 2022; 8(1): 104-109

© 2022 IJKR

www.kannadajournal.com

Received: 22-11-2021

Accepted: 24-12-2021

ಡಾ. ಶಿವಕುಮಾರ ಕಣಸೋಗಿ

ಅಧ್ಯಕ್ಷರು, ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ಅಧ್ಯಯನ ವಿಭಾಗ, ದಾವಣಗೆರೆ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ, ಶಿವಗಂಗೋತ್ರಿ, ದಾವಣಗೆರೆ

Corresponding Author:

ಡಾ. ಶಿವಕುಮಾರ ಕಣಸೋಗಿ

ಅಧ್ಯಕ್ಷರು, ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಮತ್ತು ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ಅಧ್ಯಯನ ವಿಭಾಗ, ದಾವಣಗೆರೆ ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ, ಶಿವಗಂಗೋತ್ರಿ, ದಾವಣಗೆರೆ

ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಸ್ತುತ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮ

ಡಾ. ಶಿವಕುಮಾರ ಕಣಸೋಗಿ

ಪ್ರಸ್ತಾವನೆ

ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಕ್ಕೆ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ನಿಯಂತ್ರಣ ವ್ಯವಸ್ಥೆ ಇಲ್ಲದಿದ್ದಾಗ ಅಪಾಯ ಹೆಚ್ಚುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ. ಉಳಿದವರಾರೂ ಅದನ್ನು ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಅವರಿಂದ ಅದನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲೂ ಸಾಧ್ಯವಿಲ್ಲ. ಅಲ್ಲದೆ ಈ ಸಮಸ್ಯೆಗೆ ಪರ್ಯಾಯ ಮಾರ್ಗೋಪಾಯಗಳೂ ಇಲ್ಲ. ಪರಸ್ಪರ ಒಡಂಬಡಿಕೆ, ಸಮನ್ವಯಗಳು ಪೂರಕವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವುದು ಅತ್ಯಗತ್ಯ. ಮಾಧ್ಯಮ ರೂಪಾಂತರ, ವಿಷಯದ ಮೌಲ್ಯ ಅಥವಾ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಿಂದ ರಚಿಸಲಾದ ಕೆಲಸಗಳ ನಿರೀಕ್ಷೆ ಅನಂತ. ಹಲವು ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಮೇಲೆ ಸವಾರಿ ಮಾಡುವುದನ್ನು ತಡೆಯುವುದಕ್ಕಾಗಿ ಯಾರೂ ಕಾಯುವುದಿಲ್ಲ. 'ಡಿಜಿಟಲ್ ಕ್ರಾಂತಿ'ಯ ಪರಿಣಾಮ ಮಾಧ್ಯಮ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಪರಿವರ್ತನೆಯಾಗಿದೆ.

ಕಳೆದ ಎರಡು ದಶಕದಿಂದ ಜಗತ್ತಿನ ಸುದ್ದಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ತಮ್ಮದೇಯಾದ ಓದುಗರು ಮತ್ತು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಹಿಡಿದಿಟ್ಟುಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಕೆಲವೊಮ್ಮೆ ಅವರನ್ನು ಸೆಳೆಯಲು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಮೊರೆ ಹೊಕ್ಕಿದ್ದೂ ಆಗಿದೆ. ಈಗಂತೂ ಎಲ್ಲ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಿಗುತ್ತಿವೆ. ಮೊಬೈಲ್... ವಾಚ್‌ನಲ್ಲಿಯೇ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ನೋಡುವ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಈಗಾಗಲೇ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿದೆ. ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ, ವಾಸ್ತವ ಚಿತ್ರಣ ವರ್ಧಕಗಳು ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಚಾಲನೆ ನೀಡಿವೆ. ಕೈಯಲ್ಲಿರುವ ಸ್ಮಾರ್ಟ್‌ಫೋನ್ ಆಚೆಗೂ ಜನರನ್ನು ಸಂಪರ್ಕಿಸುವ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅಗತ್ಯತೆಯ ಬಗ್ಗೆಯೂ ಚರ್ಚೆ ನಡೆಯುತ್ತಿವೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಲೇಖನದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಮೇಲೆ ಮತ್ತು ಆ ಮೂಲಕ ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರುತ್ತಿರುವ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕುರಿತು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ಪೀಠಿಕೆ

ಡಿಜಿಟಲ್ ಪ್ರಗತಿಯ ಆರಂಭಿಕ ಅಳವಡಿಕೆಗಳಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮನರಂಜನಾ ಉದ್ಯಮಗಳು ಗುರುತಿಸಿಕೊಂಡಿವೆ. ಭೌತಿಕ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಕೊಂಡಿಗಳನ್ನು ಕೂಡಿಸುವ ಈ ಸಂಯೋಜನೆ ನಿಭಾಯಿಸುತ್ತದೆ. ಅಗತ್ಯಗಳನ್ನು ಗಮನಿಸಿ, ಪ್ರತಿ ವ್ಯಾಪಾರದ ಮೂಲವನ್ನು ಅರ್ಥಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತದೆ. ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗಳೊಂದಿಗೆ, ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮನರಂಜನಾ ಉದ್ಯಮವು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಹೊಂದುತ್ತಿದೆ. ಸುದ್ದಿ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಜಗತ್ತಿನ ಯಾವುದೇ ಮೂಲೆಗೆ ತಕ್ಷಣವೇ ಪ್ರಸಾರ ಮಾಡಬಹುದಾದ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಿದೆ. ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿನ ನಿರಂತರ ಬದಲಾವಣೆಗಳು ವಿಷಯ ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರದ ಮೌಲ್ಯದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುತ್ತ, ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸೆಳೆಯಲು ಸೆಣಸುತ್ತಿವೆ.

ಮುಂದಿನ ಒಂದೆರಡು ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಹಲವು ಹೊಸ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ಮೇಲೆ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಲಿವೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಅಧ್ಯಯನಗಳು ಗುರುತಿಸಿವೆ. ಡ್ರೋನ್, 360 ಡಿಗ್ರಿ ವಿಡಿಯೋ, ವರ್ಚುವಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿ, ಧರಿಸಬಹುದಾದ ಉಪಕರಣಗಳು (ವಿಯರೇಬಲ್ ಡಿವೈಸಸ್- ವಾಚ್, ಉಂಗುರ ಇತ್ಯಾದಿ), ನೈಜಕಾಲದ ವಾಸ್ತವ ತಪಾಸಣೆಗಳು ಮಾಧ್ಯಮ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ತಮ್ಮದೇ ಶೈಲಿಯಲ್ಲಿ ಪ್ರವೇಶ ಪಡೆದಿವೆ. ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ ಪ್ರಯೋಗ ಈಗಾಗಲೇ ಬಹುತೇಕ ಯಶಸ್ವಿಯಾಗಿದೆ. ಮೊಬೈಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ 5ಜಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಹೊಸತನ್ನು ತೋರಿಸುತ್ತ, ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತನ್ನತ್ತ ಸೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಮೊಬೈಲ್ ತಯಾರಿಕಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ತಮ್ಮ ಸ್ಥಾನ ಪಡೆಯಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿ ಇಳಿದಿವೆ. ಇನ್ನು ಕೆಲವು ಅತಿ ಶೀಘ್ರದಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಾಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಪ್ರವೇಶಿಸಲಿವೆ. ಪತ್ರಕರ್ತರು ಈ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ತರಬೇತಿ ಪಡೆದರೆ ಯಶಸ್ವಿ ಆಗಲಿದ್ದಾರೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಮಾಧ್ಯಮ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಗಟ್ಟಿಯಾಗಿ ನೆಲೆ ನಿಲ್ಲಬಲ್ಲರು. ಕಡಿಮೆ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಕೆಲಸ ಮಾಡಲು, ಸುದೀರ್ಘ ಮತ್ತು ಸಮಗ್ರ ವರದಿ ಮಾಡಲು, ಮಾಹಿತಿಯ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆ ತಿಳಿಯಲು, ಸಂಪಾದನೆ ಮಾಡಲು, ಪುಟ

ವಿನ್ಯಾಸ ಸಿದ್ಧತೆ ಮಾಡಲು, ಅದನ್ನೇ ಧ್ವನಿ ಮತ್ತು ಚಿತ್ರದ ಮೂಲಕ ವಿವರಿಸುವ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನೂ ಒಳಗೊಂಡಿದೆ. ಏಕಕಾಲಕ್ಕೆ ಹಲವು ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಕೆಲವೇ ಕ್ಷಣಗಳಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ, ಸಂಪಾದಿಸಿ, ಸಂಕಲನ ಮಾಡುವ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನೂ ಹೊಂದಿರುವುದು ಗಮನಾರ್ಹ.

