

## ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಮತ್ತು ನಾಗರಿಕ, ರಾಜಕೀಯ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ: ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲಾ ಯುವ ಸಮುದಾಯದ ಕುರಿತು ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ

ಡಾ. ಸೌಮ್ಯ ಕೆ ಬಿ.

ಉಪನ್ಯಾಸಕರು, ಸಮೂಹ ಸಂವಹನ ಮತ್ತು ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ ವಿಭಾಗ, ವಿಶ್ವವಿದ್ಯಾನಿಲಯ ಕಾಲೇಜು, ಮಂಗಳೂರು

### Abstract:

ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ನಮ್ಮ ಬದುಕಿನ ಒಂದು ಅವಿಭಾಜ್ಯ ಅಂಗ. ಪ್ರತಿದಿನ ನೋಡುವ ಟಿವಿ, ಜಾಹೀರಾತುಗಳು, ಓದುವ ಪತ್ರಿಕೆ, ಸುದ್ದಿ ಇವೆಲ್ಲವೂ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೇ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲೂ ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಪರಸ್ಪರ ಸಂವಹನದ ಮೂಲಕ ನಿರಂತರ ಕಲಿಕೆಗೆ ದಾರಿ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪ್ರವೇಶದಿಂದಾಗಿ ಕಲಿಕಾ ವಿಧಾನ ಹಿಂದೆಂದಿಗಿಂತಲೂ ವಿಭಿನ್ನವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಕಲಿಕೆ, ಅನುಭವ ಜನ್ಯ ಕಲಿಕೆಯ ಜಾಗದಲ್ಲಿ ಈಗ ಕೌಶಲ್ಯಪೂರ್ಣ ಕಲಿಕೆ ಪ್ರಧಾನ ಸ್ಥಾನ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಎಂದರೆ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಮಾಹಿತಿ ಹುಡುಕುವ, ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುವ ಮತ್ತು ಸಂವಹನ ಮಾಡುವ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದೇ ಆಗಿದೆ. ಇದು ಮಾಹಿತಿ ರಚನೆ, ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಹಾಗೂ ಮಾಹಿತಿ ಮತ್ತು ಸಂವಹನ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳನ್ನು ಬಳಸುವಲ್ಲಿ ತಾಂತ್ರಿಕ ಮತ್ತು ಅರಿವಿನ ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳೆರಡರ ಸಂಯೋಜನೆಯಾಗಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಲೇಖನದಲ್ಲಿ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಯುವ ಸಮುದಾಯವನ್ನು ಅನುಲಕ್ಷಿಸಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಮತ್ತು ನಾಗರಿಕ, ರಾಜಕೀಯ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಕುರಿತು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

**Keywords:** ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತೆ, ಯುವ ಸಮುದಾಯ, ವಾಟ್ಸಾಪ್, ಇನ್‌ಸ್ಟಾಗ್ರಾಂ, ಫೇಸ್‌ಬುಕ್, ಸಾಮಾಜಿಕ ಜಾಲತಾಣಗಳು.

### ಪೀಠಿಕೆ

ಆಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳ ಆವಿಷ್ಕಾರದ ಫಲವಾಗಿ ಜಗತ್ತಿನ ಬಹುತೇಕ ಮಂದಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಬಳಕೆದಾರರಾಗಿ ಬದಲಾಗುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಇದೇ ಕಾರಣಕ್ಕೆ ಈ ಯುಗವನ್ನು ಡಿಜಿಟಲ್ ಯುಗ ಎಂದೇ ಬಣ್ಣಿಸಲಾಗುತ್ತದೆ. ಕೇವಲ ಮೊಬೈಲ್, ಫೇಸ್‌ಬುಕ್, ಇನ್‌ಸ್ಟಾಗ್ರಾಂ, ಯೂಟ್ಯೂಬ್‌ನಂತಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಬಳಕೆ ಮಾಡಿದರಷ್ಟೇ ಸಾಲದು; ಅದರ

ಸಾಧಕ-ಬಾಧಕಗಳ ಬಗ್ಗೆಯೂ ಸೂಕ್ತ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಅಂದರೆ ಯಾವುದೇ ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಬಳಸಿಕೊಂಡು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಹುಡುಕುವ, ಮೌಲ್ಯಮಾಪನ ಮಾಡುವ ಮತ್ತು ಸಂವಹನ ನಡೆಸಲು ಸಾಮರ್ಥ್ಯ ಹೊಂದಿದವನಾಗಿರಬೇಕು.

**Please cite this article as:** ಸೌಮ್ಯ ಕೆ ಬಿ. (2023). ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಮತ್ತು ನಾಗರಿಕ, ರಾಜಕೀಯ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ: ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲಾ ಯುವ ಸಮುದಾಯದ ಕುರಿತು ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನ. ಸೃಜನಿ: ಇಂಡಿಯನ್ ಜರ್ನಲ್ ಆಫ್ ಇನ್‌ನೋವೇಟಿವ್ ರಿಸರ್ಚ್ ಅಂಡ್ ಡೆವಲಪ್‌ಮೆಂಟ್, 2(5), 56-66.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆಯು ಆರಂಭದಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಕೌಶಲ್ಯಗಳು ಮತ್ತು ಸುರಕ್ಷಿತವಾಗಿ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್‌ಗಳನ್ನು ಬಳಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಲ್ಲಿಗೆ ಮಾತ್ರವೇ ಸೀಮಿತಗೊಳಿಸಲಾಗಿತ್ತು; ಆದರೆ, ಜಗತ್ತು ಬದಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಆಗಮನ ಮತ್ತು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಬಳಕೆಯನ್ನು ಮೊಬೈಲ್ ಸಾಧನದತ್ತ ಬದಲಾಯಿಸಿದೆ.

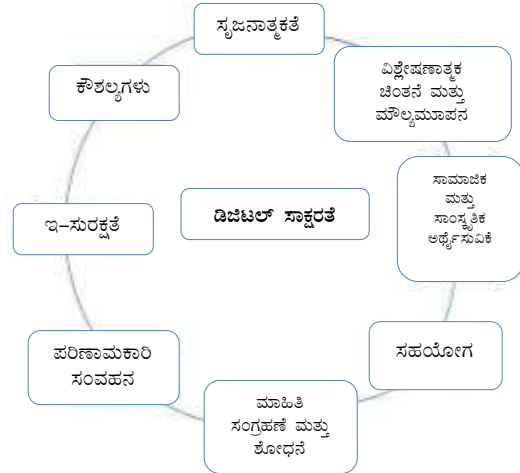
ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳಿಂದಾಗಿ ಸಾಕ್ಷರತೆಯ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ಬದಲಾಗುತ್ತಿಲ್ಲ. ಅದರ ಅರ್ಥ ಮತ್ತು ಸಾಮರ್ಥ್ಯಗಳ ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗುತ್ತಿದೆ. ಈ ಹಿಂದೆ ಸಾಕ್ಷರತೆಯನ್ನು ಸಾಂಸ್ಕೃತಿಕ ಮತ್ತು ಐತಿಹಾಸಿಕ ವಿಧಾನಗಳ ಮೂಲಕ ಗುರುತಿಸಲಾಗುತ್ತಿತ್ತು. ಆದರೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆಯು ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ಅರ್ಥೈಸುವ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ವಿಧಾನಗಳನ್ನು ಬದಲಿಸುತ್ತಿಲ್ಲ; ಬದಲಾಗಿ ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಸಾಕ್ಷರತೆಗಳ ಅಡಿಪಾಯಕ್ಕೆ ಕೌಶಲ್ಯಗಳನ್ನು ವಿಸ್ತರಿಸುತ್ತದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆಯನ್ನು ಜ್ಞಾನ ಪಡೆಯುವ ಮಾರ್ಗದ ಒಂದು ಭಾಗವೆಂದೇ ಪರಿಗಣಿಸಲಾಗಿದೆ. ಅಂದರೆ, ಈ ಮೊದಲು ದಿನಪತ್ರಿಕೆ, ನಿಯತಕಾಲಿಕೆ, ಟಿವಿ, ರೇಡಿಯೋಗಳಂತಹ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಮಾತ್ರವೇ ಸುದ್ದಿಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದೆವು. ಆದರೆ, ಈಗ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಸೇರಿದಂತೆ ನಾನಾ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕವೂ ಮಾಹಿತಿ ಲಭ್ಯವಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಕಲಿಕೆಯ ವಿಧಾನವೂ ಬದಲಾಗಿದೆ.

### ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆಯ ಅಂಶಗಳು

ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆಯು ಮಾಹಿತಿ, ಸಂವಹನ, ವಿಷಯ-ಸೃಷ್ಟಿ, ಸುರಕ್ಷತೆ, ಸಮಸ್ಯೆ-ಪರಿಹರಿಸುವ ಅಂಶಗಳನ್ನು ಒಳಗೊಂಡಿದೆ; **ಮಾಹಿತಿ:** ಮಾಹಿತಿಯ ಪ್ರಸ್ತುತತೆ ಮತ್ತು ಉದ್ದೇಶವನ್ನು ಗುರುತಿಸುವುದು. ಗುರುತಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯ ಸಂಗ್ರಹ, ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಸಂಘಟನೆ ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡುವುದೇ ಆಗಿದೆ; **ಸಂವಹನ:** ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಆವಿಷ್ಕಾರದಿಂದಾಗಿ ಸಂವಹನದ ವ್ಯಾಪ್ತಿಯಲ್ಲಿ

ವಿಸ್ತರಣೆಯಾಗಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವುದು, ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳು ಅಥವಾ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದು; ಸಮುದಾಯ ಮತ್ತು ಸಂಪರ್ಕಜಾಲಗಳ ಸಹಯೋಗ ಮತ್ತು ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ; **ವಿಷಯ-ಸೃಷ್ಟಿ:** ಹೊಸ ವಿಷಯವನ್ನು ರಚಿಸಿ ಮತ್ತು ಪರಿಷ್ಕರಿಸುವುದು (ಪಠ್ಯ, ಚಿತ್ರ, ವೀಡಿಯೋ, ಇತ್ಯಾದಿ). ಯಾವುದೇ ಒಂದು ವಿಷಯದ ಕುರಿತು ಈಗಾಗಲೇ ಹೊಂದಿರುವ ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ವಿಷಯವನ್ನು ಸಂಯೋಜಿಸಿ ಅದನ್ನು ಮರು-ವಿಸ್ತರಣೆಗೊಳಿಸುವುದು. ಸೃಜನಶೀಲ ಅಭಿವ್ಯಕ್ತಿ, ಬೌದ್ಧಿಕ ಆಸ್ತಿ ಹಕ್ಕುಗಳು ಮತ್ತು ಪರವಾನಗಿಗಳೊಂದಿಗೆ ವ್ಯವಹಾರ ಮತ್ತು ಅನ್ವಯಿಸುವುದು; **ಸುರಕ್ಷತೆ:** ವೈಯಕ್ತಿಕ ರಕ್ಷಣೆ, ದತ್ತಾಂಶ ರಕ್ಷಣೆ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಗುರುತಿನ ರಕ್ಷಣೆ, ಭದ್ರತಾ ಕ್ರಮಗಳು, ಸುರಕ್ಷಿತ ಮತ್ತು ಸಮರ್ಥನೀಯ ಬಳಕೆಯೇ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ; **ಸಮಸ್ಯೆ-ಪರಿಹರಿಸುವುದು:** ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಅಗತ್ಯ ಮತ್ತು ಸಂಪನ್ಮೂಲಗಳನ್ನು ಗುರುತಿಸಿ, ಉದ್ದೇಶ ಅಥವಾ ಅಗತ್ಯಕ್ಕೆ ಅನುಗುಣವಾಗಿ ಪ್ರಬುದ್ಧವಾಗಿ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು, ತಂತ್ರಜ್ಞಾನಗಳನ್ನು ಸೃಜನಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಬಳಸಿ, ತಾಂತ್ರಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಪರಿಹರಿಸಿ, ಸ್ವಂತ ಮತ್ತು ಇತರರ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ನವೀಕರಿಸುವುದೇ ಆಗಿದೆ.

([https://aim.gov.in/pdf/Digital\\_Literacy.pdf](https://aim.gov.in/pdf/Digital_Literacy.pdf)).



**ಸಂಶೋಧನಾ ಉದ್ದೇಶ ಮತ್ತು ವಿಧಾನ**

ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಯುವ ಜನಾಂಗ ಬಳಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಬಗೆ ಹಾಗೂ ರಾಜಕೀಯ, ನಾಗರಿಕ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವ ಹಾಗೂ ಅವುಗಳಿಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನೀಡುತ್ತಿರುವ ಕುರಿತು ಈ ಸಂಶೋಧನಾ ಲೇಖನದಲ್ಲಿ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ ಮಾಡುವ ಉದ್ದೇಶ ಹೊಂದಲಾಗಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಕೇವಲ ಮನರಂಜನೆಗೆ ಮಾತ್ರವೇ ಸೀಮಿತವಾಗಿರದೇ ಮಾಹಿತಿ, ಶಿಕ್ಷಣ, ಸ್ವಯಂ ಕೌಶಲ್ಯಪೂರ್ಣ ಕಲಿಕೆಗೂ ಅವಕಾಶ ನೀಡುತ್ತಿದೆ. ಈ ದೃಷ್ಟಿಕೋನದಿಂದ ರಾಜ್ಯದಲ್ಲೇ ಹೆಚ್ಚು ಸಾಕ್ಷರತೆ ಹೊಂದಿರುವ ಜಿಲ್ಲೆ ಎನಿಸಿಕೊಂಡಿರುವ ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಯುವ ಸಮುದಾಯದ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಪ್ರಮಾಣ ಮತ್ತು ನಾಗರಿಕ ಹಾಗೂ ರಾಜಕೀಯ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ ಕುರಿತಂತೆ ಈ ಸಂಶೋಧನಾ ಅಧ್ಯಯನವನ್ನು ಕೈಗೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ.

ಈ ಸಂಶೋಧನಾ ಲೇಖನಕ್ಕೆ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನವನ್ನು ಬಳಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಸರಳ ಯಾದೃಚ್ಛಿಕ ಸಮೀಕ್ಷಾ ಸಂಶೋಧನಾ ವಿಧಾನದ ಮೂಲಕ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಕಲೆ ಹಾಕಲಾಗಿದೆ. ಈ ಸಂಶೋಧನೆಗೆ ಯುವ ಜನಾಂಗವನ್ನು ಮಾತ್ರವೇ ಸಂಶೋಧನಾರ್ಥಿಗಳನ್ನಾಗಿ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ಯುವ ಜನಾಂಗಕ್ಕೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಪ್ರಭಾವ ಹೇಗಿದೆ ಮತ್ತು ಅವರ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಯ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಅರಿಯುವ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಯುವ ಜನಾಂಗವನ್ನು ಮಾತ್ರವೇ ಸಂಶೋಧನಾರ್ಥಿಗಳನ್ನಾಗಿ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಅಧ್ಯಯನ ನಡೆಸಲಾಗಿದೆ.

**ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆ: ಒಂದು ನೋಟ**

ನ್ಯಾಶನಲ್ ಸರ್ವೆ ಆಫ್ ಇಂಡಿಯಾ ಪ್ರಕಟಿಸಿದ ವರದಿಯ ಪ್ರಕಾರ, 2022ರಲ್ಲಿ ಭಾರತದ ಸಾಕ್ಷರತಾ ಪ್ರಮಾಣವು ಶೇಕಡಾ 77.7ರಷ್ಟಿದೆ. ಅಲ್ಲದೆ, ಪ್ರೇಕ್ಷಕರ ಮಾಪನ, ದತ್ತಾಂಶ ಮತ್ತು ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಗಾಗಿ ಜಾಗತಿಕ

ಕಂಪನಿಯಾದ ನೀಲ್ಸನ್‌ನ ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾರತವು 352 ಮಿಲಿಯನ್ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಬಳಕೆದಾರರನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ, ಇದು ನಗರಕ್ಕಿಂತ ಸುಮಾರು 20 ಪ್ರತಿಶತ ಹೆಚ್ಚಾಗಿದೆ (ಶ್ರೀವಾಸ್ತವ, 2023).

