6

നവമാധ്യമസങ്കൽപ്പങ്ങളും പ്രയോഗങ്ങളും

D8V5J4

പ്രധാന ആശയങ്ങൾ

- നവമാധ്യമങ്ങളുടെ ആവിർഭാവം
- ഇന്റർനെറ്റിന്റെ വികാസം
- ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന്റെ സവിശേഷതകൾ
- ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങളുടെ വാർത്തയെഴുത്ത്, ലേഖനം, തിരുത്തൽ, രൂപകല്പന, ഉപയോക്തൃ നിർമ്മിത ഉള്ളടക്കം
- നവമാധ്യമങ്ങളുടെ ഭാവി

പ്രധാന പഠനനേട്ടങ്ങൾ

ഈ അധ്യായം പഠിതാക്കളെ പ്രാപ്തരാക്കുന്നു:

- നവമാധ്യമങ്ങളുടെ ആവിർഭാവം മനസ്സിലാക്കാൻ
- നവമാധ്യമങ്ങളിലെ വിവിധ ഉള്ളടക്കങ്ങളും പുതിയതായി വികസിച്ചിട്ടുള്ള ധാരണകളും നിരീക്ഷിക്കാൻ
- ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തന തത്ത്വങ്ങളും സങ്കൽപ്പങ്ങളും തിരിച്ചറിയാൻ
- ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങളിൽ എഴുതാനും തിരുത്താനും രൂപകൽപ്പന ചെയ്യാനുമുള്ള കഴിവുകൾ നേടാൻ
- വെബിലുള്ള ഉപയോക്തൃ നിർമ്മിത ഉള്ളടക്കങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കാൻ
- ബ്ലോഗുകൾ പോലുള്ളവയിൽ ഉള്ളടക്കങ്ങൾ നിർമ്മിക്കാനുള്ള കഴിവ് നേടാൻ
- നവമാധ്യമങ്ങളുടെ ഭാവിയെക്കുറിച്ച് ധാരണയുണ്ടാക്കാൻ

നവമാധ്യമങ്ങൾ നമ്മുടെ ജീവിതത്തെ അദ്ഭുതകരമായ വേഗത്തിലേക്കാണ് നയിക്കുന്നത്. ചുരുങ്ങിയ കാലത്തിനുള്ളിൽ അവ ലോകം മുഴുവൻ ചിറകുവിരിച്ച് പുതിയ തലമുറയെ പുതു ലോകത്തെത്തിച്ചു. നമുക്കറിയാം, 38 വർഷംകൊണ്ടാണ് റേഡിയോ 50 ദശലക്ഷം പേരിലേക്ക് എത്തിയത്. ടി.വി. അതിന് 13 വർഷമെടുത്തു. എന്നാൽ ഇന്റർനെറ്റ് എന്ന പുതുതലമുറ മാധ്യമം വെറും നാല് വർഷംകൊണ്ട് 50 ദശലക്ഷംപേരിലേക്ക് എത്തി. ഫേസ്ബുക്ക് യഥാർഥത്തിൽ രണ്ടു വർഷം കൊണ്ടാണ് വ്യാപകമായത്. ഇന്റർനെറ്റ് കോർപ്പറേഷൻ ഫോർ അസൈൻഡ് നെയിംസ് ആൻഡ് നമ്പേഴ്സ് (ICANN) അനുസരിച്ച് രണ്ടു ദശലക്ഷത്തിലധികം ഉപയോക്താക്കൾ ഏതാണ്ട് 100 ശതകോടിയിലധികം വെബ് പേജുകൾ ദിനംതോറും സന്ദർശിക്കുന്നുണ്ട്. ലോകത്ത് ഏഴു ദശലക്ഷം ജനങ്ങളിൽ 25% കമ്പ്യൂട്ടർ വഴി നേരിട്ട് ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്നു. സ്മാർട്ട്ഫോണുകളും മറ്റ് ഉപാധികളും വഴി ഉപയോഗിക്കുന്നവരുടെ എണ്ണം ഇതിലും കൂടുതലാണ്.

“21-ാം നൂറ്റാണ്ടിൽ, ജീവിതം ഒരു സ്മാർട്ട്ഫോണിന്റെ രൂപത്തിൽ നിങ്ങളുടെ പോക്കറ്റിനുള്ളിൽ ആയിരിക്കും, ഉപകരണങ്ങളുടെ പ്രാധാന്യമാണ് അത്” ‘മുൻ ആപ്പിൾ സി.ഇ.ഒ’ സ്റ്റീവ് ജോബ്സിന്റെ വാക്കുകളാണിവ. സമൂഹമാധ്യമങ്ങളിലെ എല്ലാ പ്രവർത്തനങ്ങളും ഒരു സ്മാർട്ട്ഫോണിലൂടെ ചെയ്യാനാകും. കാലാവസ്ഥ, ട്രെയിൻസമയം തുടങ്ങി മിക്ക കാര്യങ്ങൾക്കും നാം വ്യത്യസ്ത മൊബൈൽ പ്രയോഗങ്ങളെ ആശ്രയിക്കുന്നു.

പുതിയൊരു ജീവിതരീതിയുടെ ഉദയമാണ് നാം എല്ലായിടത്തും കാണുന്നത്. സമൂഹത്തിലെ ഈ സാമൂഹിക, സാമ്പത്തിക, രാഷ്ട്രീയ, സാംസ്കാരിക മാറ്റങ്ങളെയും മറ്റു സംഭവവികാസങ്ങളെയും വിവരിക്കാൻ അടുത്തകാലത്ത് രൂപപ്പെട്ട പ്രയോഗമാണ് ഡിജിറ്റൽ ജീവിതശൈലി എന്നത്. നവമാധ്യമങ്ങൾ അഥവാ സൈബർമാധ്യമങ്ങൾ എന്നു പൊതുവായി വിളിക്കപ്പെടുന്ന പാരസ്പര്യസ്വഭാവമുള്ള, ലക്ഷ്യത്തിൽനിന്ന് ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് ആശയവിനിമയം നടത്തുന്ന ഡിജിറ്റൽ ആശയവിനിമയ സാങ്കേതികവിദ്യയാണ് ഈ മാറ്റങ്ങൾക്കു കാരണമായത്.

ഈ അധ്യായത്തിൽ ഇന്റർനെറ്റിനെക്കുറിച്ചും വാർത്താ പോർട്ടലുകൾ, ഇ മാസികകൾ, ഇ ബുക്കുകൾ, ഇന്റർനെറ്റ് റേഡിയോ, ടെലിവിഷൻ തുടങ്ങിയ ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളെക്കുറിച്ചും നാം ചർച്ചചെയ്യും. പുതുതലമുറയ്ക്ക് പ്രിയപ്പെട്ട ബ്ലോഗുകൾ, സമൂഹ മാധ്യമ ശൃംഖലകൾ തുടങ്ങിയ ഉപയോക്തൃ നിർമിത ഉള്ളടക്കങ്ങൾക്കും ഊന്നൽ നൽകിയിട്ടുണ്ട്. നവമാധ്യമങ്ങളുടെ സാധ്യതയും പരിമിതികളും മൊബൈൽ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന്റെ ഭാവിയും പാഠത്തിന്റെ ഉപസംഹാരത്തിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു.

നവമാധ്യമസങ്കൽപ്പം

എന്നു മുതലാണ് മാധ്യമങ്ങൾ പുതിയതായത്? വ്യക്തമായി ഒരുത്തരം പറയാൻ ബുദ്ധിമുട്ടാണ്. കാരണം, നവം എന്ന് ഇന്നു നാം പരിഗണിക്കുന്നത് നാളെ പഴയതായി മാറിയേക്കാം. നിലവിൽ ലോകമെങ്ങുമുള്ള വ്യക്തികൾക്കിടയിലുള്ള ആശയവിനിമയത്തിന് സഹായകമായി ഡിജിറ്റൽ കമ്പ്യൂട്ടർവത്കൃത - ഇന്റർനെറ്റ് സാങ്കേതികവിദ്യ ഉപയോഗിക്കുന്നവയെ ആണ് നവമാധ്യമങ്ങളായി കരുതുന്നത്. ഏതെങ്കിലും ഡിജിറ്റൽ ഉപകരണത്തിലൂടെ ആവശ്യമുള്ള ഉള്ളടക്കം എവിടെനിന്നും ഏതുസമയവും പരിശോധിക്കാനും ഉപയോക്താവിന് ക്രിയാത്മകമായ ഇടപെടൽ നടത്താനും കഴിയുന്നവ എന്നാണു നവമാധ്യമങ്ങൾ എന്നതുകൊണ്ട് അർഥമാക്കുന്നത്.

ഇന്റർനെറ്റിന്റെ ഉൽപ്പത്തി

വളരെ ലളിതമായ തുടക്കമായിരുന്നെങ്കിലും ഇന്നു ലോകത്ത് കോടിക്കണക്കിന് ആളുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന സ്വയംപര്യാപ്തവും വ്യാപകവുമായ സംവിധാനമായി ഇന്റർനെറ്റ് മാറിയിരിക്കുന്നു. ആശയവിനിമയത്തിന്റെ അത്യാധുനികമാർഗമാണ് ഇന്റർനെറ്റ്. ഇത് ആരുടെയും അധീനതയിൽ ഉള്ളതല്ല. അറിവിന്റെ സ്വതന്ത്രവും അളവറ്റതുമായ ഒരു പ്രവാഹമാണ് ഇതിലൂടെ സാധ്യമാകുന്നത്. ഇന്റർനെറ്റിന്റെ തുടക്കത്തെക്കുറിച്ച് നമുക്ക് ചർച്ച ചെയ്യാം.

അർപ നെറ്റ്

കംപ്യൂട്ടറുകൾ തമ്മിലുള്ള ആശയവിനിമയത്തിന് തുടക്കം കുറിച്ചത് അമേരിക്കൻ പ്രതിരോധ ഏജൻസിയായ പെന്റഗണിന്റെ അഡ്വാൻസ്ഡ് റിസർച്ച് പ്രോജക്റ്റ് ഏജൻസി നെറ്റ്‌വർക്ക് എന്ന സംവിധാനമാണ്. പട്ടാള അറിയിപ്പുകളുടെ കൈമാറ്റത്തിനായി 1969 ലാണ് ഇത് നിലവിൽവന്നത്. പ്രാവർത്തികമാക്കിയ ആദ്യ നെറ്റ്‌വർക്കാണിത്. ഇന്നത്തെ ഇന്റർനെറ്റിന്റെ മുൻഗാമിയായി ഇതിനെ പരിഗണിക്കാം.