ಕ್ಯಾಮೆರಾ ಮತ್ತು ವಿಡಿಯೋ ಚಿತ್ರೀಕರಣದ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್ ಈಗ ಎಲ್ಲರ ಬಳಿ ಇವೆ. ಅತ್ಯಾಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಒಳಗೊಂಡ ಪುಟ್ಟ ಫೋನ್ ಅದ್ಭುತವನ್ನು ಸಾಧಿಸಬಲ್ಲದು. ಏಕ ಕಾಲಕ್ಕೆ ಹಲವು ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಮಾಡುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ. ಸುದ್ದಿಗಾಗಿ, ಸುದ್ದಿ ಸೃಷ್ಟಿಗಾಗಿ ಮತ್ತು ಮಾಹಿತಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಅನಿವಾರ್ಯ ಮತ್ತು ವೇಗದ ಮಾರ್ಗವಾಗಿದೆ. ವಾಟ್‌ಆಪ್, ಫೇಸ್‌ಬುಕ್, ಟ್ವಿಟ್ಟರ್, ಇನ್‌ಸ್ಟಾಗ್ರಾಂ, ಯೂಟ್ಯೂಬ್‌ನಂತಹ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಸಂಪರ್ಕ ಜಾಲಕ್ಕೆ ಮೊಬೈಲ್ ಸೂತ್ರಧಾರಿ. ಅಲ್ಲಿ ಚಿತ್ರ, ವಿಡಿಯೋಗಳನ್ನು ಡಿಜಿಟೈಸ್ ಮಾಡಿ ಬೇಕಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪರಿವರ್ತಿಸುವ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ತಂತ್ರಾಂಶಗಳು ಸಾಕಷ್ಟಿವೆ. ಪರಿವರ್ತಿಸಿದ ವಿಡಿಯೋ ಮತ್ತು ಚಿತ್ರಗಳ ಮೂಲವನ್ನು ಪತ್ತೆ ಮಾಡಲು ಸುದ್ದಿಮನೆಯ ನುರಿತ ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೂ ಅಸಾಧ್ಯ. ಚಿತ್ರೀಕರಿಸಿದ ವಿಡಿಯೋವನ್ನು ತಂತ್ರಾಂಶಗಳ ಮೂಲಕ ಬೇಕಾದ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಸಂಪಾದಿಸಬಹುದು. ಪ್ರಸಾರವನ್ನೂ ಮಾಡಬಹುದು. ಜನ ಟಿವಿ ನೋಡಿ ಆನಂದಿಸುವರು. ಆದರೆ ಅದರ ಹಿಂದಿನ ರೂಪಾಂತರವನ್ನು ಯಾರೂ ಗಮನಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಪ್ರಸಾರವಾದುದೇ ಸತ್ಯ ಎಂಬುದನ್ನು ನಂಬಿಸುವಷ್ಟು ಸೂಕ್ಷ್ಮ ಕುಸುರಿ ಅದರಲ್ಲಿ ಅಡಗಿದೆ.

'ಡಿಜಿಟಲ್ ಕ್ರಾಂತಿಯು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ವಿನಾಶಕಾರಿ ಘಟನೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರೇರಣೆಯಾಗಿದೆ. ಒಮ್ಮತದ ನಡೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇದು ದೊಡ್ಡ ಸಂಘಟಿತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗೆ ಪ್ರಚೋದನೆ ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಮಾಧ್ಯಮ ಮಾಲೀಕರಿಗೆ ಬೇಕಾಗಿದ್ದು ಲಾಭ. ಹಣ ಗಳಿಕೆಯೆಂದೇ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಟಿವಿ, ಪತ್ರಿಕೆ, ಆನ್‌ಲೈನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಲಾಭದಾಯಕವಾದುದಕ್ಕೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುವರು' ಎಂಬ ಮಾಧ್ಯಮ ವಿಶ್ಲೇಷಕರ ಆರೋಪಗಳು ಸಾಕಷ್ಟಿವೆ (ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಏಳುಬೀಳು, ಸಂವಹನ ಪ್ರಕಾಶನ, 2021). ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮಾಲೀಕರು ನಷ್ಟವನ್ನು ನೆಪ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಆ ವಿಚಾರವನ್ನೇ ಮುಂದಿಟ್ಟು ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವರು. ವಿರೋಧಿಸಿದರೆ ಅಡ್ಡ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಬಹುದು ಎಂಬ ಧೋರಣೆಯನ್ನು ಬಿತ್ತುತ್ತ ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯ ಸಾಧನೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂಬ ಆಕ್ಷೇಪಣೆಗಳಿವೆ. ಆದರೆ ತಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿ ಕೌಶಲವನ್ನು ರೂಢಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದೊಂದೇ ಪರಿಹಾರ ಮಾರ್ಗ ಎಂಬುದನ್ನು ಈಗಾಗಲೇ ಹಲವಾರು ಸಂಶೋಧನೆಗಳು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸಿವೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕೌಶಲ, ಆರ್ಥಿಕ ಪರಿಸರ, ಅನ್ವೇಷಣೆ, ಉದ್ಯಮಶೀಲತೆ, ನವೀನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ, ಮೂಲಸೌಕರ್ಯ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ತರಬೇತಿ, ಉದ್ಯಮ ನಿರ್ವಹಣೆ ಸೇರಿದಂತೆ ಇತರ ಕ್ಷೇತ್ರಗಳ ಆಧಾರದ ಡಿಜಿಟಲ್ ಪರಿಸರದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಅತ್ಯುತ್ತಮ ಗುಣಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಈ ಎಲ್ಲ ಸೌಲಭ್ಯಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿರುವ ಕಾರಣ ಡಿಜಿಟಲ್ ಪರಿವರ್ತನೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಬೆಂಗಳೂರು ಅಗ್ರಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಉದ್ಯಮಿಗಳಲ್ಲಿ ಅಧಿಕ ವಿಶ್ವಾಸ ಮತ್ತು ನಂಬಿಕೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಭದ್ರತೆಯ ಕೌಶಲಗಳು, ದೊಡ್ಡ ದತ್ತಾಂಶ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಳತ್ತ ಒಲವು ತೋರುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಕ್ಲೌಡ್ ಕಾಂಪ್ಯೂಟಿಂಗ್, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ, ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ಪ್ರಮುಖ ಆಕರ್ಷಣೆಯಾಗಿವೆ. ದೈನಂದಿನ ವ್ಯವಹಾರಗಳಿಗೆ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ

ಬಳಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಶೇ. 65ರಷ್ಟು ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದ ಕಂಪನಿಗಳು ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಅನುಕೂಲತೆಗಳನ್ನೇ ಬಂಡವಾಳ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ವ್ಯವಹಾರಕ್ಕೆ ಬಂಡವಾಳ ಹೂಡುತ್ತಿವೆ.