**ಕೋಷ್ಟಕ 1: ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಉದ್ಯಮ ವಿವರ (ಬಿಲಿಯನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)**

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಉದ್ಯಮ (ಬಿಲಿಯನ್)	2021	2022	2023	2024	ಶೇಕಡವಾರು ಬೆಳವಣಿಗೆ
ಡಿಜಿಟಲ್	303	386	492	621	29.1%
ಟಿವಿ	935	1025	1121	1215	11.2%
ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮ	360	375	390	409	4.2%
ಆನಿಮೇಷನ್ ಮತ್ತು ವಿಎಫ್‌ಎಕ್ಸ್	121	140	161	184	16.0%
ರೇಡಿಯೋ	34	38	41	45	10.1%

ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಉದ್ಯಮ ಬಹಳ ವೇಗವಾಗಿ ಬೆಳೆಯುತ್ತಿದೆ. 2021ರಲ್ಲಿ ಬಳಕೆದಾರರು 303 ಬಿಲಿಯನ್‌ರಷ್ಟಿದ್ದು, 2024ರ ವೇಳೆಗೆ 621 ಬಿಲಿಯನ್ ಏರಿಕೆಯಾಗಲಿದೆ ಎಂದು ಮೂಲಗಳು ಹೇಳುತ್ತವೆ. ಶೇ. 11.2ರಷ್ಟು ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಟಿವಿ ಮಾಧ್ಯಮ ಬಳಕೆದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗಲಿದೆ. ಆದರೆ ಮುದ್ರಣ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಪ್ರಮಾಣ ಶೇ.4.2ರಷ್ಟಿದ್ದರೆ, ಆನಿಮೇಷನ್ ಮತ್ತು ವಿಎಫ್‌ಎಕ್ಸ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಶೇ.16ರಷ್ಟು ಏರಿಕೆಯಾಗಲಿದೆ. ರೇಡಿಯೋ ಬಳಕೆದಾರರು ಶೇ.10.1ರಷ್ಟು ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹೊಂದಲಿವೆ ಎಂದು ಸಮೀಕ್ಷಾ ವರದಿಗಳು ಸೂಚಿಸುತ್ತವೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಬಳಕೆದಾರರ ತ್ವರಿತ ಏರಿಕೆಯೊಂದಿಗೆ, ಪ್ರಸ್ತುತ ಮತ್ತು ನಿರೀಕ್ಷಿತ ಡಿಜಿಟಲ್ ಬಳಕೆದಾರರು ಎಂದು ವಿಭಾಗಿಸಿ ಅರ್ಥೈಸಿಕೊಳ್ಳ

ಬೇಕಿದೆ. ಅಂದರೆ, 2016ರಲ್ಲಿ ಅಂತರ್ಜಾಲ ದರದಲ್ಲಿ ಭಾರಿ ಇಳಿಕೆ ಕಂಡ ಸಂದರ್ಭದಲ್ಲಿ ಚಂದಾದಾರರ ಪ್ರಮಾಣ ನಿರೀಕ್ಷೆಗೂ ಮೀರಿ ಬೆಳೆಯಿತು. ಅಂದರೆ, 2021ರ ವೇಳೆಗೆ 563 ಮಿಲಿಯನ್ ಬ್ರಾಡ್‌ಬ್ಯಾಂಡ್ ಚಂದಾದಾರರನ್ನು ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಗುರುತಿಸ ಬಹುದಾಗಿದೆ. ಟ್ರಾಯ್ ವರದಿಯ ಪ್ರಕಾರ ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿ 100 ಜನಸಂಖ್ಯೆಗೆ ನಗರದ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ 2017ರಲ್ಲಿ 77 ಜನರು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸಂಪರ್ಕ ಪಡೆದುಕೊಂಡರೆ, ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದಲ್ಲಿ 15 ಜನರು ಸಂಪರ್ಕ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದ್ದರು. ಆದರೆ, 2018ರ ವೇಳೆಗೆ ನಗರ ಪ್ರದೇಶದಲ್ಲಿ 94 ಜನರು ಹಾಗೂ ಗ್ರಾಮೀಣ ಭಾಗದಲ್ಲಿ 24 ಜನರು ಅಂತರ್ಜಾಲ ಸಂಪರ್ಕ ಪಡೆದುಕೊಂಡಿದ್ದಾರೆ. (India's digital future: Mass of niches. (2019, August 19)

**ಕೋಷ್ಟಕ 2: ಡಿಜಿಟಲ್ ಗ್ರಾಹಕರ ಮಾದರಿ (ಮಿಲಿಯನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)**

ಡಿಜಿಟಲ್ ಗ್ರಾಹಕರ ಮಾದರಿ (ಮಿಲಿಯನ್‌ಗಳಲ್ಲಿ)	2018	2025	2030
ಡಿಜಿಟಲ್ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿ	310	380	410
ಡಿಜಿಟಲ್ ಉತ್ಸಾಹಿಗಳು	190	370	530
ಡಿಜಿಟಲ್ ಅತ್ಯಾಧುನಿಕರು	18	50	75
ಡಿಜಿಟಲ್ ಸರಹದ್ದಿನ ಬಳಕೆದಾರರು	10	20	35
ಒಟ್ಟು	528	820	1050

ಭಾರತದ ಮಟ್ಟಿಗೆ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ವಿಸ್ತರಣೆ ಆಗುತ್ತಲೇ ಹೋಗುತ್ತಿದೆ. 2018ರ ದತ್ತಾಂಶಕ್ಕೂ 2030ರ ದತ್ತಾಂಶಕ್ಕೆ ಅಜಗಜಾಂತರ ವ್ಯತ್ಯಾಸವನ್ನು ಗುರುತಿಸಬಹುದಾಗಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಮುಖ್ಯವಾಹಿನಿಗಳು 2018ರಲ್ಲಿ 310 ಮಿಲಿಯನ್ ಇದ್ದು 2030ರ ವೇಳೆಗೆ 410 ಮಿಲಿಯನ್ ಸೆಟ್ಟಿಗೆ ಏರಿಕೆಯಾಗಲಿದೆ. ಡಿಜಿಟಲ್ ಬಳಕೆದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆಯೂ 2030ರ ವೇಳೆಗೆ 530 ಮಿಲಿಯನ್ ತಲುಪಲಿದೆ. ಅತ್ಯಾಧುನಿಕ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ

ಪ್ರಮಾಣ 2030ರ ವೇಳೆಗೆ 75 ಮಿಲಿಯನ್ ಆಗಲಿದೆ ಎಂದು ಭವಿಷ್ಯದ ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮದ ಕುರಿತು ಸಂಶೋಧನಾ ವರದಿಯೊಂದು ಬೆಳಕು ಚೆಲ್ಲುತ್ತದೆ.

ಭಾರತದ ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮನರಂಜನಾ ಉದ್ಯಮ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಹೊಂದುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು. ಮಾಧ್ಯಮ ಉದ್ಯಮ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೇ, ಬೇರೆ ಬೇರೆ ಉದ್ಯಮಗಳೂ ಕೂಡ ಡಿಜಿಟಲ್ ವೇದಿಕೆಯತ್ತ ಹೊರಳುತ್ತಿರುವುದು ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಪ್ರಸ್ತುತ, ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ವ್ಯಾಪಾರ, ಮಾಧ್ಯಮ ಮತ್ತು ಮನರಂಜನಾ ಸೇವೆಗಳನ್ನು ನಿರ್ಮಿಸಲು ಬಯಸುತ್ತಿವೆ. ಇ-ಕಾಮರ್ಸ್ ಮತ್ತು ಡಿಜಿಟಲ್ ಪಾವತಿ ಕಂಪನಿಗಳು ಈ ಪ್ರವೃತ್ತಿಗೆ ಹೊರತಾಗಿಲ್ಲ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನಾರ್ಹ. ಪೇಟಿಎಂ ಪಾವತಿ ಜೊತೆಗೆ ಫಸ್ಟ್ ಗೇಮ್‌ಗಳಿಗೆ ಈಗಾಗಲೇ 30 ಮಿಲಿಯನ್ ನೋಂದಾಯಿತ ಬಳಕೆದಾರರಿದ್ದಾರೆ. ಆದಾಗ್ಯೂ, 2030ರ ವೇಳೆಗೆ ಶತಕೋಟಿ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಚಂದಾದಾರರನ್ನು ಹೊಂದುವ ಗುರಿಯನ್ನು ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಹೊಂದಿದೆ. ತಮ್ಮ ದೈನಂದಿನ ಜೀವನದ ಅಗತ್ಯಗಳಿಗಾಗಿ ಡಿಜಿಟಲ್ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನವನ್ನು ಬಳಸುವಲ್ಲಿ ಜನರು ಹೆಚ್ಚು ವಿಶ್ವಾಸಾರ್ಹತೆಯನ್ನು ಹೊಂದುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