യൂസ്നെറ്റ്

1979-ൽ സ്ഥാപിക്കപ്പെട്ട 'യൂസ്നെറ്റ്' ഇന്റർനെറ്റിന്റെ പരിണാമത്തിലെ മറ്റൊരു നാഴികക്കല്ലാണ്. നോർത്ത് കരോലീന സർവകലാശാലയിലെ ബിരുദാനന്തരബിരുദവിദ്യാർഥികളാണ് ഇത് നിർമ്മിച്ചത്. ഇ-മെയിൽ സംവിധാനവും ചർച്ചാഗ്രൂപ്പുകളും ഇതിന്റെ പ്രത്യേകതകളായിരുന്നു.

എൻ. എസ്. എഫ്. നെറ്റ്

1980-കളുടെ അവസാനഘട്ടത്തിൽ നാഷണൽ സയൻസ് ഫൗണ്ടേഷൻ ഫൈബർ ഒപ്റ്റിക്സ്, ഉപഗ്രഹ സാങ്കേതികവിദ്യ

കളുടെ സഹായത്തോടെ തനതായ ഒരു അക്കാദമിക നെറ്റ്‌വർക്ക് വികസിപ്പിച്ചു. വൈകാതെ ഈ നെറ്റ്‌വർക്ക് എല്ലാ അക്കാദമിക പ്രവർത്തനങ്ങളുടെയും നട്ടെല്ലായി മാറി. മറ്റു രാജ്യങ്ങളിലെ സമാന നെറ്റ്‌വർക്കുകൾ എൻ. എസ്. എഫ്. നെറ്റുമായി ബന്ധപ്പെടുകയും സാവധാനത്തിൽ ഇന്നത്തെ ഇന്റർനെറ്റായി പരിണമിക്കുകയും ചെയ്തു. പ്രാരംഭഘട്ടത്തിൽ വിദ്യാഭ്യാസവിചക്ഷണർ, വിദ്യാർഥികൾ, ഡോക്ടർമാർ, ശാസ്ത്രജ്ഞർ, കൃഷിക്കാർ തുടങ്ങിയവർ പ്രയോജനകരമായ വിവരങ്ങൾ പങ്കുവയ്ക്കാനാണ് ഇത് ഉപയോഗിച്ചത്.

ഇന്റർനെറ്റ് ഇന്ത്യയിൽ

ലോകത്തെ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗത്തിന്റെ റാങ്കിങ്ങിൽ ഇന്ത്യയുടെ സ്ഥാനം ചൈനയ്ക്കും യു.എസ്.എയ്ക്കും തൊട്ടുപിന്നിലാണ്. മുംബൈ മെട്രോയിലാണ് ഇന്ന് ഏറ്റവുമധികം നെറ്റ് ഉപയോക്താക്കൾ ഉള്ളത്. ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗം വർധിപ്പിക്കാനായി ഇന്ത്യൻ സർക്കാർ പല പുതിയ പദ്ധതികളും നടപ്പിലാക്കുന്നുണ്ട്. ഇതിനെല്ലാമിടയിൽ നിന്നുകൊണ്ട് ഇന്ത്യയിലെ ഇന്റർനെറ്റിന്റെ ലളിതമായ ആദ്യകാലം പരിശോധിക്കുക രസകരമായിരിക്കും.

ഇന്ത്യയിലെ ഇന്റർനെറ്റ് വിപ്ലവത്തിന്റെ നാഴികക്കല്ലുകൾ

ഇന്ത്യയിലെ ഇന്റർനെറ്റ് വികസനം നമ്മുടെ മുൻ പ്രധാനമന്ത്രി രാജീവ് ഗാന്ധിയോടും അദ്ദേഹത്തിന്റെ ഉപദേഷ്ടാവ് സാം പിട്രോഡയോടും കടപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു. പ്രവാസി ഭാരതീയ സാങ്കേതിക വിദഗ്ധനും വ്യവസായിയുമായ സാം പിട്രോഡ 1980-കളിൽ ഇന്റർനെറ്റിന്റെ വിവരസാങ്കേതികമേഖലയിൽ പുതിയ നിയമങ്ങൾ ആവിഷ്കരിച്ചു. അതേത്തുടർന്നുണ്ടായ പ്രധാന സംഭവങ്ങൾ ഒന്നു നോക്കാം.

1986 – എർനെറ്റ് (ERNET) പദ്ധതി UUCP പ്രോട്ടോക്കോൾ വഴി നാഷണൽ സെന്റർ ഫോർ സോഫ്റ്റ്‌വെയർ ടെക്നോളജി മുംബൈയും, മുംബൈ ഐ.ഐ.ടിയും തമ്മിലുള്ള ഇ-മെയിൽ ബന്ധം ആരംഭിച്ചു.

1994 – TCP/IP വഴി ഒറ്റപ്പെട്ട സ്ഥലങ്ങളിൽ ഉപഗ്രഹ ആശയ വിനിമയം സാധ്യമാക്കുന്നതിനുള്ള ഹബ് ബാംഗ്ലൂരിൽ സ്ഥാപിച്ചു.

1995 – ഇന്ത്യയിലെ ഇന്റർനെറ്റ് പ്രവേശനകവാടം വി. എസ്. എൻ. എല്ലിനു കീഴിൽ മുംബൈയിൽ ആരംഭിച്ചു. ഓഗസ്റ്റ്-15 ന് വിദേശ് സഞ്ചാർ നിഗം ലിമിറ്റഡ് 6 നഗരങ്ങളിൽ പൊതുജനങ്ങൾക്ക് ഡയൽഅപ് സംവിധാനത്തിലൂടെ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗം സാധ്യമാക്കി. മാർച്ച് 13 ന് ഇന്ത്യ വേൾഡ് പോർട്ടൽ ആരംഭിച്ചു.

1996 - ദി ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ, ദി ഹിന്ദു, ദി ഇന്ത്യൻ എക്സ്പ്രസ്, ഹിന്ദുസ്ഥാൻ ടൈംസ് തുടങ്ങിയ പ്രമുഖ പത്രങ്ങൾ വെബ്സൈറ്റുകൾ ആരംഭിച്ചു. ഇന്ത്യയിലെ ആദ്യ വാർത്താപോർട്ടലായ റീഡിഫ്.കോം പ്രവർത്തനം തുടങ്ങി. മുംബൈയിൽ ഇന്ത്യയിലെ ആദ്യ സൈബർ കഫേ തുറന്നു.

1998 - വലിയൊരു വിഭാഗം പത്രങ്ങൾ, മാസികകൾ, പ്രസിദ്ധീകരണസ്ഥാപനങ്ങൾ, രാഷ്ട്രീയപ്പാർട്ടികൾ, വ്യവസായസ്ഥാപനങ്ങൾ, ബാങ്കുകൾ, സർക്കാർ സ്ഥാപനങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ സ്വന്തം വെബ്സൈറ്റുകൾ തുടങ്ങി.

2010 - 3 ജി സ്പെക്ട്രം, വൈമാക്സ് ലൈസൻസ് എന്നിവ ലേലം ചെയ്തു. ടെലിഫോൺ റഗുലേറ്ററി അതോറിറ്റി ഓഫ് ഇന്ത്യ നാഷണൽ ബ്രോഡ്ബാന്റ് പദ്ധതിക്ക് തുടക്കമിട്ടു.

2015 - ഇന്ത്യ ഗവൺമെന്റ് എൻ.ഒ.എഫ്.എൻ തുടങ്ങി.

എൻ. ഒ. എഫ്.എൻ.

എൻ.ഒ.എഫ്.എൻ. പ്രാദേശിക ആശയവിനിമയബന്ധം പുലർത്തുന്നതിനായുള്ള ലോകത്തെ ഏറ്റവും വലിയ ശൃംഖലയാണ്. രാജ്യമാകെ ഏതാണ്ട് 2.5ലക്ഷം പഞ്ചായത്തുകളാണ് എൻ.ഒ.എഫ് .എൻ വഴി ബന്ധിപ്പിക്കപ്പെടുന്നത്. പദ്ധതി പൂർണമാകുമ്പോൾ 60 മില്യനിലധികം ജനങ്ങൾക്ക് ബ്രോഡ്ബാന്റ് കണക്ഷൻ ലഭ്യമാകുമെന്നാണ് പ്രതീക്ഷിക്കുന്നത്.

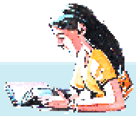
വേൾഡ് വൈഡ് വെബ് (w.w.w.)

ഇന്റർനെറ്റ്, വെബ് എന്നീ വാക്കുകൾ പലപ്പോഴും ഒരേ അർഥത്തിൽ ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. ഗ്രാഫിക്കൽ ബന്ധമുള്ള ഇന്റർനെറ്റിന്റെ പ്രകടനസ്വഭാവമുള്ള മൾട്ടിമീഡിയ ഭാഗമാണ് വേൾഡ് വൈഡ് വെബ് പരസ്പരബന്ധിതമായ ഹൈപ്പർടെക്സ്റ്റ് രേഖകളുടെയും ചിത്രങ്ങളുടെയും ദൃശ്യ-ശ്രാവ്യ മാധ്യമങ്ങളുടെയും വ്യവസ്ഥയാണിത്. ഒരു വെബ് ബ്രൗസറിന്റെ സഹായത്തോടെ ഇവ കാണാൻ സാധിക്കും. ഡിജിറ്റൽ പേജുകളുടെ വലിയ ശേഖരമാണ് വേൾഡ് വൈഡ് വെബ്.

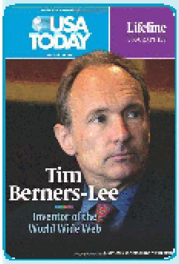
w.w.w.-വിന്റെ വികസിതരൂപം അഥവാ രണ്ടാംഘട്ടമാണ് വെബ് 2. സാധാരണക്കാർക്ക് ഉപയോഗിക്കാനും ഉപയോക്തൃ നിർമ്മിത ഉള്ളടക്കം (UGC - യൂസർ ജനറേറ്റഡ് കണ്ടന്റ്) കൂട്ടിച്ചേർക്കാനും കഴിയുന്ന ഘട്ടം എന്ന് ഇതിനെ വിവരിക്കാം.

ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്നവർക്ക് ചിത്രങ്ങളും വാക്കുകളും ദൃശ്യ-ശ്രാവ്യ ഉള്ളടക്കങ്ങളും പങ്കുവയ്ക്കാൻ കഴിയുന്ന വെബ്

സൈറ്റുകളാണിവ. നവമാധ്യമങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനം ഇത്തരം വെബ്സൈറ്റുകളാണ്. വെബ് 2 ന്റെ നവീകരിച്ച തുടർച്ചയാണ് വെബ് 3.



ടിം ബർണസ് ലി



ചിത്രം 6.1

വേൾഡ് വൈഡ് വെബ് കണ്ടെത്തിയത് ടിം ബർണസ് ലീ തനിച്ചാണെന്ന് കരുതപ്പെടുന്നു. സ്വിറ്റ്സർലൻഡിലെ cern എന്ന ഫിസിക്സ് ലാബിൽ 1989 ൽ ജോലി ചെയ്തിരുന്ന ടിം ബർണസ് ലീ ഗവേഷണത്തിന്റെ ഭാഗമായി ശാസ്ത്രജ്ഞരുടെ കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ പരസ്പരം ബന്ധിപ്പിക്കാനുള്ള സംവിധാനം നിർദേശിച്ചു. എച്ച്.ടി.എം.എൽ. (HTML) എന്ന താരതമ്യേന ലളിതമായ കംപ്യൂട്ടർ ലാംഗ്വേജ് ആയിരുന്നു ഇതിന്റെ അടിസ്ഥാനം. കംപ്യൂട്ടറുകൾക്ക് പരസ്പരം കണ്ടെത്താൻ സഹായകമായ ഒരു മേൽവിലാസരീതിയും ടിം ബർണസ് ലീ വികസിപ്പിച്ചു. വേൾഡ് വൈഡ് വെബിൽ ബന്ധിപ്പിക്കപ്പെട്ടിട്ടുള്ള ഓരോ കംപ്യൂട്ടറിനും ഒരു സവിശേഷ മേൽവിലാസം ഉണ്ടായിരിക്കും, ഒരു യൂണിവേഴ്സൽ റിസോഴ്സ് ലോക്കേറ്റർ. ഹൈപ്പർ ടെക്സ്റ്റ് ട്രാൻസ്ഫർ പ്രോട്ടോക്കോൾ (HTTP) എന്ന, കമ്പ്യൂട്ടറുകളെ തമ്മിൽ ബന്ധിപ്പിക്കുന്ന ഒരു പ്രോട്ടോക്കോളും ടിം ബർണസ് ലീ വികസിപ്പിച്ചു.

വേൾഡ് വൈഡ് വെബിലേക്ക് പ്രവേശിക്കുന്നത് എങ്ങനെ?

ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിക്കുന്നതിന് നിങ്ങൾക്കൊരു കംപ്യൂട്ടറും മോഡം എന്ന ഡയലപ്പ് ബന്ധം സ്ഥാപിക്കാനുള്ള ഉപകരണവും ആവശ്യമാണ്. ഇന്നത്തെ ഡസ്ക്ടോപ്പ്, ലാപ്ടോപ്പ്, നോട്ട്ബുക്ക്, ടാബ്ലറ്റ്, സ്മാർട്ട്ഫോൺ തുടങ്ങിയവയിൽ വൈഫൈ സൗകര്യം ലഭ്യമാണ്. ഇന്റർനെറ്റ് സേവനം നൽകുന്ന ഒരു സേവന ദാതാവാണ് അടുത്തതായി ആവശ്യമുള്ളത്. നമ്മുടെ രാജ്യത്ത് ഇന്റർനെറ്റ് ഒരു സൗജന്യസേവനമല്ല. അംഗീകൃത ഇന്റർനെറ്റ് സേവനദാതാവ് ബി.എസ്.എൻ.എൽ. ആണെങ്കിലും മറ്റ് സ്വകാര്യ സംരംഭകരും ആകർഷകമായ വാഗ്ദാനങ്ങളുമായി സേവനരംഗത്തുണ്ട്. സൗജന്യ വൈഫൈ സംവിധാനം നിലവിൽ വന്ന ഇന്ത്യയിലെ ആദ്യ നഗരം ബാംഗ്ലൂരാണ്. സംസ്ഥാനം മുഴുവൻ സൗജന്യ വൈഫൈ ലഭ്യമാക്കാനും കർണാടക സർക്കാർ ആലോചിക്കുന്നുണ്ട്. ഇന്റർനെറ്റ് സേവനം ലഭിച്ചുകഴിഞ്ഞാൽ ഏതെങ്കിലും സോഫ്റ്റ്വെയറിന്റെ സഹായത്തോടെയാണ് നെറ്റ് വർക്ക് ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയുന്നത്. ഇവ ബ്രൗസറുകൾ എന്നും സെർച്ച് എഞ്ചിൻ എന്നും അറിയപ്പെടുന്നു. മറ്റ് സോഫ്റ്റ്വെയർ സേവനങ്ങൾ നൽകാൻ കഴിയുന്നവയാണിവ. ഇപ്പോൾ നിങ്ങൾ ഒരു നെറ്റിസൻ ആയിരിക്കുന്നു ഇന്റർനെറ്റ് അഥവാ വിശ്വ വിശാല വലയിൽ നിരന്തരം പരതുന്ന ഒരാൾ.

ഏതെങ്കിലും വെബ്സൈറ്റ് കിട്ടണമെങ്കിൽ നാം അതിന്റെ വിലാസം അല്ലെങ്കിൽ യൂണിവേഴ്സൽ റിസോഴ്സ് ലൊക്കേറ്റർ വെബ് ബ്രൗസറിലേക്കു നൽകണം. ഇങ്ങനെ യു.ആർ.എൽ.

നൽകുമ്പോൾ ബ്രൗസറിൽനിന്ന് ഡൊമെയ്ൻ നെയിം സർവറിലേക്ക് ഒരു സന്ദേശം അയക്കപ്പെടുകയും നമുക്ക് ആവശ്യമായ വെബ്സൈറ്റിന്റെ സർവറിലേക്ക് പ്രവേശനം ലഭിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

വെബ് ബ്രൗസറുകൾ

വേൾഡ് വൈഡ് വെബിൽ പ്രസിദ്ധീകരിക്കപ്പെടുന്ന വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കാനുള്ള ഉപാധികളാണ് വെബ് ബ്രൗസറുകൾ. മൈക്രോസോഫ്റ്റ് ഇന്റർനെറ്റ് എക്സ്പ്ലോറർ, സഫാരി, ഫയർഫോക്സ്, ഗൂഗിൾ ക്രോം തുടങ്ങിയ വെബ് ബ്രൗസറുകൾ മൂന്നു പ്രധാന കാര്യങ്ങൾ ചെയ്യുന്നു. വിവരങ്ങൾ വീണ്ടെടുക്കുക, അവ തിരയുന്ന വ്യക്തിയുടെ മുന്നിലുള്ള കംപ്യൂട്ടറിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കുക എന്നിവ.

സെർച്ച് എഞ്ചിനുകൾ

ഇന്റർനെറ്റിൽ വിവരങ്ങൾ തിരയുന്നതിനായി രൂപപ്പെടുത്തിയിട്ടുള്ള സോഫ്റ്റ്‌വെയർ സംവിധാനമാണ് സെർച്ച് എഞ്ചിനുകൾ. പുസ്തകങ്ങളിലെ പദസൂചി പോലെ ഏതെങ്കിലും ഒരു വിഷയത്തിലേക്ക് എളുപ്പത്തിൽ പ്രവേശനം സാധ്യമാക്കുന്നവയാണ് ഇവ. എണ്ണമറ്റ വെബ്സൈറ്റുകളിലേക്ക് പ്രവേശനം സാധ്യമാക്കുന്ന അവശ്യ ഉപാധിയാണ് സെർച്ച് എഞ്ചിൻ. സെർച്ച് എഞ്ചിനിലെ നിർദിഷ്ടഭാഗത്ത് നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ വിവരത്തെക്കുറിച്ചുള്ള താക്കോൽവാക്കുകൾ നൽകിയാൽ അതുമായി ബന്ധപ്പെട്ട അനേകം വിവരങ്ങളും ചിത്രങ്ങളും ഗ്രാഫിക്സും ഉൾക്കൊള്ളുന്ന അനേകം വെബ്സൈറ്റുകളെക്കുറിച്ച് വിവരം ലഭിക്കുന്നു. ഗൂഗിൾ, യാഹു എന്നിവയാണ് പ്രധാന സെർച്ച് എഞ്ചിനുകൾ.

നാം ചെയ്യേണ്ടത്

- സെർച്ച് എഞ്ചിനുകളുടെയും ബ്രൗസറുകളുടെയും ഒരു പട്ടിക തയാറാക്കുക.
- ഐ.എസ്.പികളെക്കുറിച്ചും അവയുടെ പാക്കേജുകളെക്കുറിച്ചും വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുക.

പുരോഗതി പരിശോധിക്കാം

- എന്താണ് അർപനെറ്റ്?
- വിശ്വ വിശാല വലയുടെ പിതാവായി അറിയപ്പെടുന്നതാരാണ്?
- വെബ് 2 , വെബ് 3 എന്നിവ വിവരിക്കുക.
- വെബ് എഞ്ചിനുകളും ബ്രൗസറുകളും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസമെന്ത്? ഉദാഹരണങ്ങൾ കണ്ടെത്തുക.

ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന് ഒരു ആമുഖം

വാർത്തകളും കാഴ്ചപ്പാടുകളും ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളിലൂടെ അവതരിപ്പിക്കുന്ന രചനാരീതിയാണ് ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനം. വാർത്താ പോർട്ടലുകൾ, പത്രങ്ങളുടെ ഓൺലൈൻ പതിപ്പുകൾ, ഡിജിറ്റൽ പത്രങ്ങൾ, ഇ-മാസികകൾ, ഇന്റർനെറ്റ് റേഡിയോ, വെബ് ടെലിവിഷൻ, ബ്ലോഗുകൾ, സോഷ്യൽ മീഡിയ എന്നിങ്ങനെ ഉപയോക്താക്കൾ നൽകുന്ന ഉള്ളടക്കങ്ങളെല്ലാം ഓൺലൈൻ മാധ്യമപ്രവർത്തനത്തിന്റെ കീഴിൽ വരുന്നു.