ಪರಿವರ್ತನೆಯ ಕಾಲ

ಜನ ಸುದ್ದಿ ಓದಲ್ಲ. ಓದಿದರೂ ತಲೆ ಬರಹ ನೋಡುವರು. ಪೂರ್ತಿ ಸುದ್ದಿ ಓದುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ ಶೇ 41ಕ್ಕೆ ಇಳಿದಿದೆ. ಇದು ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಮಾತ್ರವಲ್ಲ, ಟಿವಿಗಳಲ್ಲಿ ಬ್ರೇಕಿಂಗ್ ನ್ಯೂಸ್, ಸ್ಕ್ರೋಲಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಮುಖ್ಯಾಂಶಗಳನ್ನಷ್ಟೇ ವೀಕ್ಷಿಸುವವರು ಎಂಬುದನ್ನು ಬಹುತೇಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಶೋಧನೆಗಳು ತಿಳಿಸಿವೆ. ಟಿಆರ್‌ಪಿಯಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಅಕ್ರಮ ತಡೆಗೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಬಳಕೆಯಲ್ಲಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಪ್ರತಿ ಸುದ್ದಿ ಅಥವಾ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮದ ಟಿಆರ್‌ಪಿಯ ಪ್ರಮಾಣವನ್ನು ಮಾಪನ ಮಾಡಲು ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ ಸೂಕ್ಷ್ಮವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಜಾಗತಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಮತ್ತೊಂದು ಪರಿವರ್ತನೆಯನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ. ಉತ್ಪಾದನಾ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ನೇರವಾಗಿ ತಮ್ಮ ಉತ್ಪನ್ನಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಬಿಡುಗಡೆ ಮಾಡಿ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸೆಳೆಯುತ್ತಿಲ್ಲ. ಬದಲಾಗಿ, ಬ್ರಾಂಡ್‌ಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರಭಾವ ಬೀರಲು ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ಗ್ರಾಹಕರೊಂದಿಗೆ ನೇರವಾಗಿ ಬಲವಾದ ಸಂಬಂಧಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸುವತ್ತ ಗಮನ ಹರಿಸುತ್ತಿವೆ. ಅದರ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಜಾಹೀರಾತುದಾರರು ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಸ್ತುತತೆ, ಉತ್ತರದಾಯಿತ್ವ ಮತ್ತು ಸಂವಾದಾತ್ಮಕ ತತ್ವಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ವಿಷಯ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಾಂಶಗಳನ್ನು ಒಟ್ಟಿಗೆ ಬೆಸೆಯುವ ಟ್ರೆಂಡಿಂಗ್ ತಂತ್ರಗಳು ಡಿಜಿಟಲ್ ಮತ್ತು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಮೌಲ್ಯಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಿವೆ. ಪ್ರತಿಯೊಂದು ವಿಷಯ, ವಿಚಾರವನ್ನು ತಮ್ಮದೇ ಎನ್ನುವಂತೆ ಭಾವಿಸುವ ವೈಯಕ್ತಿಕರಣ ಮತ್ತು ಹೊಸತರ ಅಳವಡಿಕೆಗೆ ಪ್ರೇರಣೆ ನೀಡುವ ಪರಿವರ್ತನೆಗಳನ್ನು ಉತ್ತಮ ಪಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಇದು ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮನರಂಜನಾ ಉದ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಹೊಸ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯಾಗಿದೆ. ಬಳಕೆದಾರರ ಅನುಭವದ ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿ, ಸುಧಾರಣೆ ತರಲು ಇದನ್ನು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಬ್ರಾಂಡ್‌ನ ವ್ಯವಹಾರ ನಿರ್ವಹಣೆ, ವ್ಯಾಪ್ತಿ ವಿಸ್ತರಣೆ, ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಿ, ಒಳಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಪ್ರಮಾಣ ನಿರಂತರವಾಗಿಡಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ.

ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಮೇಲಿನ ಪರಿಣಾಮ

ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಮನರಂಜನೆ ಮತ್ತು ಮಾಧ್ಯಮ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯ ನಿರೀಕ್ಷಿತ ವಹಿವಾಟು 2021ರಲ್ಲಿ 28 ಸಹಸ್ರ ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿ ಆಗಿತ್ತು. ಅದು 2023ರ ಹೊತ್ತಿಗೆ 35 ಸಹಸ್ರ ಕೋಟಿ ರೂಪಾಯಿ ದಾಟುವ ನಿರೀಕ್ಷೆ ಇದೆ. ಇದಲ್ಲದೆ ಬೇಡಿಕೆ ಆಧಾರಿತ ವಿಡಿಯೋ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್, ಕಂಟೆಂಟ್ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್, ಜಾಹೀರಾತು, ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್, ಪರಿಹಾರಗಳು ಇತ್ಯಾದಿ ಸೇವೆಗಳು ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ವೇಗವು ಈ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ನಿರಂತರವಾಗಿ ಹೊಸ ಮಾನದಂಡಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತಿವೆ. ಮೊಬೈಲ್ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು, ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಜಾಹೀರಾತು ಆದಾಯದ ಶೇ 80ರಷ್ಟಿದೆ. ಇವುಗಳ ಒಟ್ಟು ಆದಾಯವು 117 ದಶ ಲಕ್ಷ ಡಾಲರ್ ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ. ವಿಡಿಯೋ ಆಟಗಳ ಆದಾಯವು 2021ರಲ್ಲಿ 30 ಶತಕೋಟಿ ಡಾಲರ್ ಅನ್ನು ತಲುಪಿತ್ತು. ಇದು 2010ರ ಆದಾಯಕ್ಕಿಂತ 18 ಶತಕೋಟಿ ಡಾಲರ್‌ನಷ್ಟು ದುಪ್ಪಟ್ಟಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ

ತಕ್ಕಂತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯೂ 2015ರಲ್ಲಿ 410 ದಶಲಕ್ಷ ಇತ್ತು. ಅದು 2022ರ ಹೊತ್ತಿಗೆ 6.4 ಶತಲಕ್ಷಕ್ಕೆ ಏರುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ. 2025ರ ಹೊತ್ತಿಗೆ ಆ ಡಿಜಿಟಲ್ 'ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಅಚ್ಚರಿ ಮೂಡಿಸಲಿದೆ ಎಂದೆಣಿಸಲಾಗಿತ್ತು. ಆದರೆ ಕೋವಿಡ್-19ರ ನಂತರದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಒಂದೇ ವರ್ಷದಲ್ಲಿ ನಿರೀಕ್ಷೆಯನ್ನು ಸಾಬೀತುಪಡಿಸಲು ಮುಂದಾಗಿದೆ 2023ರ ಹೊತ್ತಿಗೆ ಸ್ಮಾರ್ಟ್‌ಫೋನ್ ರಹಿತ ಸಂವಹನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಕೈಸೇರುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಈಗಾಗಲೇ 5ಜಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಎಲ್ಲೆಡೆ ಸದ್ದು ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಅತಿಯಾದ ವೇಗ, ಸಂಪರ್ಕ ಜಾಲ, ಯಾವುದೇ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿದ್ದರೂ ಸಂಪರ್ಕಿಸಲು ನೆರವಾಗುವ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಇದಕ್ಕೆ ಸಹಾಯಕವಾಗಿದೆ. ಸಂಶೋಧನೆ, ಅಧ್ಯಯನ, ಆರ್ಥಿಕ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ, ಸಂವಹನ, ಸಂಯೋಜನೆಗೂ ಇದು ಪೂರಕವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಲಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕೋರಿಯ, ಅಮೆರಿಕ, ಚೀನಾ, ಜಪಾನ್ ಸೇರಿದಂತೆ ಹಲವು ಶ್ರೀಮಂತ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳು ಪೈಪೋಟಿ ನಡೆಸಿ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಸಂಪೂರ್ಣ ಸ್ವಾಮಿತ್ವ ಪಡೆಯಲು ಸಜ್ಜಾಗಿವೆ. ಇವುಗಳಿಗೆ ಸಮನಾಗಿ ಭಾರತದಂತಹ ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತಿರುವ ರಾಷ್ಟ್ರಗಳು ಸಂಪನ್ಮೂಲ ಕ್ರೋಡೀಕರಿಸಿ ತಮ್ಮದೇಯಾದ ಉತ್ಪಾದನೆಗಳಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುತ್ತಿವೆ. ಈ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಮಾಧ್ಯಮ ಕ್ಷೇತ್ರದ ಮೇಲೆ ಹೆಚ್ಚು ಪರಿಣಾಮ ಬೀರುವ ಸಾಧ್ಯತೆಗಳಿವೆ. ಅಲ್ಲದೆ ಎಲ್ಲವೂ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬೆಳವಣಿಗೆಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿವೆ.

ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗಳು

ಕಳೆದ ಒಂದು ದಶಕದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದು. ಬಳಕೆದಾರರು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ನೋಡುವ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಲ್ಲಿಯೂ ವ್ಯತ್ಯಾಸ ಕಾಣಬಹುದು. ಸುದ್ದಿ, ಮನರಂಜನೆಗೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿದ್ದ ಮಾಧ್ಯಮವು ಪ್ರಸ್ತುತ ವ್ಯಾಪಾರ ಮಾಡಲು, ವ್ಯಾಪಾರ- ವಹಿವಾಟು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು, ಜಾಹೀರಾತು ಮೂಲಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಸೃಷ್ಟಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಬಳಕೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಸುಮಾರು ಇಪ್ಪತ್ತು ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಕ್ರಾಂತಿ ಮಾಡಿದ್ದ ಕೇಬಲ್ ಟಿವಿ ಈಗ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ, ಡಿಟಿಎಚ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಕ್ಕೆ ಬದಲಾಯಿತು. ಈಗ ವೈರ್‌ಲೆಸ್ ಸಂಪರ್ಕದ ವೈಫೈ ತಂತ್ರಾಂಶಕ್ಕೆ ಗ್ರಾಹಕ ಪರಿವರ್ತನೆಯಾಗಿದ್ದಾನೆ.