**ನಾವೀನ್ಯತೆ ಪ್ರಸರಣ ಸಿದ್ಧಾಂತ**

ಎವರೆಟ್ ರೋಜರ್ಸ್ (1931–2004) ರವರು ನಾವೀನ್ಯತೆ ಪ್ರಸರಣ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಪ್ರತಿಪಾದಕರಾಗಿದ್ದಾರೆ. 1962ರಲ್ಲಿ ಇವರು ಬರೆದ 'ಡಿಫ್ಯೂಷನ್ ಆಫ್ ಇನ್ನೋವೇಶನ್' ಎಂಬ ಗ್ರಂಥದಲ್ಲಿ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ನಾವೀನ್ಯತೆ ಮತ್ತು ಆಲೋಚನೆಗಳು ಹೇಗೆ ಹರಡುತ್ತವೆ ಎಂಬ ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಮಂಡಿಸಿದ್ದಾರೆ. ತಮ್ಮ ಸಿದ್ಧಾಂತದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ನಾವೀನ್ಯತೆ ಪ್ರಸರಣದ ಸಂವಹನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯನ್ನು ಅವರು ವಿವರಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಕಾಲಾನಂತರದಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯೊಳಗೆ

ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಹೊಸತನವನ್ನು ಪ್ರಸರಣ ಮಾಡುವ ಸಂವಹನ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆಯಾಗಿದೆ (ಎವೆರೆಟ್ ರೋಜರ್ಸ್, 1961). ಇನ್ನೋವೇಶನ್ ಎನ್ನುವುದು ಒಂದು ಕಲ್ಪನೆ, ಅಭ್ಯಾಸ ಅಥವಾ ಹೊಸತನವನ್ನು ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿ ಅಥವಾ ಇತರರಿಂದ ಗ್ರಹಿಸುವುದು ಅಥವಾ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವುದೇ ಆಗಿದೆ. (ರೋಜರ್ಸ್, 2003).

### ಸಿದ್ಧಾಂತದ ವಿವರಣೆ

ನಾವೀನ್ಯತೆ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆಯ ಪ್ರಕಾರ, ಸಾಮಾಜದಲ್ಲಿ ಜನರು ಹೊಸ ಅಥವಾ ನವೀನ ಆಲೋಚನೆಗಳನ್ನು ಹೇಗೆ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಮತ್ತು ಅವರು ಅದರ ಕಡೆಗೆ ಹೇಗೆ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದೇ ಆಗಿದೆ. ಈ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಪ್ರಕಾರ, ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಸುಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ನಾವೀನ್ಯತೆಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ನಿಜ ಜೀವನದ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ, ಸಿದ್ಧಾಂತವನ್ನು ಅನ್ವಯಿಸಿದಾಗ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯ ಹೊಂದಾಣಿಕೆಯು ಬಹಳ ಪ್ರಸ್ತುತ ಪಾತ್ರವನ್ನು ವಹಿಸುತ್ತದೆ.

ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಲ್ಲಿ ಮೂರು ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ನಿರ್ಧಾರಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲಾಗುತ್ತದೆ ಎಂದು ರೋಜರ್ಸ್ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಮೊದಲನೆಯದು **ಐಚ್ಛಿಕ** - ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ನಾವೀನ್ಯತೆ ಕುರಿತು ಸ್ವತಃ ನಿರ್ಧಾರ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು, ಎರಡನೆಯದು **ಸಾಮೂಹಿಕ** - ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯಡಿ ಎಲ್ಲರೂ ಮಾಡಿದ ನಿರ್ಧಾರ, ಮತ್ತು **ಅಧಿಕಾರ** - ಇಡೀ ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಗಾಗಿ ಅಧಿಕಾರದಿಂದ ನಿರ್ಧಾರ ಮಾಡುವುದು.

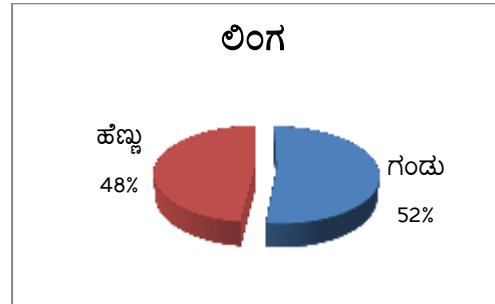
ಒಟ್ಟಾರೆಯಾಗಿ, 90ರ ದಶಕದ ಅಂತ್ಯದ ವೇಳೆಗೆ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿದ್ದರೂ ಸಹ ಸಾಮಾನ್ಯ ಜನರು ಬೆಲೆ ಏರಿಕೆ ಕಾರಣಕ್ಕಾಗಿ ಖರೀದಿಸಲು ಮುಂದಾಗುತ್ತಿರಲಿಲ್ಲ. ಅಂದರೆ, ರೋಜರ್ ಅವರ ಸಿದ್ಧಾಂತದ ಪ್ರಕಾರ ಜನರು ಐಚ್ಛಿಕವಾಗಿಸಿಕೊಂಡ ಪ್ರಕ್ರಿಯೆ ಇದು. ಸಾಮಾಜಿಕ

ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಆವಿಷ್ಕಾರದಿಂದಾಗಿ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಇಡೀ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಮೊಬೈಲ್‌ಗಳು ಸರ್ವೇ ಸಾಮಾನ್ಯ ಎಂಬಂತಾಗಿದೆ. ಇಂದು ಬಹುತೇಕ ಸರ್ಕಾರಿ ಮಾಹಿತಿಗಳನ್ನು ಎಲ್ಲರೂ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ಗಳ ಮೂಲಕವೇ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಾರೆ. ವ್ಯವಸ್ಥೆಯ ಮಟ್ಟದಲ್ಲೂ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್ ಇಂದು ಸಮಾಜದ ಭಾಗವಾಗಿ ಬದಲಾಗಿರುವುದನ್ನು ಗಮನಿಸಬಹುದು (Diffusion of innovation theory, 2023).

### ದತ್ತಾಂಶ ವಿಶ್ಲೇಷಣೆ

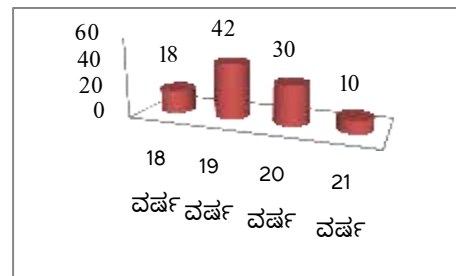
ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಮತ್ತು ನಾಗರಿಕ, ರಾಜಕೀಯ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಪಾಲ್ಗೊಳ್ಳುವಿಕೆ: ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲಾ ಯುವ ಸಮುದಾಯದ ಕುರಿತು ಒಂದು ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ದತ್ತಾಂಶಗಳನ್ನು ಸಮೀಕ್ಷಾ ಸಂಶೋಧನೆ ಮೂಲಕ ಸಂಗ್ರಹಿಸಿದ ಮಾಹಿತಿಯನ್ನು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ರೇಖಾಚಿತ್ರ 1: ಲಿಂಗವಾರು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳ ವಿವರ



ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಂಡ ಸಂಶೋಧನಾರ್ಥಿಗಳಲ್ಲಿ ಶೇ. 52ರಷ್ಟು ಹೆಣ್ಣು ಮಕ್ಕಳಿದ್ದಾರೆ, ಶೇ. 48ರಷ್ಟು ಗಂಡು ಮಕ್ಕಳಿದ್ದಾರೆ.