ഇന്റർനെറ്റ് വഴി എഡിറ്റോറിയൽ ഉള്ളടക്കം വിതരണം ചെയ്യുന്ന ആധുനിക പത്രപ്രവർത്തനശൈലി എന്നാണ് വിക്കിപീഡിയ ഡിജിറ്റൽ/ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തെ വിവരിക്കുന്നത്. എഴുത്ത്, ശബ്ദം, ദൃശ്യം, മറ്റു സംവേദക വിഭാഗങ്ങളിൽ ഏതെങ്കിലും ഒന്നായോ എല്ലാറ്റിന്റെയും സംയുക്തരൂപത്തിലോ വാർത്തകൾ, ഫീച്ചറുകൾ, ആനുകാലികസംഭവങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ ഡിജിറ്റൽ മാധ്യമങ്ങളിൽ പ്രചരിപ്പിക്കുന്നു.

ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങൾ, റേഡിയോ, ടെലിവിഷൻ, ഇ-മാസികകൾ, ബ്ലോഗ്, സമൂഹമാധ്യമങ്ങൾ തുടങ്ങിയവയ്ക്കാവശ്യമായ ഉള്ളടക്കം തയാറാക്കുന്നവരാണ് ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തകർ. ഇവർ ഉള്ളടക്കരചയിതാക്കൾ എന്നും അറിയപ്പെടുന്നു.

ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന്റെ സവിശേഷതകൾ

ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന്റെ സവിശേഷതകൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു.

തത്സമയത

സംഭവങ്ങൾ നടക്കുന്ന സമയംതന്നെ (തത്സമയം) റിപ്പോർട്ട് ചെയ്യുതാണ് ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന്റെ രീതി. വാർത്താവെബ്സൈറ്റുകൾ നിമിഷംതോറുമാണ് വിവരങ്ങൾ നൽകുന്നത്. പ്രധാന സംഭവങ്ങൾ നടക്കുമ്പോൾതന്നെ എഡിറ്റ് ചെയ്ത് ബ്രേക്കിങ് വാർത്തയായി ജനങ്ങളിലേക്ക് എത്തിക്കാൻ ഇതിലൂടെ സാധിക്കുന്നു. പ്രധാനവാർത്തകൾ എഴുതിക്കാണിക്കുന്ന രീതി മിക്ക വെബ്സൈറ്റുകളും സ്വീകരിക്കുന്നു.

എഴുത്തിൽ എഴുത്ത്

വെബ്പേജുകളിലൂടെ കഴ്സർ ചലിക്കുമ്പോൾ ചില വരികളിൽ കഴ്സറിന്റെ രൂപം രേഖയിൽനിന്ന് ചൂണ്ടുവിരലായി മാറുന്നതു കാണാം. കൂടാതെ വരികളുടെ നിറം മാറുകയും അടിവരയിട്ടതാവുകയും ചെയ്യും. ഇവയുടെ താഴെ ഒരു കണ്ണി ഉണ്ടെന്ന സൂചന

യാണ് ഈ മാറ്റങ്ങൾ നൽകുന്നത്. ഈ വരികളിൽ/വാക്കുകളിൽ അമർത്തിയാൽ മറ്റൊരു കണ്ണിയിലേക്കു പോകാൻ നമുക്കു കഴിയുന്നു. ഇത്തരത്തിൽ ഒരു പേജിൽ നിന്ന് മറ്റു പേജുകളിലേക്കു കടക്കാനുള്ള സാധ്യത നൽകുന്നതിനെയാണ് എഴുത്തിൽ എഴുത്ത് (hypertext) എന്നു പറയുന്നത്.

പാരസ്പര്യം

പരമ്പരാഗത മാധ്യമങ്ങളിലെ വാർത്തകളോട് നിങ്ങൾക്കു പ്രതികരിക്കാൻ കഴിയുന്നത് പത്രാധിപർക്കുള്ള കത്തുകളിലൂടെയാണ്. എന്നാൽ അവ ഉടനെ പ്രസിദ്ധീകരിക്കപ്പെടണമെന്നില്ല. പത്രപ്രവർത്തകരെയോ ലേഖകരെയോ നിങ്ങൾക്ക് നേരിട്ട് ബന്ധപ്പെടാൻ കഴിയണമെന്നുമില്ല. എന്നാൽ ഇവരുമായി നേരിട്ട് ബന്ധപ്പെടാൻ അവസരമൊരുക്കുന്നത് ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളുടെ പ്രധാന ഗുണങ്ങളിലൊന്നാണ്. വായനക്കാർക്ക് ഉടൻതന്നെ പ്രതികരിക്കാൻ ഇവിടെ അവസരം ലഭിക്കുന്നു. ഇതാണ് പാരസ്പര്യം (immediacy) ഓരോ സന്ദേശവും രൂപപ്പെടുത്തുന്നതിൽ വായനക്കാരുടെ സജീവ ഇടപെടലുകളും പങ്കു വഹിക്കുന്നു. ഓരോ ലേഖനത്തിന്റെയും/വാർത്തയുടെയും താഴെ കമന്റ് ചെയ്യുകയോ ഇ-മെയിൽ അയക്കുകയോ വഴി ഉടൻതന്നെ പ്രതികരിക്കാൻ വായനക്കാർക്ക് കഴിയുന്നു. കമന്റ് ടൈപ്പ്ചെയ്തതിനുശേഷം പേരെഴുതി പോസ്റ്റ് ചെയ്യുകയോ ഇ-മെയിൽ അയക്കുകയോ മാത്രം ചെയ്താൽമതി.

ബഹുമാധ്യമത

പഞ്ചേന്ദ്രിയങ്ങളുടെയും ആസ്വാദനക്ഷമത ഒരേസമയം തൃപ്തിപ്പെടുത്തുന്നതാണ് ബഹുമാധ്യമത (multi mediality). പല മാധ്യമങ്ങളുടെ സവിശേഷതകൾ ഒരു മാധ്യമത്തിലൂടെ ലഭിക്കുകയാണിവിടെ. ബഹുമാധ്യമതയ്ക്ക് ഏറ്റവും നല്ല ഉദാഹരണമാണ് ബി.ബി.സി. ഓൺലൈൻ. ഇവിടെ വാർത്ത ജനങ്ങളിലേക്ക് എത്തിക്കാൻ ലഭ്യമായ എല്ലാവിധ മാധ്യമങ്ങളും ഉപയോഗിക്കുന്നു. നിങ്ങൾക്ക് വാർത്തകൾ വായിക്കാം, കേൾക്കാം, ദൃശ്യങ്ങൾ കാണുകയും ചെയ്യാം. വാർത്തയിലുള്ള കണ്ണികൾ വഴി കൂടുതൽ വിവരങ്ങൾ നേടാനും കഴിയും.

സംഭരണം

വളരെയധികം വിവരങ്ങൾ/വസ്തുതകൾ കുറഞ്ഞസ്ഥലത്ത് സംഭരിക്കാനുള്ള കഴിവ് ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങൾക്കുണ്ട്. ഇതിനെ ശേഖരണം (archiving) എന്നു പറയുന്നു. പിന്നീട് പരിശോധിക്കാനും പഠിക്കാനും ഇതിലൂടെ സാധിക്കുന്നു. ഹിന്ദു പത്രത്തിന്റെ പഴയവാർത്തകൾ ഇത്തരത്തിൽ ലഭ്യമാണ്.

നാം ചെയ്യേണ്ടത്

- ഏതെങ്കിലും ഓൺലൈൻ പത്രത്തിൽനിന്ന് ഒരു പ്രധാന വാർത്ത വായിക്കുക, അതിൽ നൽകിയിട്ടുള്ള കണ്ണികൾ കണ്ടെത്തുക. നിങ്ങളുടെ കണ്ടെത്തലുകൾ ലേഖനമാക്കുക.
- നിങ്ങൾക്കിഷ്ടപ്പെട്ട പത്രത്തിന്റെ ഓൺലൈൻ പതിപ്പ് സന്ദർശിക്കുക. പാരസ്പര്യസ്വഭാവമുള്ള ഫീച്ചറുകൾ കണ്ടെത്തുക.
- നിങ്ങൾക്കിഷ്ടപ്പെട്ട ടെലിവിഷൻ ചാനലിന്റെ വെബ് പേജ് സന്ദർശിക്കുക. അതിലുള്ള ബഹുമാധ്യമഘടകങ്ങൾ കണ്ടെത്തി പത്രങ്ങളുമായി താരതമ്യം ചെയ്യുക.
- ബി.ബി.സി. വാർത്തയുടെ വെബ്പേജ് സന്ദർശിച്ച് അതിലെ ബഹുമാധ്യമഘടകങ്ങളെക്കുറിച്ച് പഠിക്കുക, സ്ലൈഡ് തയാറാക്കുക.

പുരോഗതി പരിശോധിക്കാം

- ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനം നിർവചിക്കുക.
- ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന്റെ സവിശേഷതകൾ വിവരിക്കുക.
- എഴുത്തിൽ എഴുത്ത് ടെക്സ്റ്റ് രീതി എന്നാലെന്താണ്?
- ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിൽ പാരസ്പര്യം എന്നത് എന്താണ് സൂചിപ്പിക്കുന്നത്?
- പത്രങ്ങളുടെ ഹോംപേജിൽ സംഭരണം എന്ന ഒരു ഫോൾഡർ കാണാൻ കഴിയും. ഇത് നിങ്ങൾക്കെങ്ങനെ ഉപയോഗിക്കാനാകും?
- ഒരു വെബ്സൈറ്റിൽ കാണുന്ന വിവിധ ബഹുമാധ്യമഘടകങ്ങൾ ഏതെല്ലാം?

ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങൾ

പത്രങ്ങളുടെ ഓൺലൈൻ വിഭാഗം 1994 മുതൽ പ്രവർത്തിച്ചു തുടങ്ങി. പിൽക്കാലത്ത് ഓൺലൈൻ വായനക്കാരുടെ എണ്ണം വർധിക്കുകയും പത്രവായനക്കാരുടെ എണ്ണം കുറയുകയും ചെയ്തു. ഇന്ത്യയിലാദ്യമായി ഓൺലൈൻ വിഭാഗം ആരംഭിച്ച പത്രം *ദി ഹിന്ദു* ആണ്. മലയാളത്തിൽ *ദീപിക പത്രവും*. ഇന്ന് മലയാളത്തിലെ പ്രമുഖ പത്രങ്ങൾക്കെല്ലാം ഓൺലൈൻ പതിപ്പുകളുണ്ട്. എന്താണ് ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങളുടെ സവിശേഷത? അച്ചടി മാധ്യമത്തിന്റെ തനിപ്പകർപ്പുകൾ ആണോ അവ? അതോ രൂപഭാവങ്ങളിൽ തികച്ചും വ്യത്യസ്തമായ മറ്റൊന്നാണോ? വർത്തമാനപത്രങ്ങളുടെ ഓൺലൈൻ വിഭാഗവും ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങളും പലപ്പോഴും ഒന്നായി പരിഗണിക്കപ്പെടാറുണ്ട്.

ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങൾക്ക് അച്ചടിപ്പതിപ്പുകൾ ഉണ്ടായിരിക്കില്ല, ഒരു യു.ആർ.എൽ. വഴി വായിക്കാൻ കഴിയുന്നവയായിരിക്കും അവ. ചില ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങൾക്ക് വളരെ കുറച്ച് അച്ചടി പ്പതിപ്പുകൾ ഉണ്ടാവാറുണ്ട്. ഇവ സങ്കര (hybrid) പത്രങ്ങൾ എന്നറിയപ്പെടുന്നു.

ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങളുടെ വാർത്താശേഖരണം

ഡിജിറ്റൽ സാങ്കേതികവിദ്യയുടെ ആവിർഭാവം വാർത്താശേഖരണത്തിൽ വിപ്ലവകരമായ മുന്നേറ്റങ്ങൾ വരുത്തി. കമ്പ്യൂട്ടർ സഹായക വാർത്താശേഖരണം (Computer Assisted Reporting-CAR) പുതിയ വാർത്താശേഖരണരീതികളിൽ പ്രധാനമാണ്. ഇതിനു രണ്ടു തലങ്ങളുണ്ട്.

- **ഓൺലൈൻ ഗവേഷണം:** ഇന്റർനെറ്റിൽ പരിശോധിച്ചോ ഇന്റർനെറ്റ് ഉപയോഗിച്ച് അഭിമുഖങ്ങൾ നടത്തിയോ വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുന്നതാണ് ഈ രീതി.
- **ദത്താധിഷ്ഠിത പത്രപ്രവർത്തനം:** ലഭ്യമായ അനേകം പൊതുദത്തങ്ങളിൽനിന്ന് ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തകർക്ക് വിവരങ്ങൾ ലഭിക്കുന്നു. സർക്കാർ വെബ്സൈറ്റുകൾ പ്രാഥമിക സ്രോതസ്സുകളായി അന്വേഷകർക്ക് ഉപയോഗിക്കാം.

തിരയൽയന്ത്രങ്ങളുടെ (search engine) സഹായത്തോടെയാണ് ഓൺലൈൻപത്രപ്രവർത്തകർ വിവരങ്ങൾ തിരയുന്നത്. ആര്, എന്ത്, എന്തിന്, എപ്പോൾ, എവിടെ, എങ്ങനെ എന്നിവയെ അടിസ്ഥാനമാക്കി രൂപപ്പെടുത്തുന്ന ചോദ്യങ്ങൾക്ക് കൃത്യമായ ഉത്തരം കണ്ടെത്താൻ സഹായകമായ ശക്തമായ ഉപാധികളാണ് തിരയൽയന്ത്രങ്ങൾ. തെഹൽക.കോം പോലെയുള്ള ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങൾക്ക് ഇന്റർനെറ്റിലും അല്ലാതെയും വിവരാന്വേഷണം നടത്തുന്ന പത്രപ്രവർത്തകരുണ്ട്.

നേരിട്ടുള്ള സംഭാഷണം കൂടാതെതന്നെ അഭിമുഖം സാധ്യമാണ്. ഓൺലൈൻ അഭിമുഖങ്ങൾ, സർവേകൾ, വെബിനാറുകൾ അഥവാ വെബ്സെമിനാറുകൾ, വെബ്പോളുകൾ എന്നിവ ഓൺലൈൻ ഉപാധികളുപയോഗിച്ച് നടത്താം. ഇ-സന്ദേശങ്ങൾ, നെറ്റ് ടെലഫോണി, വീഡിയോ കോൺഫറൻസ് അഥവാ ടെലികോൺഫറൻസ് തുടങ്ങിയ മാർഗങ്ങൾ ഇതിനുപയോഗിക്കാം. ഇതിനാവശ്യമായ വിവരങ്ങൾ നേരത്തേ തയാറാക്കി അയച്ചുകൊടുക്കാൻ കഴിയുന്നു. വാർത്താസ്രോതസുകളെന്ന നിലയിൽ സമൂഹ മാധ്യമങ്ങളുടെ പ്രാധാന്യം നാം മുൻപേ പഠിച്ചിട്ടുണ്ട്.

ഓൺലൈൻ വാർത്താശേഖരണത്തിലെ പ്രവണതകൾ

ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തകർക്കും ഫോട്ടോ ജേണലി

സ്റ്റുകൾക്കും ആധുനിക സാങ്കേതികവിദ്യയിൽ പരിജ്ഞാനം ഉണ്ടായിരിക്കണം. ഉപയോക്തൃ നിർമ്മിത ഉള്ളടക്കങ്ങളുടെ (User Generated Contents- UGC) നിർമിതിയും അപ് ലോഡിങ്ങും ആണ് സൈബർ പത്രപ്രവർത്തനത്തിലെ പുതുപ്രവണത. ഉപയോക്തൃ നിർമ്മിത ഉള്ളടക്കത്തെക്കുറിച്ച് പാഠത്തിന്റെ മറ്റൊരു ഭാഗത്ത് വിശദീകരിക്കുന്നുണ്ട്. ഇപ്പോൾ ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിലെ ചില പ്രവണതകൾ പരിശോധിക്കാം.

പങ്കാളിത്ത പത്രപ്രവർത്തനം (Participatory Journalism)

ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന്റെ മാറുന്ന മുഖമായി പങ്കാളിത്ത പത്രപ്രവർത്തനം (participatory journalism) അറിയപ്പെടുന്നു. അഞ്ച് എ കൾക്കും ഒരു ആ യ്ക്കുമൊപ്പം പുതിയൊരു ഘടകം കൂടി കൂട്ടിച്ചേർക്കാൻ ഇതിനു കഴിഞ്ഞു. 'നാം' കാഴ്ചക്കാരാണ് ആ ഘടകം. വാർത്താശേഖരണത്തിലും വിശകലനത്തിലും വിതരണത്തിലും സജീവമായി പങ്കെടുക്കുന്ന ഒന്നോ അതിലേറെയോ വ്യക്തികളുടെ പ്രവർത്തനമാണ് പങ്കാളിത്തപത്രപ്രവർത്തനം. കേവലം വാർത്താവതരണം എന്നതിലുപരി ശബ്ദമില്ലാത്തവർക്കും അരുകുചേർക്കപ്പെട്ടവർക്കും ശബ്ദം നൽകുന്ന പ്രവർത്തനമാണ് പങ്കാളിത്തപത്രപ്രവർത്തനം.

സംഘടിത വാർത്താശേഖരണം (Crowd Sourcing)

ഉപയോക്താക്കളിൽനിന്ന് വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുന്ന രീതിയാണ് സംഘടിത വാർത്താശേഖരണം (crowd sourcing). 2006 ൽ വയേർഡ് ന്യൂസ് 2ൽ ജെഫ് ഹോവ് ഉപയോഗിച്ച കൂട്ടായ്മ വാർത്താശേഖരണം എന്ന പദം താരതമ്യേന പുതിയ പ്രയോഗമാണ്. ഇന്നത്തെ മാധ്യമങ്ങൾ വാർത്തകളായും ചിത്രങ്ങളായും ദൃശ്യങ്ങളായും വായനക്കാരിൽനിന്ന് ഉപയോക്തൃ നിർമ്മിത ഉള്ളടക്കങ്ങൾ ധാരാളമായി സ്വീകരിക്കുന്നുണ്ട്. വായനക്കാർ നൽകുന്ന വിവരങ്ങൾ വാർത്താപ്രതികരണങ്ങൾ ആയും ചിത്രങ്ങളായും സൗജന്യ ബ്ലോഗ് എഴുത്തുകളായും പല വെബ് സൈറ്റുകളും ഉപയോഗിക്കുന്നു (പനാമാ പേപ്പേഴ്സ് ഇതിനുദാഹരണമാണ്).

സ്വതന്ത്ര ഉറവിട വാർത്താശേഖരണം (Open Source Reporting)

സംയുക്ത വാർത്താശേഖരണം എന്നും സ്വതന്ത്ര ഉറവിട വാർത്താശേഖരണം (open source reporting) എന്നും അറിയപ്പെടുന്നു. പൗരപത്രപ്രവർത്തനത്തിനും പങ്കാളിത്തപത്രപ്രവർത്തനത്തിനും സമാനമാണിത്. വിക്കിപീഡിയ അനുസരിച്ച് പൊതുസ്രോതസ്സ് എന്നാൽ പൊതുവായി എല്ലാവർക്കും ലഭ്യമായ പദ്ധതികളും അത്തരത്തിലുള്ള മറ്റ് പദ്ധതികളിൽനിന്ന് വിവരങ്ങൾ ശേഖരിച്ച് തയാറാക്കുന്നവയുമാണ്. വിക്കിപീഡിയ, വിക്കിന്യൂസ് എന്നിവയും ഇങ്ങനെ പൊതുജനങ്ങൾക്ക് വിവരങ്ങൾ കൂട്ടിച്ചേർക്കാനും തിരുത്താനുംകഴിയുന്ന പദ്ധതികൾ ആണ്.

വ്യാഖ്യാന വാർത്താ ശേഖരണം

വിദഗ്ധരായ വെബ് പത്രപ്രവർത്തകർ ഇന്ന് കേവലം വാർത്ത നൽകുക മാത്രമല്ല ചെയ്യുന്നത്. വ്യാഖ്യാന പത്രപ്രവർത്തനം (annotative reporting) എന്ന പദം രൂപപ്പെടുത്തിയ നോറാ പോൾ പറയുന്നത് നവമാധ്യമങ്ങളുടെ സംവേദനസ്വഭാവം വായനക്കാരെ സ്വയം വാർത്തകൾ നിർമ്മിക്കാൻ ഉദ്ദീപിപ്പിക്കുന്നു എന്നാണ്. അവയ്ക്കാവശ്യമായ വിശദീകരണങ്ങളും വിവരണങ്ങളും വ്യാഖ്യാനങ്ങളും നൽകുകയാണ് ഇവിടെ പത്രപ്രവർത്തകരുടെ ധർമം.