ಚಂದಾದಾರಿಕೆ ಆಧಾರಿತ ಟಿವಿ ಸೇವೆಗಳತ್ತ ಒಲವು ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ. ನೆಟ್‌ಫ್ಲೆಕ್ಸ್, ಅಮೇಜಾನ್, ಪ್ರೈಮ್, ಹಾಟ್‌ಸ್ಟಾರ್, ವೂಟ್, ರಿಝೆ, ಮೊದಲಾದ ಲೈವ್ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಸೇವೆಗಳು ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಸೆಳೆಯುತ್ತಿವೆ. ಈ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ವೀಕ್ಷಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಶೇ 35ರಷ್ಟಿದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯ ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳಿಗೆ ಸೀಮಿತವಾಗಿದ್ದ ಮನರಂಜನೆ, ಹೊಸ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಅಪಾರ ಪ್ರಮಾಣದ ಮನರಂಜನೆ ನೀಡುತ್ತಿವೆ. ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಅಭಿರುಚಿ, ಅಪೇಕ್ಷೆಗೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಆಯ್ಕೆಯ ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯವನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಕ್ರಿಪ್ಟೋ ಕರೆನ್ಸಿ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಮನ್ನಣೆ ಪಡೆಯದಿದ್ದರೂ ಜಗತ್ತಿನ ಇತರ ದೇಶಗಳಲ್ಲಿ ತನ್ನದೇ ಸ್ಥಾನ ಪಡೆದಿದೆ. ಮನರಂಜನಾ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿಯೂ ಸ್ಥಾನ ಪಡೆದಿದೆ. ಇದೀಗ ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ, ವರ್ಚುವಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿ, ಬ್ಲಾಕ್‌ಚೈನ್ ಮೊದಲಾದ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಆವರಿಸಿದ್ದು, ಜನಪ್ರಿಯಗೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ.

ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ (ಎಐ): ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ ಪ್ರಪಂಚದ ಎಲ್ಲ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಪರಿಹಾರಕ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿದೆ. ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೂ ಇದು ಹೊರತಾಗಿಲ್ಲ. ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ ಗ್ರಾಹಕರ ವೀಕ್ಷಣೆಯ ಆಸಕ್ತಿ, ಸ್ವಾತಂತ್ರ್ಯ ಚೌಕಟ್ಟುಗಳನ್ನು ಮುಕ್ತಗೊಳಿಸಿದೆ. ಗ್ರಾಹಕರ ವೀಕ್ಷಣೆಯ

ಇತಿಹಾಸದ ಆಧಾರದ ಮೇಲೆ ವೈಯಕ್ತಿಕಗೊಳಿಸಿದ ವಿಷಯವನ್ನು ರಚಿಸಲು ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ವೀಕ್ಷಕರಿಗೆ ವೈಯಕ್ತಿಕ ಅನುಭವವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸುವ ಕಾರ್ಯವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸುವಲ್ಲಿ ನೆಟ್‌ಫ್ಲಿಕ್ಸ್ ಭಾರಿ ಪ್ರಮಾಣದ ಹೂಡಿಕೆ ಮಾಡುತ್ತಿದೆ. ಇದು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದೊಂದಿಗೆ ಹೊಂದಿಕೊಳ್ಳಲು ಮತ್ತು ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಪಾಲಿನ ನಷ್ಟದ ಹೊರೆಯನ್ನು ತಪ್ಪಿಸಲು ನೆರವಾಗುತ್ತದೆ. ಮೂವಿ ಟ್ರೇಲರ್‌ಗಳು ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತುಗಳನ್ನು ರಚನೆಗೂ ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ ಬಳಸಬಹುದು. ಜೊತೆಗೆ ನಿರ್ಮಾಣದ ನಂತರದ ಕೆಲಸವನ್ನು ಸುವ್ಯವಸ್ಥಿತವಾಗಿ ನಿರ್ವಹಿಸಿ ಜವಾಬ್ದಾರಿಯನ್ನು ಸುಲಭಗೊಳಿಸುವುದು.

ರಾಜಕೀಯ, ಅಪರಾಧ, ಕೋಮು, ಸರ್ಕಾರದ ಪ್ರಕಟಣೆಗಳು ಜನರ ದಾರಿ ತಪ್ಪಿಸುವ ಅಥವಾ ವ್ಯಕ್ತಿತ್ವಹರಣ ಮಾಡುವ ಸುದ್ದಿಗಳು ಕೇವಲ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರವಲ್ಲ, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಕ್ಕೂ ಸವಾಲಾಗಿದೆ. ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ ತಂತ್ರಾಂಶ ಬಳಸಿ ಕೃತಕ ಸುದ್ದಿಗಳ ಸೃಷ್ಟಿ ತಡೆಯಲು ಸಾಕಷ್ಟು ಪ್ರಯತ್ನಗಳು ಜಗತ್ತಿನ ಎಲ್ಲ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿದೆ. ಗೂಗಲ್ ಸೇರಿದಂತೆ ಹಲವು ಸರ್ಚ್ ಎಂಜಿನ್‌ಗಳು ಅದಕ್ಕಾಗಿ ಪ್ರತ್ಯೇಕ ವಿಭಾಗವನ್ನು ತೆರೆದು ಕಾರ್ಯ ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತಿವೆ. ಗ್ರಾಹಕರಲ್ಲಿ ಜಾಗೃತಿ ಮೂಡಿಸಲು ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುತ್ತಿವೆ.

ಕೃತಕ ಅಥವಾ ಸುಳ್ಳು ಸುದ್ದಿಗಳ ಹುಟ್ಟು ಮತ್ತು ಪ್ರಸಾರದ ವೈಖರಿಯನ್ನು ಪತ್ತೆ ಮಾಡುವ ಜೊತೆಗೆ ತಕ್ಷಣ ತಡೆಯಲು ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುತ್ತಿವೆ. ಅದಾಗ್ಯೂ ಸುಳ್ಳು ಸುದ್ದಿಗಳು ಸಮಾಜದ ಮೇಲೆ ಬೀರುತ್ತಿರುವ ಪ್ರಭಾವ ಮತ್ತು ಪರಿಣಾಮ ನಿರೀಕ್ಷೆಗೂ ಮೀರಿದ್ದು, ಅದರಿಂದಾಗುವ ಅಪಾಯಗಳೂ ಅಷ್ಟೇ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ ಇದೀಗ ಹೆಚ್ಚು ಪ್ರಚಲಿತಕ್ಕೆ ಬಂದಿದೆ. ಯಾವುದೇ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಹರಡುವ ಸುಳ್ಳು ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಪತ್ತೆ ಮಾಡಿ, ತಡೆಯುವ ಕಾರ್ಯವನ್ನು ನಿಚ್ಚಳವಾಗಿ ಮತ್ತು ನಿಖರವಾಗಿ ಮಾಡಲು ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ ನೆರವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಸಂಶಯ ಬಂದರೆ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳು, ಟಿವಿ, ಪತ್ರಿಕೆಗಳು, ಅಂತರ್ಜಾಲ ತಾಣಗಳಲ್ಲಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ ಪ್ರಸಾರಕ್ಕೆ ತಡೆಯೊಡ್ಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ವರ್ಚುವಲ್ ಮತ್ತು ವರ್ಧಿತ ರಿಯಾಲಿಟಿ: ವರ್ಚುವಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿ ಮತ್ತು ವರ್ಧಿತ ರಿಯಾಲಿಟಿ ತಾಂತ್ರಿಕ ಮೂಲದಲ್ಲಿ ತುಲನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಹೊಸ ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳಾಗಿವೆ. ಆದರೆ ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ಸೆಳೆಯಲು ಮತ್ತು ಆದಾಯವನ್ನು ಗಳಿಸಲು ಉದ್ಯಮಗಳು ಈಗಾಗಲೇ ಈ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸುತ್ತಿವೆ. ಜಾಹೀರಾತುದಾರರು ವರ್ಚುವಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ವಿನೂತನ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಅದು ಗ್ರಾಹಕರನ್ನು ತಮ್ಮ ಬ್ರಾಂಡ್‌ನೊಂದಿಗೆ ಸಂವಹನ ಮಾಡಲು ಮತ್ತು ತರುವಾಯ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಲ್ಲಿ ಬ್ರಾಂಡ್ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಹೆಚ್ಚಿಸುತ್ತದೆ. ಮೊಬೈಲ್ ಗೇಮಿಂಗ್ ವೇದಿಕೆಗಳು ಪೋಕ್‌ಮನ್ ಗೋ ಯಶಸ್ಸಿನ ನಂತರ ಆಕರ್ಷಕ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಲು ಬಳಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಮನರಂಜನೆಯ ದೈತ್ಯ ಡಿಸ್ನಿ ಕೂಡ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಆಸಕ್ತಿ ಹೊಂದಿದೆ. ಈ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 5 ಶತಕೋಟಿ ಆದಾಯದ ವಹಿವಾಟು ನಡೆಯುವ ಅಂದಾಜಿದೆ.