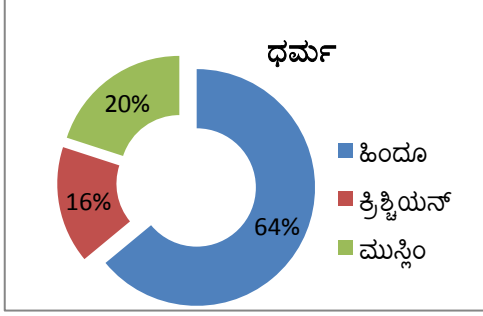
ರೇಖಾಚಿತ್ರ 2: ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳ ವಯೋಮಾನ





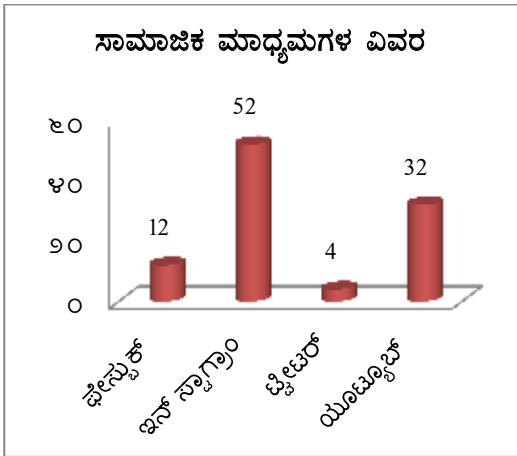
ರೇಖಾಚಿತ್ರ 2ರಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೊಳಪಡಿಸಿರುವ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳ ವಿವರವನ್ನು ನೀಡಲಾಗಿದೆ. ಅಧ್ಯಯನದ ಪ್ರಕಾರ 18-20 ವರ್ಷ ವಯೋಮಾನದವರು ಹೆಚ್ಚಿನ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿದ್ದಾರೆ.

ರೇಖಾಚಿತ್ರ 3: ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳ ಧರ್ಮದ ವಿವರ



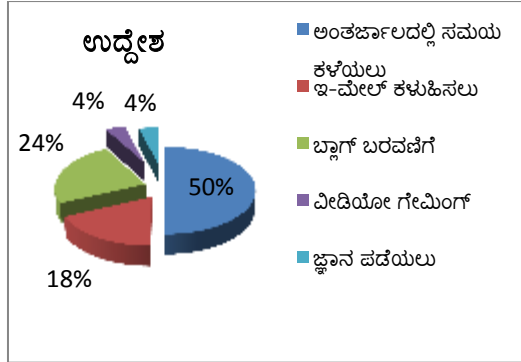
ಸಾಮಾಜಿಕ, ಆರ್ಥಿಕ ಮತ್ತು ಭೌಗೋಳಿಕ ಅಂಶಗಳಲ್ಲಿ ಧರ್ಮವೂ ಒಂದಾಗಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಅಧ್ಯಯನಕ್ಕೆ ಸಂಶೋಧನಾರ್ಥಿಗಳ ಧರ್ಮವನ್ನು ಆಯ್ಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳಲಾಗಿದೆ. ದಕ್ಷಿಣ ಕನ್ನಡ ಜಿಲ್ಲೆಯ ಭಾಗದಲ್ಲಿ ಎಲ್ಲಾ ಧರ್ಮದ ಜನರು ವಾಸ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ತಿಳಿದೇ ಇದೆ. ಈ ಹಿನ್ನೆಲೆಯಲ್ಲಿ ಗಮನಿಸಿದಾಗ ಹಿಂದೂ ಧರ್ಮದ ಜನರು ಶೇ.64ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಇದ್ದರೆ, ಶೇ.16ರಷ್ಟು ಕ್ರಿಸ್ತಿಯನ್ ಧರ್ಮವನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವವರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಶೇ.20ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಮುಸ್ಲಿಂ ಧರ್ಮದವರಾಗಿದ್ದಾರೆ.

ರೇಖಾಚಿತ್ರ 4: ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ವಿವರ



ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ವಿಚಾರಕ್ಕೆ ಬಂದಾಗ, ಶೇ.52ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಇನ್‌ಸ್ಟಾಗ್ರಾಂ ಬಳಕೆದಾರರಿದ್ದರೆ, ಶೇ.32ರಷ್ಟು ಜನರು ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಅನ್ನು ಬಳಸುವವರಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಶೇ.12ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಫೇಸ್‌ಬುಕ್ ಬಳಸಿದರೆ, ಶೇ.4ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಟ್ವಿಟರ್ ಬಳಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲೇ ಇನ್‌ಸ್ಟಾಗ್ರಾಂ ಹೆಚ್ಚು ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿರುವ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಎಂಬುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಸಾಬೀತಾಗಿದೆ.

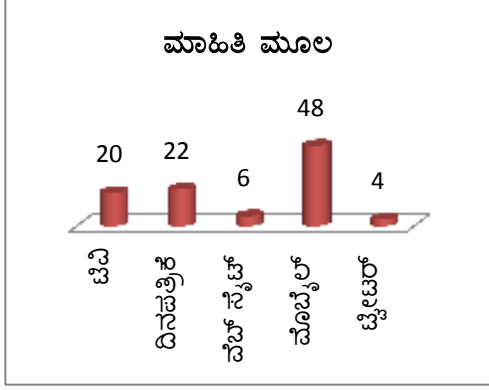
ರೇಖಾಚಿತ್ರ 5: ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮ ಬಳಕೆ ಉದ್ದೇಶ



ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಬಹುತೇಕ ಜನರು ಮಾಹಿತಿ, ಶಿಕ್ಷಣದ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ಬದಲಾಗಿ ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ಸಮಯ ಕಳೆಯುವ ಉದ್ದೇಶದಿಂದ ಬಳಕೆ ಮಾಡುತ್ತಾರೆ. ಅಂದರೆ ಶೇ. 50ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮವನ್ನು ಮನರಂಜನೆಯ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಬಳಕೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿದುಬಂದಿದೆ. ಭಾರತದಲ್ಲಿ ಶೇ.52ರಷ್ಟು ಯುವ ಜನಾಂಗವಿರುವುದು ತಿಳಿದೇ ಇದೆ. ಇಂತಹ ಯುವ ಸಮುದಾಯ ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ಮನರಂಜನೆಗಾಗಿ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಸಾಬೀತಾಗಿದೆ. ಶೇ. 18ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಇ-ಮೇಲ್ ಕಳುಹಿಸಲು, ಬ್ಲಾಗ್ ಬರವಣಿಗೆ ಮಾಡಲು ಶೇ. 24ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಹಾಗೂ ವೀಡಿಯೋ ಗೇಮಿಂಗ್

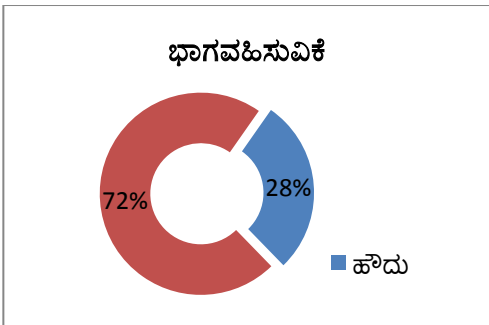
ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಶೇ. 4ರಷ್ಟು ಜನರು ಬಳಕೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದು ತಿಳಿದುಬಂದಿದೆ.

ರೇಖಾಚಿತ್ರ 6: ಮಾಹಿತಿ ಮೂಲ



ಮಾಧ್ಯಮ ಜಗತ್ತು ಬದಲಾಗುತ್ತಿದೆ. ದಿನಪತ್ರಿಕೆ, ರೇಡಿಯೋ, ಟಿವಿ ಸ್ಥಾನವನ್ನು ಮೊಬೈಲ್ ಗಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಮಾಹಿತಿ ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳಲು ಈ ಮೊದಲು ಹೆಚ್ಚಾಗಿ ದಿನಪತ್ರಿಕೆ ಮತ್ತು ಟಿವಿಗಳ ಮೇಲೆ ಅವಲಂಬಿತರಾಗಿದ್ದರು. ಆದರೆ, ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಜನಪ್ರಿಯತೆಯ ಪರಿಣಾಮವಾಗಿ ಮೊಬೈಲ್ ಆ ಸ್ಥಾನದಲ್ಲಿ ಬಂದು ಕುಳಿತಿದೆ. ಶೇ. 48ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಮಾಹಿತಿ ಮೂಲವಾಗಿ ಮೊಬೈಲನ್ನು ಬಳಕೆ ಮಾಡುತ್ತಿದ್ದರೆ, ಶೇ. 22ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ದಿನಪತ್ರಿಕೆಗಳನ್ನು ಬಳಸುತ್ತಾರೆ. ಶೇ. 20ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಮಾಹಿತಿ ಮೂಲವಾಗಿ ಟಿವಿಯನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದ್ದಾರೆ ಎಂಬುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ತಿಳಿಯಬಹುದಾಗಿದೆ.