നാം ചെയ്യേണ്ടത്

- താഴെപ്പറയുന്ന സൈറ്റുകൾ സന്ദർശിച്ച് കാണുന്ന കാര്യങ്ങൾ ക്ലാസ്മുറിയിൽ ചർച്ചചെയ്യുക:

  1. വിക്കിലീക്സ് 2. തെഹൽക.കോം

- സ്വതന്ത്ര ഉറവിട വാർത്താശേഖരണം, പങ്കാളിത്ത പത്രപ്രവർത്തനം, വ്യാഖ്യാന വാർത്താശേഖരണം എന്നിവയ്ക്ക് വെബിൽ ഉദാഹരണങ്ങൾ കണ്ടെത്താൻ ശ്രമിക്കുക. കിട്ടുന്ന വിവരങ്ങൾ അടിസ്ഥാനമാക്കി സംവാദം നടത്തുക.
- സ്വന്തമായി ഒരു ഇ- സന്ദേശ മേൽവിലാസം നിർമ്മിക്കുക
- ഓൺലൈൻ ആയി ഒരു പ്രശസ്ത വ്യക്തിയെ അഭിമുഖം ചെയ്യാനാവശ്യമായ ചോദ്യാവലി തയാറാക്കുക.
- എതെങ്കിലും സമകാലികവിഷയം തിരഞ്ഞെടുത്ത് അതേക്കുറിച്ചുള്ള വിവരങ്ങൾ വെബിൽ തിരയുക ലഭിക്കുന്ന വിവരങ്ങൾ ഉപയോഗിച്ച് ഒരു ലേഖനം തയാറാക്കുക.

പുരോഗതി പരിശോധിക്കാം

- സങ്കരപത്രങ്ങളെന്നാൽ എന്താണ്?
- ഇന്ത്യയിൽ ആദ്യമായി ഇന്റർനെറ്റ് പതിപ്പ് ആരംഭിച്ച പത്രം ഏതാണ്?
- ഓൺലൈൻ വാർത്താശേഖരണത്തിന്റെ വിവിധ രീതികൾ ഏതെല്ലാം?
- എന്താണ് പങ്കാളിത്ത പത്രപ്രവർത്തനം?
- സംഘടിത വാർത്താശേഖരണം എന്തെന്ന് വിശദീകരിക്കുക.
- സ്വതന്ത്ര ഉറവിട വാർത്താശേഖരണം എന്നാലെന്ത്? ഒരുദാഹരണം നൽകുക.

വെബ്ബെഴുത്തിന്റെ തത്ത്വങ്ങളും രീതികളും

ഓൺലൈൻ വാർത്തയെഴുത്തും തിരുത്തലും വെല്ലുവിളി നിറഞ്ഞൊരു ജോലിയാണ്. ഓൺലൈൻ എഡിറ്റർമാരും ഉള്ളടക്ക രചയിതാക്കളും ചേരുന്നതാണ് ആധുനിക എഡിറ്റോറിയൽ വിഭാഗം. വാക്കുകൾ, ആശയങ്ങൾ, വാർത്താഘടന, രൂപകല്പന, സംവേദന ഉപാധികൾ, ശബ്ദം, ദൃശ്യം, ചിത്രം, വാർത്താവിശകലനം തുടങ്ങിയവയെക്കുറിച്ചെല്ലാം ചിന്തിക്കാൻ കഴിയുന്ന ഒരാളായിരിക്കണം ഓൺലൈൻ വാർത്തകൾക്ക് ഉള്ളടക്കം തയാറാക്കുന്നത്. ചുരുക്കത്തിൽ, ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തകർ വാക്കുകളിലൂടെ പറയുകയും ദൃശ്യങ്ങളിലൂടെ കാണിക്കുകയും സംവേദന ഉപാധികളിലൂടെ വായനക്കാരുടെ പങ്കാളിത്തം ഉറപ്പിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു.

WED ശൈലി

ഓൺലൈൻ പത്രത്തിനു വേണ്ടി ബാലവേലയെക്കുറിച്ച് ഒരു ലേഖനം എഴുതണം. നിങ്ങൾ എന്താണ് ചെയ്യുക? ലേഖനത്തെക്കുറിച്ച് അടിസ്ഥാനരൂപരേഖ തയാറാക്കി എഡിറ്ററെ കാണിക്കും. എഡിറ്റർ ലേഖനം മെച്ചപ്പെടുത്താനാവശ്യമായ ആശയങ്ങളും വിവരങ്ങളും നൽകും. നിങ്ങൾക്ക് വിഷയത്തെപ്പറ്റി കൂടുതൽ വ്യക്തത ലഭിക്കുന്നു. നിങ്ങൾ ലേഖനത്തിനാവശ്യമായ വിവരങ്ങൾ തിരയുന്നു. എങ്ങനെയാണ് ലേഖനം അവതരിപ്പിക്കേണ്ടത്? അത് മനോഹരമായിരിക്കണം. നിങ്ങൾ രൂപകല്പനാ വിദഗ്ധരുമായി ചർച്ചചെയ്യുന്നു. അവർ നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ഗ്രാഫിക് രൂപകല്പനകൾ നൽകുന്നു. ഒടുവിൽ നിങ്ങളുടെ ലേഖനം പ്രസിദ്ധീകരിക്കപ്പെടുന്നു.

ഒരു ലേഖനത്തിന്റെ നിർമാണം എഴുത്ത്, തിരുത്തൽ, രൂപകല്പന (Writing, Editing, Design-WED) എന്നീ മൂന്നു ഘട്ടങ്ങളിലൂടെ കടന്നുപോകുന്നതായി ഇപ്പോൾ നിങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കിയല്ലോ. ഈ ഘട്ടങ്ങൾ WED എന്നറിയപ്പെടുന്നു. പ്രസിദ്ധ പത്രരൂപകല്പനാ വിദഗ്ധനായ മരിയോ ഗാർഷ്യയാണ് ഈ ശൈലിയുടെ ഉപജ്ഞാതാവ്.

രചനാരീതികൾ

വ്യത്യസ്ത രീതികളിലാണ് ഓൺലൈൻ വാർത്തകൾ തയാറാക്കപ്പെടുന്നത്.

ഒഴുക്കൻ തലകീഴ് പിരമിഡ്

തലകീഴ് പിരമിഡ് രചനാരീതിയെക്കുറിച്ച് വാർത്തയെഴുത്തിൽ നാം പഠിച്ചിട്ടുണ്ട്. പരമ്പരാഗതമായ ഈ രചനാരീതി വെബ് വാർത്തയെഴുത്തിന് ഏറെ സഹായകമാണ്. വെബ് രചയിതാക്കൾ തങ്ങളുടെ രചനകളെ സംഗ്രഹരൂപത്തിലുള്ള ചെറിയ വാക്യങ്ങളിൽ എഴുതുന്നു. വെബ്പേജ് തിങ്ങിനിറഞ്ഞതായി തോന്നാതിരിക്കാൻ ഇത് സഹായകമാണ്. ഓരോ പേജും തയാറാക്കുന്നത് തലകീഴ് പിരമിഡ് രൂപത്തിലായിരിക്കും. അതിലുപരി ഒന്നിലധികം തലകീഴ് പിരമിഡുകളുടെ ഗണമായിരിക്കും ഒരു വെബ് പേജ്.

വാർത്തയുടെ മുഴുവൻ സത്തയും ഏതാനും ഖണ്ഡികകളിൽ ഒതുക്കുന്നത് നല്ലതാണ്. ഏറ്റവും ആകർഷകമായ വിവരങ്ങൾ ആമുഖത്തിൽ ഉൾപ്പെടുത്താം. പത്രത്തിലെ ദീർഘ വാർത്തകൾ വെബിൽ മൂന്നോ നാലോ ഖണ്ഡികകളിൽ അവരോഹണക്രമത്തിൽ ഒതുക്കാൻ തലകീഴ് പിരമിഡ്രീതി സഹായിക്കുന്നു.

ബഹുതലശൈലി

ഓൺലൈൻ വാർത്ത നേർരേഖാ (Linear) രൂപത്തിൽ അല്ല എഴുതുന്നത്. ആമുഖം, വാർത്താഗാത്രം, ഉപസംഹാരം എന്ന പരമ്പരാഗത വാർത്താരചനാരൂപഘടന ഇവ കർശനമായി പിന്തുടരാറില്ല. ബഹുമുഖവും ബഹുതലവുമായ സമീപനമാണ് ഓൺലൈൻ മാധ്യമങ്ങളുടേത്. വാർത്ത തട്ടുകളായാണ് ഇവയിൽ അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. ഓരോ തട്ടും ബഹുതലമായിരിക്കും. ഹൈപ്പർലിങ്ക് സ്വഭാവമുള്ള ഈ തലം നെറ്റിലെ മറ്റു വിവരങ്ങളിലേക്ക് ബന്ധം സൃഷ്ടിക്കുന്നു. പ്രാഥമികതലത്തിൽ വാർത്തയുടെ അടിസ്ഥാനവിവരങ്ങളും തുടർന്നുള്ള തലങ്ങളിൽ മറ്റു വിശദാംശങ്ങളും ഉൾക്കൊള്ളിക്കുന്നു. ബ്രേക്കിങ് വാർത്താഅവതരണത്തിനും ഈ രീതി ഉപയോഗിക്കാം. ഇവിടെ ആദ്യതലത്തിൽ ആര്, എന്ത്, എന്തിന്, എപ്പോൾ, എവിടെ, എങ്ങനെയും ഉൾക്കൊള്ളിക്കുന്നു. അടുത്ത തലത്തിൽ വിശദീകരണം. അവസാനത്തേതിൽ വിശകലനങ്ങളും അഭിപ്രായങ്ങളും ഉണ്ടായിരിക്കും.

സംഗ്രഹശൈലി

ഉള്ളടക്കരചനയിൽ സംഗ്രഹശൈലിയും ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. സംഭവത്തിന്റെ ചുരുക്കവിവരണവും പ്രധാന വിവരങ്ങളും ഉൾപ്പെടുന്ന തുടക്കം പിന്നീട് ചെറുവാർത്തകളായി പുനർനിർമ്മിക്കുന്നു. അധികം അറിയാൻ താൽപ്പര്യമുള്ള വായനക്കാർ കൂടുതൽ (more) എന്ന സൗകര്യം ഉപയോഗിക്കുകയോ താക്കോൽവാക്കുകളിൽ നിന്ന് മറ്റു കണ്ണികളിലേക്ക് (link) പോവുകയോ ചെയ്യുന്നു.