ವರ್ಚುವಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿ ಮನರಂಜನಾ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಇತ್ತೀಚಿನ ಪ್ರಮುಖ ಪ್ರವೃತ್ತಿಯಾಗಿದೆ. ಅದರಲ್ಲಿರುವ 'ತಲ್ಲಿನಗೊಳಿಸುವ ಸ್ವಭಾವ'ದಿಂದಾಗಿ ಅದರ ಅನುಕೂಲಗಳನ್ನು ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಗೆ ಸೇರಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸಂಗೀತ, ಚಿತ್ರಮಂದಿರಗಳು, ಸ್ಥಳ ಆಧಾರಿತ ಪರಿಸರ ಮತ್ತು ಗೇಮಿಂಗ್‌ನಂತಹ ಮನರಂಜನಾ ಉದ್ಯಮದ

ಪ್ರಮುಖ ವಿಭಾಗಗಳು ವರ್ಚುವಲ್ ರಿಯಾಲಿಟಿಯ ಪ್ರಯೋಜನ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಪ್ರಯೋಜನ ನಡೆಸುತ್ತಿವೆ.

ವೈಯಕ್ತಿಕಗೊಳಿಸಿದ ಜಾಹೀರಾತು: ಜಾಹೀರಾತುದಾರರು ಈಗ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರಿಗೆ ಉದ್ದೇಶಿತ, ವೈಯಕ್ತಿಕಗೊಳಿಸಿದ ವಿಷಯವನ್ನು ರಚಿಸುವುದರತ್ತ ಗಮನ ನೀಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಹೋಡಿಂಗ್ ಮತ್ತು ಜಾಹೀರಾತು ಫಲಕಗಳು ಶೀಘ್ರದಲ್ಲೇ ಕೊನೆಗಾಣಲಿವೆ. ಕೃತಕ ಬುದ್ಧಿಮತ್ತೆ, ನಡವಳಿಕೆಯ ಡೇಟಾ ಮತ್ತು ಮುಖ ಗುರುತಿಸುವಿಕೆ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಬಳಸುವ ಮೂಲಕ, ವೈಯಕ್ತಿಕಗೊಳಿಸಿದ ಜಾಹೀರಾತು ಬಹಳ ಸುಲಭವಾಗುತ್ತದೆ. ಶೇ 71 ರಷ್ಟು ಗ್ರಾಹಕರು ವೈಯಕ್ತಿಕಗೊಳಿಸಿದ ಜಾಹೀರಾತುಗಳಿಗೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಕಂಡುಬಂದಿದೆ, ಮಾರಾಟಗಾರರು ಇದರ ಬಗ್ಗೆ ಹೆಚ್ಚು ಸಂಶೋಧನೆ ನಡೆಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದು ಅತ್ಯುತ್ತಮ 'ಜಾಗತಿಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವೇದಿಕೆ' ಎಂದು ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿರುವ ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ಜಗತ್ತಿನಾದ್ಯಂತ ಜನರಿಗೆ ಬ್ರಾಂಡ್‌ಗಳ ಪ್ರಚಾರ ಸಂದೇಶಗಳನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ತಲುಪಿಸುವ ಸಾಧನಗಳ ಒಂದು ಗುಂಪಾಗಿದೆ. ಕಡಿಮೆ ಖರ್ಚಿನಲ್ಲಿ ಸುಲಭವಾಗಿ, ಜಗತ್ತಿನ ಎಲ್ಲ ವರ್ಗದ ಜನರನ್ನೂ ತಲುಪುವಂತಿದೆ. ಸುಲಭವಾಗಿ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗೆ ಹೆಚ್ಚಿನ ದಟ್ಟಣೆ ನಿರ್ಮಿಸಿ, ನಿಖರವಾದ ಪ್ರೇಕ್ಷಕರನ್ನು ಗುರಿಯಾಗಿಸಲು ಮತ್ತು ಸುಲಭ ಜಾಗತಿಕ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯನ್ನು ಒದಗಿಸುವುದರಿಂದ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಜಾಹೀರಾತು ಉದ್ಯಮಗಳ ಉತ್ತುಂಗದಲ್ಲಿದೆ.

ಬ್ಲಾಕ್‌ಚೈನ್: ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮನರಂಜನಾ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಆಮೂಲಾಗ್ರ ಬದಲಾಯಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೊಂದಿರುವ ಉದ್ಯೋಗವನ್ನು ಪ್ರವೃತ್ತಿ ಎಂದರೆ ಬ್ಲಾಕ್ ಚೈನ್. ಆದರೆ ಇಲ್ಲಿ ವಿತರಕರು ತಮ್ಮ ಸೃಷ್ಟಿಕರ್ತರನ್ನು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಲೂಟಿ ಮಾಡುವ ಸವಾಲನ್ನು ಎದುರಿಸಬೇಕಾಗಿದೆ. ಬ್ಲಾಕ್‌ಚೈನ್ ಚೌಕಟ್ಟನ್ನು ಪರಿಚಯಿಸುವ ಮೂಲಕ, ಮಧ್ಯವರ್ತಿಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮನರಂಜನಾ ವಿತರಣೆಯಿಂದ ತೆಗೆದುಹಾಕಬಹುದು. ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮನರಂಜನಾ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ವೈಯಕ್ತಿಕರಣವು ಪ್ರಮುಖವಾದುದು ಮತ್ತು ಈ ಎಲ್ಲಾ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಗ್ರಾಹಕ ಕೇಂದ್ರಿತವಾಗಿಸಲು ನೆರವಾಗುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಮುಂಬರುವ ದಶಕದಲ್ಲಿ ದೊಡ್ಡ ಬದಲಾವಣೆಯನ್ನು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಬಹುದು. ಅದು ಮಾರಾಟಗಾರರು, ಜಾಹೀರಾತುದಾರರು ಮತ್ತು ಗ್ರಾಹಕರು ಉದ್ಯಮವನ್ನು ನೋಡುವ ವಿಧಾನವನ್ನು ಆಮೂಲಾಗ್ರವಾಗಿ ಬದಲಾಯಿಸಬಹುದು.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್: ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಯುಗ ಮುಗಿದಿದೆ. ಸ್ಮಾರ್ಟ್‌ಫೋನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಡೌನ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಿ, ಮೈಕ್ರೋ ಮೆಮೊರಿ ಚಿಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಆದರೆ, ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಿಂದಾಗಿ ಎಲ್ಲವೂ ಉಲ್ಬಾಪಲ್ಪಾ ಆಗಿದೆ. ಡಿವಿಡಿ, ಕ್ಯಾಸೆಟ್, ಚಿಪ್, ಪೆನ್‌ಡ್ರೈವ್‌ನಲ್ಲಿ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿಡುವ ಕಾಲವೂ ಕೆಲವೇ ದಿನಗಳಲ್ಲಿ ಇತಿಹಾಸ ಸೇರುವುದು. ಅದರ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಾಂಶ ಆವರಿಸಿಕೊಳ್ಳಲಿದೆ. ಕೇವಲ ಒಂದು ಆಲ್ಬಂ ಡೌನ್‌ಲೋಡ್‌ನ ಬೆಲೆ ಪಾವತಿಸಿದರೆ ಲಕ್ಷಾಂತರ ಹಾಡುಗಳನ್ನು ಕೇಳಬಹುದಾಗಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಜನರು ಈ ತಂತ್ರಾಂಶಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಈಗಾಗಲೇ ಸುಮಾರು 200 ದಶಲಕ್ಷ ಚಮದಾದಾರರು ಅದರ ಪ್ರಯೋಜನ

ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಉದ್ಯಮ ಕ್ಷೇತ್ರದಲ್ಲೂ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಿಂದ ಆದಾಯ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ. ಉದ್ಯಮದ ಬೆಳವಣಿಗೆಗೂ ಸಹಕಾರಿಯಾಗಿದೆ.