ರೇಖಾಚಿತ್ರ 7: ಸಮಸ್ಯೆ ಎದುರಿಸಲು ಸಮುದಾಯದಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ ವಿವರ



ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಬಳಕೆದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದ್ದರೂ, ಭಾಗವಹಿಸುವವರ ಸಂಖ್ಯೆ ಮಾತ್ರ ಕಡಿಮೆಯೇ ಇದೆ. ಕಳೆದ ವರ್ಷಗಳಲ್ಲಿ ಯಾವುದಾದರೂ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಎದುರಿಸಲು ನೀವು ಸಮುದಾಯದ ಇತರರೊಂದಿಗೆ ಅನೌಪಚಾರಿಕವಾಗಿ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದ್ದೀರಾ? ಎಂದು ಕೇಳಿದ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ ಶೇ.72ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಇಲ್ಲ ಎಂದು ಹೇಳಿದರೆ, ಶೇ. 28ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಮಾತ್ರವೇ ಹೌದು ಎಂದಿದ್ದಾರೆ. ಅಂದರೆ, ಸಮಸ್ಯೆ ಎದುರಾದರೆ, ಪ್ರತ್ಯಕ್ಷವಾಗಿ ಅಥವಾ ಪರೋಕ್ಷವಾಗಿ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಬದಲಾಗಿ ಕೇವಲ ಮನರಂಜನೆ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕಾಗಿ ಮೊಬೈಲನ್ನು ಬಳಕೆ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದನ್ನು ಕಾಣಬಹುದಾಗಿದೆ. ಮೊಬೈಲ್ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ಸೇರಿದ್ದರೂ ಭಾಗವಹಿಸುವ ಪ್ರಮಾಣ ಮಾತ್ರ ಹೆಚ್ಚಾಗಿಲ್ಲ ಎಂಬುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಸಾಬೀತಾಗುತ್ತದೆ.

ಕೋಷ್ಟಕ 3: ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ರಾಜಕೀಯ ಚಟುವಟಿಕೆ

ರಾಜಕೀಯ ಚಟುವಟಿಕೆ	ಆವೃತ್ತಿ	ಶೇಕಡೆ
ರಾಜಕೀಯದ ಬಗ್ಗೆ ಲಿಂಕ್ ಅನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದು	08	08
ರಾಜಕೀಯ ಕುರಿತು ಸುದ್ದಿ ಅಂಕಣ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದು	10	10
ರಾಜಕೀಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳ ಅನುಸರಣೆ	10	10
ಸ್ಟೇಟಸ್ ಹಾಕುವುದು	10	10
ರಾಜಕೀಯ ಅಭ್ಯರ್ಥಿ ಪುಟ ಲೈಕ್ ಮಾಡುವುದು	14	14
ಫೇಸ್ ಬುಕ್ ನಲ್ಲಿ ರಾಜಕೀಯ ಚರ್ಚೆ	06	06
ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ಅಭಿಮಾನಿ	08	08
ಫೇಸ್ಬುಕ್ ಚಾಟ್‌ನಲ್ಲಿ ರಾಜಕೀಯ ಚರ್ಚೆ	10	10
ರಾಜಕೀಯದ ಫೋನ್ ಮಾಡುವುದು	08	08
ಸ್ಥಳೀಯ ರಾಜಕೀಯ ಸಭೆ ಕುರಿತು ಫೋಟೋ ಹಾಕುವುದು	06	06
ರಾಜಕೀಯ ಕುರಿತು ಗುಂಪು ರಚನೆ	10	10
ಒಟ್ಟು	100	100

ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದಲ್ಲಿ ರಾಜಕೀಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕೇಳಿದ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ, ರಾಜಕೀಯ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಗಳ ಪುಟವನ್ನು ಲೈಕ್ ಮಾಡಿರುವುದಾಗಿ ಶೇ.14ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಹೇಳಿದರೆ, ರಾಜಕೀಯ ಕುರಿತಾಗಿ ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳುವುದಾಗಿ ಶೇ. 10ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ರಾಜಕೀಯ ವಿಷಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಚರ್ಚೆ ನಡೆಸುವುದಾಗಿ ಶೇ. 10ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ರಾಜಕೀಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಗುಂಪು ರಚನೆ ಮಾಡಿರುವುದಾಗಿ ಶೇ. 10ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಸಮಸ್ಯೆ ಎದುರಾದರೆ ಭಾಗವಹಿಸಲು ಇಚ್ಛೆ ಪಡದೇ ಹೋದರೂ ರಾಜಕೀಯಕ್ಕೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಮಾತ್ರ ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿರುವುದು ಈ ಮೇಲಿನ ಪಟ್ಟಿಯು ಸಾಬೀತು ಪಡಿಸುತ್ತದೆ.

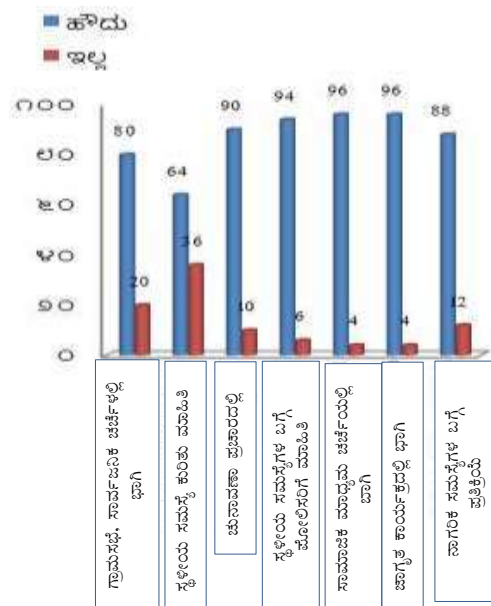
**ಕೋಷ್ಟಕ 4: ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ರಾಜಕೀಯ ಚಟುವಟಿಕೆಯಲ್ಲಿ ಸಕ್ರಿಯ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ**

ರಾಜಕೀಯ ಚಟುವಟಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗ	ಆವೃತ್ತಿ	ಶೇಕಡ
ರಾಜಕೀಯ ಪಕ್ಷದ ಯುವ ಶಾಖೆಗೆ ಸದಸ್ಯತ್ವ	06	06
ರಾಜಕೀಯ ಪಕ್ಷದ ಸದಸ್ಯತ್ವ	10	10
ರಾಜಕೀಯ ಪ್ರಚಾರದಲ್ಲಿ ಕರಪತ್ರ ವಿತರಣೆ	08	08
ಸ್ಥಳೀಯ ಸಮಸ್ಯೆ ಕುರಿತು ಮನವಿ	18	18
ಸ್ಥಳೀಯ ಸಮಸ್ಯೆ ಕುರಿತು ಮನವಿ	10	10
ರಾಜಕೀಯ ಪ್ರದರ್ಶನದಲ್ಲಿ ಭಾಗ	07	07
ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಪ್ರತಿಭಟನೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗ	14	14
ನಾಗರಿಕ ಸಂಘಟನೆ ಸದಸ್ಯತ್ವ	27	27
<b>ಒಟ್ಟು</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

ಮೊಬೈಲ್ ಮತ್ತು ಅಂತರ್ಜಾಲಗಳ ಆಗಮನದಿಂದ ಮಾಧ್ಯಮ ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬರ ಕೈಯಲ್ಲಿದೆ. ಪ್ರತಿಯೊಬ್ಬ ನಾಗರಿಕರೂ ಪತ್ರಕರ್ತರಾಗಿ ಕೆಲಸ

ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತಿದೆ. ಮೊಬೈಲ್ ಅಂತೂ ಬಹುದೊಡ್ಡ ಕ್ರಾಂತಿಗೆ ನಾಂದಿ ಹಾಡುತ್ತಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ರಾಜಕೀಯ ಮತ್ತು ನಾಗರಿಕ ವಿಷಯಗಳಿಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಸಕ್ರಿಯ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆಗೆ ಸಂಬಂಧಿಸಿದಂತೆ ಕೇಳಿದ ಪ್ರಶ್ನೆಗೆ, ನಾಗರಿಕ ಸಂಘಟನೆ ಸದಸ್ಯತ್ವ ಹೊಂದಿರುವುದಾಗಿ ಶೇ.27ರಷ್ಟು ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಅಂತರ್ಜಾಲದಲ್ಲಿ ನಡೆಯುವ ಕೆಲ ಪ್ರತಿಭಟನೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವುದಾಗಿ ಶೇ.14ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಹೇಳಿದರೆ, ವೈಯಕ್ತಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತು ಮನವಿ ಕೊಟ್ಟಿರುವುದಾಗಿ ಶೇ.10ರಷ್ಟು ಜನರು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಸ್ಥಳೀಯ ಸಮಸ್ಯೆ ಕುರಿತು ಧ್ವನಿ ಎತ್ತಿರುವುದಾಗಿ ಶೇ.18ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಮೂಲಕ ಸ್ಥಳೀಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಜನಪ್ರತಿನಿಧಿಗಳಿಗೆ ತಲುಪಿಸುವ ಕಾರ್ಯ ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ನಿಜಕ್ಕೂ ಸ್ವಾಗತಾರ್ಹ ವಿಷಯವಾಗಿದೆ. ಆ ಮೂಲಕ ಹೊಸ ಹೊಸ ಆವಿಷ್ಕಾರಗಳನ್ನು ಸಕ್ರಿಯವಾಗಿ ಬಳಕೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಹಾಗೂ ಅದನ್ನು ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಬಳಕೆ ಮಾಡುವ ಕೆಲಸವನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಿರುವುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಸಾಬೀತಾಗಿದೆ.

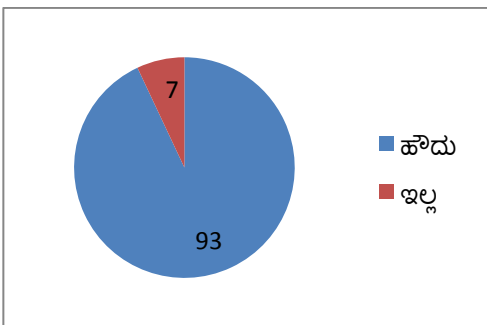
**ರೇಖಾಚಿತ್ರ 8: ನಾಗರಿಕ ವಿಷಯಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವಿಕೆ**





ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಹೊರತುಪಡಿಸಿ, ಗ್ರಾಮ ಸಭೆ, ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಚರ್ಚೆಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವುದಾಗಿ ಶೇ.80ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಹೇಳಿದರೆ, ಸ್ಥಳೀಯ ಸಮಸ್ಯೆ ಕುರಿತು ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವುದಾಗಿ ಶೇ.64ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಉತ್ತರಿಸುತ್ತಾರೆ. ಚುನಾವಣಾ ಪ್ರಚಾರದಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವುದಾಗಿ ಶೇ.90ರಷ್ಟು ಜನರು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸುತ್ತಾರೆ. ಸ್ಥಳೀಯ ಸಮಸ್ಯೆ ಬಗ್ಗೆ ಪೊಲೀಸರಿಗೆ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡುವುದಾಗಿ ಶೇ.94ರಷ್ಟು ಮಂದಿ ಹೇಳಿದರೆ, ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮದ ಚರ್ಚೆಯಲ್ಲಿ ಭಾಗಿಯಾಗುವುದಾಗಿ ಶೇ.96ರಷ್ಟು ಜನರು ಹೇಳಿದರೆ, ಸರ್ಕಾರಿ ಜಾಗೃತಿ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುವುದಾಗಿ ಶೇ.96ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ತಿಳಿಸಿದರೆ, ನಾಗರಿಕ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಬಗ್ಗೆ ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ ನೀಡುತ್ತೇವೆ ಎಂದು ಶೇ.82ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಹೇಳಿದ್ದಾರೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕೇವಲ ಮನರಂಜನೆಯನ್ನು ಮಾತ್ರವೇ ಒದಗಿಸುವುದಲ್ಲದೇ, ಇಡೀ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಒಂದಷ್ಟು ಬದಲಾವಣೆಗಳಿಗೂ ಕಾರಣವಾಗುತ್ತವೆ ಎಂಬುದು ಈಗಾಗಲೇ ಸಾಕಷ್ಟು ಸಂಶೋಧನೆಗಳಿಂದ ಸಾಬೀತಾಗಿದೆ. ಈ ಅಧ್ಯಯನದಲ್ಲೂ ಅಂತಹ ಸಂಶೋಧನೆಗಳಿಗೆ ಪುಷ್ಟಿ ನೀಡುವ ಕೆಲಸ ಮಾಡಿದೆ ಎಂದರೆ ತಪ್ಪಾಗಲಾರದು.

ರೇಖಾಚಿತ್ರ 9: ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯ ಸಮಸ್ಯೆ ಬಗ್ಗೆ ಧ್ವನಿ



ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯ ಸಮಸ್ಯೆಗಳ ಕುರಿತು ಧ್ವನಿ ಎತ್ತಿರುವುದಾಗಿ ಶೇ.

93ರಷ್ಟು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ. ಅದರಲ್ಲಿ ಮಂಗಳೂರು ನಗರ ಸ್ಮಾರ್ಟ್ ಸಿಟಿಯಾಗಿ ಬದಲಾದ ನಂತರ ಎದುರಿಸುತ್ತಿರುವ ರಸ್ತೆ ಸಮಸ್ಯೆ, ಮಳೆ ಬಂದ ವೇಳೆ ಇಡೀ ರಸ್ತೆಯೇ ಜಲಾವೃತವಾಗುತ್ತಿರುವ ಕುರಿತು, ನಗರದಲ್ಲಿ ಮಳೆ ಬಂದ ವೇಳೆ ಕುಡಿಯುವ ನೀರಿನ ಸಮಸ್ಯೆಯಾಗುತ್ತಿರುವ ಬಗ್ಗೆ ಧ್ವನಿ ಎತ್ತಿರುವುದಾಗಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಅಲ್ಲದೇ, ಚರಂಡಿ ಅವ್ಯವಸ್ಥೆಯಿಂದಾಗಿ ಮಳೆ ನೀರು ಸರಾಗವಾಗಿ ಹರಿದು ಹೋಗಲು ಆಗುತ್ತಿರುವ ತೊಂದರೆ, ಸ್ಥಳೀಯ ಪಂಚಾಯತಿಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯುತ್ತಿರುವ ಭ್ರಷ್ಟಾಚಾರದ ಸಮಸ್ಯೆ ಹಾಗೂ ಆಡಳಿತ ವಿಳಂಬ ನೀತಿ ಕುರಿತಾಗಿಯೂ ಮಾಹಿತಿ ಹಂಚಿಕೊಂಡಿರುವುದಾಗಿ ಹೇಳುತ್ತಾರೆ. ಬೆಳೆಯುತ್ತಿರುವ ನಗರದಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿರುವ ಟ್ರಾಫಿಕ್ ಸಮಸ್ಯೆ ಕುರಿತಾಗಿಯೂ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಧ್ವನಿ ಎತ್ತಿರುವ ಕುರಿತು ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಾರ್ಥಿಗಳು ಮಾಹಿತಿ ತಿಳಿಸಿದ್ದಾರೆ.