സംഭാഷണശൈലി

വെബ്രചനയ്ക്ക് വളരെ അനുയോജ്യമാണ് സംഭാഷണശൈലി. നല്ല രചനാശൈലി ലളിതവും ലഘുവും കാര്യമാത്രപ്രസക്തവുമായിരിക്കും. ഒരു വാക്യത്തിൽ ഒരാശയം മാത്രം ഉൾക്കൊള്ളിക്കുന്നു. ദീർഘവാക്യങ്ങളും കർമണിപ്രയോഗങ്ങളും ഒഴിവാക്കുന്നു. ഓരോ ആശയവും മറ്റുള്ളവയിലേയ്ക്ക് യുക്തമായി ഒഴുകിച്ചേരുന്ന വിധത്തിലായിരിക്കും. ഈ ആശയങ്ങൾ പിന്തുടരുന്നത് എഴുത്ത് ലളിതമാക്കാനും വായനക്കാരുടെ ശ്രദ്ധ നിലനിർത്താനും സഹായിക്കുന്നു.

വെബ്പേജുകളുടെ തലക്കെട്ടുരചന

സ്ഥിരമായി വെബ്പേജുകൾ സന്ദർശിക്കുന്ന വായനക്കാരെയാണ് ഓൺലൈൻ തലക്കെട്ടെഴുത്തുകാർ ലക്ഷ്യമിടുന്നത്. വ്യക്തവും ലളിതവുമായ ഭാഷയാണ് ആഗോളപ്രേക്ഷകർക്ക് ആവശ്യം. ചെറുതും കാര്യമാത്രപ്രസക്തവുമായ തലക്കെട്ടുകളോടായിരിക്കും തമാശപ്രയോഗങ്ങളെക്കാൾ ഉപയോക്താക്കൾക്ക് താൽപ്പര്യം. വിവരാന്വേഷികളാണ് ഓൺലൈൻ വായനക്കാർ. വിവരങ്ങൾ തിരയുകയാണ് അവരുടെ പൊതുസ്വഭാവം. അങ്ങനെയുള്ളവരോട് വാർത്ത എന്തിനെക്കുറിച്ചാണെന്നും കണ്ണി എന്തു വിവരങ്ങളാണ് നൽകുന്നതെന്നും പറയാൻ തലക്കെട്ടുകൾക്കു കഴിയണം. സമയം പാഴാക്കാൻ വായനക്കാർ ആഗ്രഹിക്കുന്നില്ല. താക്കോൽ വാക്കുകളിൽ അധിഷ്ഠിതമായിരിക്കണം തലക്കെട്ടുകൾ. ഉപയോഗിക്കുന്ന വാക്കുകൾക്ക് ഓരോന്നിനും വ്യക്തമായ ഉദ്ദേശ്യം ഉണ്ടായിരിക്കണം.

നാം ചെയ്യേണ്ടത്

ഓൺലൈൻ പത്രത്തലക്കെട്ടുകളുടെ ഉദാഹരണങ്ങൾ കണ്ടെത്തി സ്ക്രാപ്പ് ബുക്കിൽ ഒട്ടിക്കുക. ഓരോന്നിനെക്കുറിച്ചും ലഘുകുറിപ്പ് തയാറാക്കുക.

പുരോഗതി പരിശോധിക്കാം

- വെബ് തലക്കെട്ടുരചനയുടെ തത്ത്വങ്ങൾ ചർച്ചചെയ്യുക.
- വെബ് ഉള്ളടക്കരചനയിലെ വ്യത്യസ്ത സമീപനങ്ങൾ ഏതെല്ലാം?

വെബ് പേജിന്റെ ഘടകങ്ങൾ

വെബ്പേജുകളുടെ പ്രധാന ഘടകങ്ങൾ താഴെ വിവരിക്കുന്നു:

ബഹുമാധ്യമങ്ങളും ചിത്രീകരണങ്ങളും

ഉപയോഗിക്കുന്ന നിറങ്ങളിൽ ചുരുക്കം സ്ഥിരത പുലർത്താൻ വെബ് രൂപകർത്താക്കൾ ശ്രദ്ധിക്കാറുണ്ട്. ഹൈപ്പർ കണ്ണികൾക്ക് ഒരു നിറം, തലക്കെട്ടുകൾക്ക് വേറൊന്ന്, വാർത്താഗാത്രത്തിന് മറ്റൊന്ന് എന്ന രീതി സ്വീകരിക്കുന്നു. വെളുപ്പാണ് മിക്ക പത്രങ്ങളുടെയും പശ്ചാത്തലനിറം. എന്നാൽ കറുത്ത പശ്ചാത്തലത്തിൽ പച്ച അക്ഷരങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത് നല്ലതെന്നാണ് ഗവേഷകരുടെ അഭിപ്രായം. പല വെബ് സൈറ്റുകളുടെയും ഉൾപേജുകളിലും ഇ–മാസികകളിലും ഈ തത്ത്വം പ്രാവർത്തികമാക്കാൻ ശ്രമിക്കാറുണ്ട്.

വെബ്സൈറ്റുകളിൽ ചിത്രീകരണങ്ങൾ (graphics) വിതരണം ചെയ്യുന്നതിനുള്ള ഉപാധികളാണ് ഗ്രാഫിക് ഇന്റർചേഞ്ച് ഫോർമാറ്റ്. JPEG, PNG എന്നിവ ചിത്രങ്ങൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കാൻ

ഉപയോഗിക്കുന്ന സാധാരണ ഫോർമാറ്റുകളാണ്. എല്ലാ വെബ് ബ്രൗസറുകളിലും ഇവ ഉപയോഗിക്കാൻ കഴിയും. വെബ് പേജിന്റെ മറ്റൊരു പ്രധാന ഘടകമാണ് വിവരചിത്രീകരണങ്ങൾ (infographics).

ബഹുമാധ്യമങ്ങൾ (multimedia) പ്രധാനമായും രണ്ടു രീതികളിലാണ് വെബ് പേജുകളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നത്. തത്സമയം (streaming), പിൽക്കാലം (non-streaming) എന്നിവയാണ് അത്. സംഭവസമയത്ത് സ്രോതസ്സിൽനിന്ന് നേരിട്ട് സംപ്രേഷണം ചെയ്യുന്നതാണ് തത്സമയം. സന്ദർശകർ വാർത്തവായിക്കുകയും തത്സമയദൃശ്യങ്ങൾ കാണുകയോ ശബ്ദങ്ങൾ കേൾക്കുകയോ ചെയ്യുന്നു. പിൽക്കാലവാർത്തകൾ ലൈവ് ആയിരിക്കില്ല. എന്നാൽ ദൃശ്യങ്ങളും ശബ്ദങ്ങളും ഡൗൺലോഡ് ചെയ്യാൻ കഴിയും.

മുദ്രാങ്കണം

ടൈംസ് ന്യൂ റോമൻ, വെർദാന, ഹെൽവേടിക എന്നിവയാണ് തലക്കെട്ടിനും വാർത്താഗാത്രത്തിനും ഹൈപ്പർലിങ്കിനും സാധാരണ ഉപയോഗിക്കുന്ന അക്ഷരങ്ങൾ. ശരിയായ അക്ഷരവലുപ്പം തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നതും പ്രധാനമാണ്. ചെറിയ അക്ഷരങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതാണ് ഏറ്റവും ഉചിതം.

സൂചകങ്ങൾ

ഉപയോക്താവിന് സൈറ്റിൽ എളുപ്പത്തിൽ തിരച്ചിൽ നടത്താൻ സഹായിക്കുന്ന ഉപാധികളാണ് സൂചകങ്ങൾ (navigational devices). മുൻ, പിൻ, മുകൾ, താഴെ സൂചകങ്ങളും കൂടുതലും വാർത്താപേജുകളിലുണ്ടാവും. ഇവ വിവിധ രീതിയിലുള്ള തിരയലിനു സഹായിക്കുന്നു.

വെബ് പേജിന്റെ അവതരണശൈലികൾ

വാർത്താപേജുകളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന വിവിധ അവതരണശൈലികൾ പരിചയപ്പെടാം.

പ്രിന്റ് പ്ലസ് പാക്കേജ്

വർത്തമാനപത്രങ്ങളുടെ ഓൺലൈൻ പതിപ്പുകളും അച്ചടിപ്പതിപ്പുകളും താരതമ്യം ചെയ്താൽ ഓൺലൈൻ പതിപ്പിൽ കൂടുതൽ വാർത്തകൾ കാണാം. ഇവയിൽ വാർത്തകൾ നിരന്തരം പുതുക്കപ്പെടുന്നതാണ് ഇതിനു കാരണം.

ക്ലിക്കബിൾ ഇന്ററാക്ടീവ് ഡിവൈസ് പാക്കേജ്

പത്രങ്ങളിൽ വാർത്തയ്ക്ക് സഹായകമായി ഭൂപടങ്ങൾ, ചാർട്ടുകൾ, പൈ ചിത്രങ്ങൾ, പട്ടികകൾ തുടങ്ങിയ വിവരചിത്രീകരണങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കാറുണ്ട്. പത്രരൂപകല്പനയിലെ പ്രധാന ഘടകങ്ങളാണിവ. ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങൾ വാർത്തകളുടെ പശ്ചാത്തല വിവരണത്തിന് ഇവ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഉപയോക്താക്കൾക്ക് ഇവയിൽ ക്ലിക്ക് ചെയ്ത് വിവരങ്ങൾ അറിയാം.

ചിത്രപ്രദർശനം

ഇവിടെ അടിക്കുറിപ്പുകളോടു കൂടിയ ചിത്രങ്ങളിലൂടെ വാർത്ത അവതരിപ്പിക്കുന്നു. ഇത് ഒരു വാർത്തയുടെ ചിത്രങ്ങളോ ഒന്നിലധികം വാർത്തകളുടെ ചിത്രപ്രദർശന (slide shows) പരമ്പരകളോ ആകാം. ഉപയോക്താക്കൾക്ക് താൽപ്പര്യമുള്ള ചിത്രങ്ങളിൽ ക്ലിക്ക് ചെയ്ത് കൂടുതൽ വിവരങ്ങൾ അറിയാം. വിവരണചിത്രീകരണങ്ങളിൽ ശബ്ദങ്ങളും ദൃശ്യങ്ങളും ഉൾപ്പെടുത്തിയിരിക്കും.