ವಿಡಿಯೋ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್: ವಿಡಿಯೋ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮನರಂಜನಾ ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಟ್ರೆಂಡ್ ಆಗುತ್ತಿದೆ. ವಿಡಿಯೋ ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್‌ನಿಂದ ಬರುವ ಆದಾಯವು 2023ರ ವೇಳೆಗೆ ಮೂರು ಪಟ್ಟು ಹೆಚ್ಚಾಗಲಿದೆ ಎಂದು ಅಂದಾಜಿಸಲಾಗಿದೆ. ಸ್ಟ್ರೀಮಿಂಗ್ ವಿಡಿಯೋ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದಲ್ಲಿ ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಸಾಧನಗಳು ಪ್ರಮುಖ ಪಾತ್ರವಹಿಸುತ್ತವೆ. ಇದು ಅಗಾಧವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಪನವಾಗಿದ್ದು, ಅನೇಕ ವೈವಿಧ್ಯಮಯ ಕೈಗಾರಿಕೆಗಳು ಮತ್ತು ಕಲಾವಿದರಿಗೆ ಬಾಗಿಲು ತೆರೆಯುತ್ತಿದೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಕೆಲಸವನ್ನು ಹೊರಗುತ್ತಿಗೆಗೆ ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ. ಹ್ಯಾಮಿಲ್ಟನ್ ಸ್ವೆಕ್ಚೇಟರ್ ಮತ್ತು ವಾಟರ್‌ಲೂ ಭಾಗದ ದಾಖಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತು ವಿನ್ಯಾಸಕ ಉದ್ಯೋಗಗಳನ್ನು ಭಾರತ ಅಥವಾ ಫಿಲಿಪೈನ್ಸ್‌ಗೆ ಹೊರಗುತ್ತಿಗೆ ನೀಡಲಾಗುವುದು ಎಂಬ ಮಾತುಗಳಿವೆ. ಥಾಮ್ಸ್ ರಾಯಿಟರ್ಸ್ ಬೆಂಗಳೂರಿನಿಂದ ತನ್ನ ವ್ಯಾಪಾರದ ಮುಖ್ಯ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇಲ್ಲಿಂದ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಟೆಲೆಕಮ್ಯೂನಿಕೇಷನ್, ಇನ್ನು ಕೆಲವು ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಕಡಲಾಚೆಗೆ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಅದರ ಜಪಾನಿನ ತಂಡ ಇಲ್ಲಿದೆ. ಬೆಂಗಳೂರು ಜಗತ್ತಿನ ಇತರ ನಗರಗಳಿಗಿಂತ ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ನಿರ್ವಹಣೆಯಾಗಿದೆ. ಕ್ಯಾನ್‌ವೆಸ್ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು (ಮಾಂಟ್ರಿಯಲ್ ಗೆಜೆಟ್, ಒಟ್ಟಾವಾ ಸಿಟಿಜನ್, ಇತ್ಯಾದಿ) ತಮ್ಮ ಪುಟಗಳನ್ನು ಒಂಟಾರಿಯೊದ ಹ್ಯಾಮಿಲ್ಟನ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ಯೂನಿಯನ್- ಅಲ್ಲದ ಸ್ಥಾವರದಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟಿವೆ.

ಉಪಕರಣ ಆಧಾರಿತ ಉದ್ಯೋಗಗಳಿಂದ ದೂರ ಸರಿಯುವುದನ್ನು ಡಿಜಿಟಲೀಕರಣವು ಅರ್ಥೈಸುತ್ತದೆ. ವರದಿಗಾರನನ್ನು ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಕ್ರಿಯಾಶೀಲವಾಗಿಡುತ್ತಿದೆ. ಒಂದೇ ಸಮಯದಲ್ಲಿ ವಿಡಿಯೋ ರೆಕಾರ್ಡಿಂಗ್, ವರದಿಗಾರಿಕೆ ಮಾಡುತ್ತಲೇ ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳ ಮೂಲಕ ನೇರವಾಗಿ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವ ಸವಾಲು ಎದುರಾಗಿದೆ. ವರದಿಗಾರ ಅಥವಾ ನಿರ್ಮಾಪಕರ ಡೆಸ್ಕ್‌ಟಾಪ್‌ನಲ್ಲಿ ಆಡಿಯೋ ಮತ್ತು ವಿಡಿಯೋ ಸಂಪಾದನೆ ಮಾಡಬಹುದು. ವಿಡಿಯೋ ಟೇಪ್‌ಗೆ ಇನ್ನು ಮುಂದೆ ಬೆಳಕು ಅಥವಾ ಧ್ವನಿ ತಂತ್ರಜ್ಞರ ಅಗತ್ಯವಿರುವುದಿಲ್ಲ. ಅಷ್ಟರ ಮಟ್ಟಿಗೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಮುಂದುವರಿದಿದೆ. ಟಿವಿ ಸ್ಪೂಡಿಯೋವನ್ನು ಪಾರ್ಕ್‌ವಿಷನ್ ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುವ ದೊಡ್ಡ ಡೆಸ್ಕ್‌ಟಾಪ್ ಸೆಟ್‌ಅಪ್‌ನಿಂದ ಬದಲಾಯಿಸಬಹುದು. ಇದಕ್ಕೆ ಕೇವಲ ಒಬ್ಬ ನಿರ್ದೇಶಕ/ ಸ್ವಿಚರ್ ಸಾಕು. ಉಳಿದವು ಸ್ವಯಂಚಾಲಿತವಾಗಿದೆ. ಕೆಲಸವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಉಪಕರಣಗಳನ್ನು ಬಳಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಇದು ಹಲವು ಹೊಸ ನಿರೀಕ್ಷೆಗಳಿಗೆ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ.

ಉದ್ಯೋಗ ಶೀರ್ಷಿಕೆ, ಉದ್ಯೋಗದ ಕಾರ್ಯ ವೈಖರಿ ಮತ್ತು ಉದ್ಯೋಗ ವಿವರಣೆಗಳೆಲ್ಲ ಮಸುಕಾಗುತ್ತಿವೆ. ಒಬ್ಬ ಸಂಪಾದಕ ಅಥವಾ ನಿರ್ಮಾಪಕ ಅಂದರೆ ಉದ್ಯೋಗದಾತ ಮತ್ತು ವಿಡಿಯೋ ಪತ್ರಕರ್ತರ ಕೆಲಸದ ವಿಧಾನವೂ ಬದಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಯಾರು ಯಾವ ಕೆಲಸವನ್ನು ಮಾಡಬೇಕು. ಅವರ ಉದ್ಯೋಗದ ಹುದ್ದೆ ಏನು ಎಂಬುದನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಈ ಸ್ಥಾನಗಳು ಬದಲಾಗಿವೆಯೋ ಇಲ್ಲವೋ ಗೊತ್ತಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಮಾಧ್ಯಮದ ಉದ್ಯೋಗಿಗಳು ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ತಾಂತ್ರಿಕತೆಯಲ್ಲಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಆರಂಭದಿಂದ ಅಂತ್ಯದವರೆಗೂ ಕೆಲಸಕ್ಕೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಬಳಸುತ್ತ, ತಮ್ಮ ಅಸ್ತಿತ್ವವನ್ನು ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲು ಯತ್ನಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಒಬ್ಬ ಪತ್ರಕರ್ತನಿಂದ ಎಲ್ಲ