#### ಉಪಸಂಹಾರ

ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಎಂದರೆ ಕೇವಲ ಹೊಸ ಹೊಸ ವಿದ್ಯುನ್ಮಾನ ಸಾಧನಗಳನ್ನು ಬಳಕೆ ಮಾಡುವುದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ; ಬದಲಾಗಿ ಅವುಗಳ ಮೂಲಕ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿಯಾಗಿ ಸಂವಹನ ನಡೆಸುವುದೂ ಸೇರಿದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಯುವ ಜನಾಂಗ ಕೇವಲ ಮನರಂಜನೆಯ ಉದ್ದೇಶಕ್ಕೆ ಮಾತ್ರವಲ್ಲದೇ ಅಗತ್ಯ ಬಿದ್ದಾಗ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನು ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಹಾಗೂ ಸ್ಥಳೀಯ ಸಮುದಾಯಗಳ ಧ್ವನಿಯಾಗಿಯೂ ಕೆಲಸ ನಿರ್ವಹಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಹೊಂದಿವೆ ಎಂಬುದು ಈ ಅಧ್ಯಯನದಿಂದ ಸಾಬೀತಾಗಿದೆ.

ಎವೆರೆಟ್ ರೋಜರ್ಸ್ ಅವರು ತಮ್ಮ ನಾವೀನ್ಯತಾ ಪ್ರಸರಣ ಸಿದ್ಧಾಂತದಲ್ಲಿ ಪ್ರತಿಪಾದಿಸಿದಂತೆ, ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಸುಸ್ಥಿರತೆಯನ್ನು ಸಾಧಿಸಲು ನಾವೀನ್ಯತೆಗಳನ್ನು ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳಬೇಕು ಎಂದು

ಪ್ರತಿಪಾದಿಸುತ್ತಾರೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಜನಪ್ರಿಯತೆಯನ್ನು ಪಡೆದುಕೊಳ್ಳುತ್ತಿವೆ. ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಕೇವಲ ಮಾಹಿತಿ ಪಸರಿಸುವ ಸಾಧನಗಳು ಮಾತ್ರವಾಗಿರದೇ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ತರುವಲ್ಲ ಪರಿಣಾಮಕಾರಿ ಪಾತ್ರವನ್ನು ನಿರ್ವಹಿಸುತ್ತವೆ ಎಂಬುದಕ್ಕೆ ಈ ಅಧ್ಯಯನ ಸಾಕ್ಷೀಕರಿಸುತ್ತದೆ.

ಡಿಜಿಟಲ್ ಸಾಕ್ಷರತೆ ಕುರಿತ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನವೂ ಹೊಸ ವಿಷಯವನ್ನು ರಚಿಸಿ ಮತ್ತು ಪರಿಷ್ಕರಿಸುವುದು (ಪಠ್ಯ, ಚಿತ್ರ, ವೀಡಿಯೋ, ಇತ್ಯಾದಿ). ಯಾವುದೇ ಒಂದು ವಿಷಯದ ಕುರಿತು ಈಗಾಗಲೇ ಹೊಂದಿರುವ ಜ್ಞಾನ ಮತ್ತು ವಿಷಯವನ್ನು ಸಂಯೋಜಿಸಿ ಅದನ್ನು ಮರು-ವಿಸ್ತೃತಗೊಳಿಸುವುದು ಎಂದು ವಿವರಿಸುತ್ತದೆ. ಈ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಾಮಾಜಿಕ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಕಷ್ಟು ಹೊಸ ಹೊಸ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ರಚನೆ ಮಾಡಿ, ಪರಿಷ್ಕರಣೆ ಮಾಡಿ ಅದನ್ನು ಸಾರ್ವಜನಿಕ ವೇದಿಕೆಗಳಲ್ಲಿ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಲು ಅವಕಾಶ ಮಾಡಿಕೊಡುತ್ತದೆ. ಸ್ಥಳೀಯ ಮಟ್ಟದ ಸಮಸ್ಯೆಗಳನ್ನೂ ಜಾಗತಿಕ ಮಟ್ಟಕ್ಕೆ ತಲುಪಿಸುವ ಸಾಮರ್ಥ್ಯವನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹೊಂದಿವೆ. ಆದರೆ ಬದಲಾಗುತ್ತಿರುವ ಮಾಧ್ಯಮ ಸನ್ನಿವೇಶಕ್ಕೆ ತಕ್ಕಂತೆ ಸುರಕ್ಷತೆಗೆ ಆಧ್ಯತೆ ನೀಡುವುದು ಕೂಡ ಅಷ್ಟೇ ಪ್ರಮುಖವಾಗಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟು ಕೊಳ್ಳಬೇಕು. ಈ ಸಂಬಂಧ ಸರ್ಕಾರ ಈಗಾಗಲೇ ಸಾಕಷ್ಟು ಕ್ರಮಗಳನ್ನು ತೆಗೆದುಕೊಂಡಿದೆ. ಮುಂದೆಯೂ ಸಂದರ್ಭ ಬಂದಲ್ಲಿ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳುವುದರಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಅನುಮಾನವಿಲ್ಲ. ಅದೇನೇ ಇರಲಿ, ಡಿಜಿಟಲ್ ಮಾಧ್ಯಮಗಳ ಪ್ರವೇಶದಿಂದಾಗಿ ಇಡೀ ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಮತ್ತು ಸುಸ್ಥಿರ ಅಭಿವೃದ್ಧಿ ಸಂಬಂಧ ಹೊಸ ವ್ಯಾಖ್ಯಾನ ಬರೆದಿರುವುದನ್ನು ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಲೇಬೇಕಿದೆ. ಸಮಾಜದಲ್ಲಿ ನಾವೀನ್ಯತೆಯನ್ನು ಅಳವಡಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ನಿಟ್ಟಿನಲ್ಲಿ ಸಂವಹನ ಮಾಧ್ಯಮಗಳನ್ನು ಬಳಕೆ

ಮಾಡಿಕೊಂಡು ಸಾಮಾಜಿಕ ವ್ಯವಸ್ಥೆಯನ್ನು ಬದಲಾವಣೆ ಮಾಡಲು ಸಾಧ್ಯವಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ಈ ಅಧ್ಯಯನ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಸಾಬೀತು ಪಡಿಸಿದೆ.

### ಪರಾಮರ್ಶನ ಗ್ರಂಥಗಳು

- *Diffusion of innovation theory.* Communication Theory. (2023, September 14). <https://www.communicationtheory.org/diffusion-of-innovation-theory/>
- Rogers, E. M. (1962). *Diffusion of innovations.* <https://blogs.unpad.ac.id/teddykw/files/2012/07/Everett-M.-Rogers-Diffusion-of-Innovations.pdf>
- *Digital Empowerment Foundation, DEF.* (n.d.). Digital Empowerment Foundation, DEF. <https://www.defindia.org/national-digital-literacy-mission/>
- *Digital Literacy.* (n.d.). <https://www.pib.gov.in/PressReleasePage.aspx?PRID=1812277>
- Digital literacy.(nd). [https://aim.gov.in/pdf/Digital\\_Literacy.pdf](https://aim.gov.in/pdf/Digital_Literacy.pdf)
- India's digital future: Mass of niches. (2019, August 19). *KPMG.* [https://kpmg.com/in/en/home/insights/2019/08/india-media-entertainment-report\\_2019.html](https://kpmg.com/in/en/home/insights/2019/08/india-media-entertainment-report_2019.html)
- Modi, D., & Bfsi, E. (2022, September 25). Fostering digital literacy in rural India. *ETBFSI.com.* <https://bfsi.economicstimes.indiatimes.com/blog/fostering-digital-literacy-in-rural-india/94402027>

- *Online education in India: 2021.* (2017).  
<https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/in/pdf/2017/05/Online-Education-in-India-2021.pdf>
- *OTT platform statistics in India reveals promising growth.* (2023, March 4).  
selectra.in.  
<https://selectra.in/ott/streaming-statistics#consumer-subscription-behaviour-for-ott-platforms>
- Srivastava, A. (2023, May 24). *Digital Literacy in India- creating techies in rural areas.* Smile Foundation.  
<https://www.smilefoundationindia.org/blog/digital-literacy-in-india-now-find-techies-in-rural-areas/#:~:text=According%20to%20a%20report%20published,20%20percent%20higher%20than%20urban>
- *What is Digital Media Literacy?* (n.d.). MediaSmarts.  
<https://mediasmarts.ca/digital-media-literacy/general-information/digital-media-literacy-fundamentals/what-digital-media-literacy>