ಕೆಲಸವನ್ನೂ ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಒಬ್ಬ ವರದಿಗಾರರ ಸುದ್ದಿಯ ಪ್ರತಿ ಬರೆಯುವುದರ ಜೊತೆಗೆ ರೇಡಿಯೋ ಜಾಹೀರಾತಿಗೆ ಧ್ವನಿ ನೀಡಬೇಕು. ವಿಡಿಯೋ ಶೂಟ್ ಮಾಡಿ, ಅದನ್ನು ಆನ್‌ಲೈನ್‌ಗೆ ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಬೇಕು. ಅಗತ್ಯಬಿದ್ದರೆ ಆನ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಬರೆಯಬೇಕು. ಇನ್ನು ಸಿಟಿಜನ್ ಜರ್ನಲಿಸಂ ಇತ್ತೀಚೆಗೆ ಪ್ರಭಾವಶಾಲಿಗೆ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಆ ವರದಿಗಾರರು, ಛಾಯಾಗ್ರಾಹಕರು ನೀಡಿದ ಸುದ್ದಿ, ಫೋಟೋಗಳನ್ನು ಸಂಪಾದನೆ ಮಾಡಿಕೊಡಬೇಕು. ಹೀಗಾಗಿ ವರದಿಗಾರ ಮತ್ತು ಛಾಯಾಗ್ರಾಹಕರ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆ ಮಾಡಲು ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಟ್ಟಿದೆ. ಇನ್ನು ಬಹುತೇಕ ಕೆಲಸಗಾರರನ್ನು ವಜಾಗೊಳಿಸುವಿಕೆಗೂ ಕಾರಣವಾಗಿದೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಪ್ರತಿಯಾಗಿ ಹವ್ಯಾಸಿ ಅಂಕಣ ಮತ್ತು ಅಭಿಪ್ರಾಯ ಬರೆಯುವವ ಸಂಖ್ಯೆಯೂ ಅಚ್ಚರಿ ಮೂಡಿಸುವಂತೆ ಬೆಳವಣಿಗೆಯಾಗಿದೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಕ್ರಾಂತಿಯು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮದ ವಿನಾಶಕಾರಿ ಘಟನೆಗಳಿಗೆ ಪ್ರೇರಣೆಯಾಗಿದೆ. ಒಮ್ಮತದ ನಡೆಗೆ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಇದು ದೊಡ್ಡ ಸಂಘಟಿತ ಸಂಸ್ಥೆಗಳು ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯಾಚರಣೆಗೆ ಪ್ರಚೋದನೆ ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಮಾಧ್ಯಮ ಮಾಲೀಕರಿಗೆ ಬೇಕಾಗಿದ್ದು ಲಾಭ. ಹಣ ಗಳಿಕೆಯೆಂದೇ ಉದ್ದೇಶವಾಗಿದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಟಿವಿ, ಪತ್ರಿಕೆ, ಆನ್‌ಲೈನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಲಾಭದಾಯಕವಾದುದಕ್ಕೆ ಆದ್ಯತೆ ನೀಡುವರು. ನಷ್ಟವನ್ನು ನೆಪ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಆ ವಿಚಾರವನ್ನೇ ಮುಂದಿಟ್ಟು ಪ್ರಚಾರಕ್ಕೆ ಬಳಸಿಕೊಳ್ಳುವರು. ವಿರೋಧಿಸಿದರೆ ಅಡ್ಡ ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಬಹುದು ಎಂಬ ಧೋರಣೆಯನ್ನು ಬಿತ್ತುತ್ತ ತಮ್ಮ ಕಾರ್ಯ ಸಾಧನೆ ಮಾಡಲಾಗುತ್ತಿದೆ.

ಆಧುನಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಪತ್ರಕರ್ತರ ಜೀವನವನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ಬದಲಾಯಿಸಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳು ಮಾಧ್ಯಮ ಉದ್ಯಮಗಳನ್ನು ಉತ್ತಮವಾದ ಮತ್ತು ಕೆಟ್ಟದಾದ ಎರಡೂ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಪರಿವರ್ತಿಸಿವೆ. ಕೆಲಸದ ವೇಗವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿನ, ಆರ್ಥಿಕ ಹೊರೆಯನ್ನು ಕಡಿತಗೊಳಿಸಿದೆ. ಆದರೆ ಪತ್ರಕರ್ತರ ವಜಾಗೊಳಿಸುವಿಕೆ, ವೇತನ ಕಡಿತ ಮತ್ತು ಮಾನಸಿಕ ಒತ್ತಡವನ್ನು ತಡೆಯಲು ಆಗಿಲ್ಲ. ಇಂಥ ಸಂದಿಗ್ಧತೆಯನ್ನು ಗೆದ್ದು ಮುನ್ನಡೆಯುವುದು ಹೇಗೆ ಎಂಬ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಉತ್ತರ ಕಂಡುಕೊಳ್ಳಲು ಮಾರ್ಗಗಳು ತೋಚುತ್ತಿಲ್ಲ. ಉದ್ಯೋಗದ ಅನಿಶ್ಚಿತತೆ, ಅನಾರೋಗ್ಯವನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸುತ್ತಿದೆ. ಆದರೆ ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಸಾಮೂಹಿಕ ಕ್ರಿಯೆ ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ಕೌಶಲದ ಮರುದೃಢೀಕರಣವು ಮಾತ್ರ ಇವುಗಳಿಗೆ ಉತ್ತರ ನೀಡಬಲ್ಲದು.

ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಪರಿಣಾಮ

ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಕ್ರಾಂತಿಯ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಮತ್ತು ಉತ್ಪನ್ನಗಳ ಗುಣಮಟ್ಟದ ಮೇಲೆ ಕಾಣಬಹುದು. ಗ್ರಾಹಕರು ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಅದನ್ನು ಅನುಭವಿಸುತ್ತಾರೆ. ಪುಟ ಸಂಖ್ಯೆ ಕಡಿಮೆ ಆಗುತ್ತವೆ. ನಗರ ಅಥವಾ ಓದುಗರನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟುಕೊಂಡು ಪ್ರಸಾರವನ್ನು ಆಧರಿಸಿ ಸುದ್ದಿಗಳ ಪ್ರಕಟಣೆಗೆ ಒತ್ತು ನೀಡಲಾಗುತ್ತದೆ. ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ, ಸುದ್ದಿಗೋಷ್ಠಿ, ದುರಂತ, ಸಾವು, ಅಪಘಾತದಲ್ಲಿ ಗಾಯ, ಶೈಕ್ಷಣಿಕ ಮಾಹಿತಿ ಇತ್ಯಾದಿ ಸುದ್ದಿಗಳಿಗೆ ಅವಕಾಶ ಸಿಗುವುದಿಲ್ಲ. ಸಿಬ್ಬಂದಿ ಕಡಿಮೆಯಾದಾಗ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿ ತೆಗೆದು, ಗುಣಮಟ್ಟ ಕಾಪಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗದು. ಜಾಹೀರಾತು ಉಳಿಸಿದ ಪುಟದಲ್ಲಿ ದಿನಕ್ಕೆ ಬೇಕಾದ ಸುದ್ದಿ ತುಂಬಿಸಿದರೆ ಕೆಲಸ ಮುಗಿಯುತ್ತದೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಪರಿಸರ, ಮೂಲಭೂತ ಸಮಸ್ಯೆ, ಶಿಕ್ಷಣ, ಆರೋಗ್ಯ, ಕೃಷಿ, ಕೈಗಾರಿಕೆ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಬರೆಯಲು ಸ್ಥಳವಾಗಲಿ, ಸಮಯವಾಗಲಿ ಸಿಗುವುದಿಲ್ಲ. ಸುದ್ದಿ ಪತ್ರಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟವಾಗದಿದ್ದರೆ ಯಾರೂ

ಗಮನಿಸುವುದಿಲ್ಲ. ಏಕೆಂದರೆ ಅನೇಕ ಆನ್‌ಲೈನ್ ಪೋರ್ಟಲ್‌ಗಳು, ಬ್ಲಾಗ್‌ಗಳು, ಸುದ್ದಿ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ನೋಡಿ ಸಮಾಧಾನ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವರು. ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಿನ ಸುದ್ದಿಗಳು ಇಲ್ಲ. ಅದೇ ಸುದ್ದಿಯ ಮೂಲವೂ ಆಗುತ್ತದೆ.

ಒಂದೆಡೆ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೆಗಳ ಮೇಲೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಪರಿಣಾಮ ಬೀರಿದರೆ, ಇನ್ನೊಂದೆಡೆ ಕೆಲಸಗಾರರ ವೇತನಕ್ಕೂ ಕೈಹಾಕುವುದು. ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವು ಕೆಲಸವನ್ನು ಹೊರಗುತ್ತಿಗೆಗೆ ಅನುಮತಿಸುತ್ತದೆ. ಹ್ಯಾಮಿಲ್ಟನ್ ಸ್ಟೇಟ್ ಮತ್ತು ವಾಟರ್‌ಲೂ ಭಾಗದ ದಾಖಲೆಗಳಲ್ಲಿ ಜಾಹೀರಾತು ವಿನ್ಯಾಸಕ ಉದ್ಯೋಗಗಳನ್ನು ಭಾರತ ಅಥವಾ ಫಿಲಿಪೈನ್ಸ್‌ಗೆ ಹೊರಗುತ್ತಿಗೆ ನೀಡಲಾಗುವುದು ಎಂಬ ಮಾತುಗಳಿವೆ. ಥಾಮ್ಸ್ ರಾಯಿಟರ್ಸ್ ಬೆಂಗಳೂರಿನಿಂದ ತನ್ನ ವ್ಯಾಪಾರದ ಮುಖ್ಯ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳುತ್ತದೆ ಮತ್ತು ಇಲ್ಲಿಂದ ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಟೊರೊಂಟೋಗೆ, ಇನ್ನು ಕೆಲವು ಕೆಲಸಗಳನ್ನು ಕಡಲಾಚೆಗೆ ನೀಡುತ್ತದೆ. ಅದರ ಜಪಾನಿನ ತಂಡ ಇಲ್ಲಿದೆ. ಬೆಂಗಳೂರು ಜಗತ್ತಿನ ಇತರ ನಗರಗಳಿಗಿಂತ ಅತ್ಯಂತ ಕಡಿಮೆ ವೆಚ್ಚದ ನಿರ್ವಹಣೆಯಾಗಿದೆ. ಕ್ಯಾನ್‌ವೆಸ್ ಪತ್ರಿಕೆಗಳು (ಮಾಂಟ್ರಿಯಲ್ ಗೆಜೆಟ್, ಒಟ್ಟಾವಾ ಸಿಟಿಜನ್, ಇತ್ಯಾದಿ) ತಮ್ಮ ಪುಟಗಳನ್ನು ಒಂಟಾರಿಯೊದ ಹ್ಯಾಮಿಲ್ಟನ್‌ನಲ್ಲಿರುವ ಯೂನಿಯನ್-ಅಲ್ಲದ ಸ್ಥಾವರದಲ್ಲಿ ಇಟ್ಟಿವೆ. ಹವ್ಯಾಸಿ ಪತ್ರಕರ್ತರಿಗೆ ನೀಡುವ ಗೌರವಧನದಲ್ಲೂ ನಿಶ್ಚಲತೆಯನ್ನು ಕಾಯ್ದುಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಪತ್ರಕರ್ತರನ್ನು ನಿರ್ಧಯವಾಗಿ ಮನೆಗೆ ಕಳುಹಿಸಿದರೆ, ಹಾಲಿ ಉಳಿದಿರುವ ಪತ್ರಕರ್ತರ ವೇತನ ಕಡಿತಗೊಂಡಿದೆ.

ಕಡೆ ನುಡಿ

ದಶಕಗಳ ಹಿಂದೆಯೇ ಅಮೆರಿಕದ ಪತ್ರಕರ್ತರು ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಪ್ರಭಾವ ಪರಿಣಾಮವನ್ನು ಎದುರಿಸಿದರು. ಸಮಸ್ಯೆ ಗಂಭೀರವಾಗುತ್ತಿದ್ದಂತೆ ಆಫ್‌ಲೈನ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ ವರ್ಷದಂತೆ ಭೇಟಿಯಾದ ಪತ್ರಕರ್ತರು, ಮಾಧ್ಯಮದ ಸವಾಲುಗಳ ಕುರಿತು ಚರ್ಚಿಸಿದರು. ಮೆಕ್‌ಕೋ, ಪೆರು, ಕೋಲಂಬಿಯ, ಎಲ್. ಸಾಲ್ವಡಾರ್, ಚಿಲಿ, ಅರ್ಜೆಂಟೀನಾ, ಬ್ರೆಜಿಲ್ ಮತ್ತಿತರ ದೇಶಗಳ ಪತ್ರಕರ್ತರು ತಮ್ಮ ಅನುಭವಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಂಡು ಪರಸ್ಪರ ನಿಕಟ ಸಂಬಂಧದೊಂದಿಗೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುವ ಪಣ ತೊಟ್ಟರು. ಉದ್ಯಮ ಆರಂಭಿಸುವವರಿಗೆ ಶೈಕ್ಷಣಿಕವಾಗಿ ಕನಿಷ್ಠ ಅರ್ಹತೆಯನ್ನು ನಿಗದಿಪಡಿಸಿದರು. ಹಣ ಮತ್ತು ತಂತ್ರಜ್ಞಾನ ಇದ್ದರೆ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮವನ್ನು ವ್ಯಾಪಾರಿ ಸರಕನ್ನಾಗಿ ಮಾಡುವ ಪರಿಕಲ್ಪನೆಯಿಂದ ಹೊರಬಂದು ಸಾಮಾಜಿಕ ಕಳಕಳಿ ಮೂಲಮಂತ್ರವನ್ನು ಪಾಲಿಸಬೇಕು ಎನ್ನುವ ನಿಯಮಗಳನ್ನು ವಿಧಿಸಿದರು. ನೀತಿ, ನಿಯಮ, ಬದ್ಧತೆಗಳನ್ನು ಪಾಲಿಸುವ ಷರತ್ತುಗಳ ಕಟ್ಟುನಿಟ್ಟಿನ ಕ್ರಮಗಳು ಇಂದಿಗೂ ಅಲ್ಲಿಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೇಲೆ ಕೆಲಸ ಮಾಡುತ್ತಿವೆ. ಬದಲಾದ ಪರಿಸ್ಥಿತಿಯಲ್ಲಿ ಅಲ್ಲಿಯ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೂ ಆರ್ಥಿಕ ಸಂಕಷ್ಟಕ್ಕೆ ಗುರಿಯಾಗಿ, ಬಹುತೇಕ ಮುಚ್ಚಿವೆ. ಆದರೆ ಉಳಿದವು ಇಂದಿಗೂ ತಮ್ಮ ಪತ್ರಿಕಾ ಧರ್ಮ ಪಾಲನೆಯಲ್ಲಿ ನಿರತವಾಗಿವೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಪರಿವರ್ತನೆಯು ಹೊಸ ಕಾರ್ಯತಂತ್ರವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಪಡಿಸಲು ಸಹಾಯ ಮಾಡುತ್ತದೆ. ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮಕ್ಕೆ ಬಲವಾದ ಬದ್ಧತೆಯನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವ ಮತ್ತು ಪ್ರಜಾಪ್ರಭುತ್ವವನ್ನು ಪ್ರೋತ್ಸಾಹಿಸಲು ಪರಸ್ಪರ ಸಹಕಾರ ಬೇಕು. ಉತ್ತಮ ಆಡಳಿತ, ನ್ಯಾಯವನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವ ವ್ಯಕ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಸಂಸ್ಥೆಗಳ ಈ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಅಭಿವೃದ್ಧಿಯನ್ನು ಉತ್ತೇಜಿಸುವಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಸಹಭಾಗಿತ್ವ ಅಗತ್ಯವಾಗಿದೆ.

ಆಕರ ಗ್ರಂಥಗಳು

1. The information: A History, A Theory, A Flood: James Gleick, Vintage; Illustrated edition, 2012.
2. Social Impacts of Digital Media, Volume 324; Editor-Justin Healey, The Spinney Press, 2011.
3. The Future of Media: Soubhagya R Kapoor, Mohit Publications, 2011.
4. Hand book of Research on Examining Cultural Policies Through Digital Communication: IGI goblal, 2018
5. Hand book of Research on The Societal Impact of Digital Media: Idea Group, US, 2015.
6. Digital Media and Society: simon Lindgren, Sage Publishing; 2021.
7. Digital Media Foundations: Recharad Lewis, James Luciana, Routledge Taylor and Francis Group, 2022
8. Digital Media Effects: W. James Potter, Rowman and Littlefield Publishers.
9. <https://www3.weforum.org> >
10. <https://www.researchgate.net>
11. 11. <https://www.intechopen.com> >
12. <https://online.maryville.edu> >
13. ಪ್ರಜಾವಾಣಿ ಕನ್ನಡ ದಿನಪತ್ರಿಕೆ, ದಿ ಟ್ರಿಬ್ಯೂನ್ ಮೈಸೂರು (ಪ್ರೈ) ಅಮಿಟೆಡ್
14. ಪತ್ರಿಕರ್, ದಿಲೀಪ್ ಸಂಜಕೆ, ಕಾರ್ಯನಿರತ ಪತ್ರಿಕರ ಸಂಘ ಪ್ರಕಾಶನೆ, ಬೆಂಗಳೂರು.