ചിത്രം 6.2

ശബ്ദം

അവതാരകരുടെ ദൃശ്യത്തോടൊപ്പം ശബ്ദവും ചേർക്കുന്നതാണ് ഈ പാക്കേജ്. ശബ്ദഫയലിൽ ക്ലിക്ക് ചെയ്താൽ വാർത്ത കേൾക്കാൻ കഴിയും.

തത്സമയസംഭാഷണം

പരസ്പര സമ്പർക്കം സാധ്യമാക്കുന്ന അവസരങ്ങളാണ് തത്സമയ സംഭാഷണങ്ങൾ (live chat). വായനക്കാരുടെ ചോദ്യങ്ങൾക്ക് ഇവിടെ ഉത്തരം ലഭിക്കുന്നു. വിവരവിനിമയത്തിനുള്ള ശക്തമായ ഒരു മാർഗമാണിത്. വാർത്ത സൃഷ്ടിക്കാനും രൂപപ്പെടുത്താനും പലപ്പോഴും വായനക്കാർ ഇതിലൂടെ സഹായിക്കുന്നു.

പ്രശ്നോത്തരികളും സർവേകളും

ചോദ്യോത്തരങ്ങളിലൂടെ വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുന്നതാണ് ഈ രീതി. വായനക്കാരുടെ പങ്കാളിത്തമുള്ളതിനാൽ ഇതു വളരെ ഫലപ്രദമാണ്.

ആനിമേഷൻ ചിത്രങ്ങൾ

എല്ലാ വാർത്തകൾക്കും ചിത്രങ്ങളോ ദൃശ്യങ്ങളോ ഉണ്ടാവണമെന്നില്ല. ഇവയെ ആകർഷകമാക്കാൻ ആനിമേഷൻ ചിത്രങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നു. ഗ്രാഫുകൾ, ചാർട്ടുകൾ, ലൈൻഗ്രാഫുകൾ, ബാർചാർട്ടുകൾ, പൈ ഡയഗ്രങ്ങൾ, പിക്ടോഗ്രാഫുകൾ തുടങ്ങിയവ വാർത്തകളെ കൂടുതൽ വിജ്ഞാനപ്രദമാക്കുന്നു.

പാരസ്പര്യ വെബ്പ്രക്ഷേപണങ്ങൾ

ദൃശ്യസംപ്രേഷണത്തിനിടയിൽ വരുന്ന തത്സമയസംഭാഷണങ്ങളും തിരഞ്ഞെടുപ്പുകളും ആണിവ.

ബഹുമാധ്യമ പാരസ്പര്യങ്ങൾ

പല ഓൺലൈൻ വാർത്തകളുടെയും ഘടകങ്ങൾ വ്യത്യസ്ത മാധ്യമങ്ങളിൽ ആയിരിക്കും. പുതിയൊരു സങ്കരമാധ്യമരൂപമാണ് ഇവ സൃഷ്ടിക്കുന്നത്. സങ്കീർണമായ ഇത്തരം വാർത്തകളിൽ അഡോബ് ഫ്ളാഷ് ആനിമേഷൻ സാങ്കേതികവിദ്യയാണ് കൂടുതലും ഉപയോഗിക്കുന്നത്. ലിഖിതരൂപങ്ങൾ, ചിത്രീകരണങ്ങൾ, ദൃശ്യശ്രാവ്യ ഉള്ളടക്കങ്ങൾ എന്നിവ കൂടാതെ വോട്ട് രേഖപ്പെടുത്തൽ, പ്രശ്നോത്തരി എന്നിവയും ചേർന്ന സംഗ്രഹ വാർത്തകൾ സൃഷ്ടിക്കാൻ ഇതിലൂടെ സാധിക്കും.

നാം ചെയ്യേണ്ടത്

വെബ്പേജുകളുടെ അവതരണശൈലികൾക്ക് ഉദാഹരണങ്ങൾ ശേഖരിച്ച് വാർത്താബോർഡിൽ പ്രദർശിപ്പിക്കുക.

പുരോഗതി പരിശോധിക്കാം

- വെബ്പേജിന്റെ ഹോംപേജ് എന്നാലെന്താണ് ?
- എച്ച്.ടി.എം.എൽ.വികസിപ്പിക്കുക.
- തത്സമയവും പിൽക്കാലവും (streaming and non streaming) തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസമെന്ത്?
- വാർത്താവതരണത്തിനായി വെബ് പേജുകളിൽ ഉപയോഗിക്കുന്ന ബഹുമാധ്യമപാക്കേജുകൾ വിവരിക്കുക.

സന്ദേശം അയയ്ക്കൽ

ഇലക്ട്രോണിക് സന്ദേശങ്ങൾ അയയ്ക്കുന്നത് ഇന്റർനെറ്റിന്റെ പ്രധാന ഉപയോഗങ്ങളിൽ ഒന്നാണ്. സാർവലൗകികമായ ആശയവിനിമയമാധ്യമങ്ങളാണ് ഇ-സന്ദേശങ്ങൾ. പരമ്പരാഗതമായ കത്തുകൾ ഒച്ചെഴുത്തുകൾ (snail-mail) എന്നാണറിയപ്പെടുന്നത്. മിക്ക വാർത്താപോർട്ടലുകളും സൗജന്യ ഇ-സന്ദേശങ്ങൾ അയയ്ക്കാനുള്ള സൗകര്യം നൽകുന്നുണ്ട്.

വെബ് പ്രക്ഷേപണം (ഇന്റർനെറ്റ് ടെലിവിഷനും റേഡിയോയും)

ഇന്റർനെറ്റിലൂടെ പ്രക്ഷേപണം ചെയ്യുന്ന റേഡിയോസേവനങ്ങൾ, തത്സമയ ശബ്ദപ്രക്ഷേപണങ്ങൾ, മറ്റു ശബ്ദസേവനങ്ങൾ എന്നിവയ്ക്ക് പൊതുവായാണ് ഇന്റർനെറ്റ് റേഡിയോ എന്നു പറയുന്നത്. ഇന്റർനെറ്റിലൂടെയുള്ള പ്രക്ഷേപണം വെബ്ബ്രക്ഷണം (webcasting) എന്നാണറിയപ്പെടുന്നത്. സ്മാർട്ട് ഫോണിലോ ഐപാഡിലോ നടത്തുന്ന പ്രക്ഷേപണം പോഡ് പ്രക്ഷേപണം (podcasting) എന്നറിയപ്പെടുന്നു. ഇന്റർനെറ്റ് റേഡിയോചാനൽ കൂട്ടായ്മയായ വേൾഡ് സ്പേസ് റേഡിയോ ഇപ്പോൾ പ്രവർത്തന രഹിതമാണ്. വെബ് ടെലിവിഷൻ എന്നറിയപ്പെടുന്നത് വേൾഡ് വൈഡ് വെബ് സംപ്രേഷണം ചെയ്യപ്പെടുന്ന സാധാരണ ടെലിവിഷൻ പരിപാടികൾ തന്നെയാണ്. പ്രമുഖ വാർത്താചാനലുകൾക്കെല്ലാം ഓൺലൈൻ പ്രേക്ഷകർക്കായുള്ള വെബ്സൈറ്റുകൾ ഉണ്ട്.

ഉപയോക്തൃ നിർമ്മിത ഉള്ളടക്കം

നവമാധ്യമങ്ങളിലൂടെ, പ്രത്യേകിച്ച് ഇന്റർനെറ്റിലൂടെ ഉള്ളവയുടെ വളർച്ചയിൽ ഉപയോക്തൃ നിർമ്മിത ഉള്ളടക്കത്തിന്റെ (uses

generated content) പങ്ക് വലുതാണ്. ഉപയോക്താക്കളാൽ നിർമ്മിതമായ ഏത് ഉള്ളടക്കവും ഉപയോക്തൃ നിർമ്മിത ഉള്ളടക്കത്തിന്റെ നിർവചനത്തിൽ ഉൾപ്പെടും. അത് ബ്ലോഗ്, വിക്കി, സംവാദമേഖലകൾ, പോസ്റ്റുകൾ, സംസാരങ്ങൾ, ടീറ്റ്, പിൻസ്, പോഡ് കാസ്റ്റിങ്, ഡിജിറ്റൽ ചിത്രങ്ങൾ, ദൃശ്യ-ശ്രവ്യഫയലുകൾ തുടങ്ങി എന്തുമാകാം. ഇവയിൽ ചിലതിനെക്കുറിച്ച് താഴെ വിവരിക്കുന്നു:

ബ്ലോഗുകൾ

ആത്മാവിഷ്കരണ മാധ്യമമായ ബ്ലോഗ് ഇന്നു ശക്തമായ ഓൺലൈൻ മാധ്യമമാണ്. ഇത് പങ്കാളിത്ത പത്രപ്രവർത്തന സാധ്യതകൾ സൃഷ്ടിക്കുന്നു. ഇന്റർനെറ്റ് വഴി അവതരിപ്പിക്കപ്പെടുന്ന വ്യക്തിനിഷ്ഠമായ വിവരണങ്ങളോ ഡയറിക്കുറിപ്പുകളോ ആയാണ് ബ്ലോഗുകളുടെ തുടക്കം. തുടക്കക്കാരായ ബ്ലോഗെഴുത്തുകാർ അധികവും ഡയറിയെഴുത്തിൽനിന്ന് പത്രപ്രവർത്തകരായി രൂപാന്തരം പ്രാപിച്ചവരാണ്. വെബ്ലോഗ് എന്നതിന്റെ ചുരുക്കരൂപമാണ് ബ്ലോഗ്. ലിഖിതസന്ദേശങ്ങളും ചിത്രങ്ങളും മറ്റു ബ്ലോഗുകളിലേക്കുള്ള കണ്ണികളും ചേരുന്നതാണ് ഒരു സാധാരണ ബ്ലോഗ്. ബ്ലോഗിൽ പങ്കുവയ്ക്കുന്ന വിവരങ്ങൾ പോസ്റ്റ് എന്നാണ് അറിയപ്പെടുന്നത്. ഇവ പങ്കുവച്ച കാലത്തിനും സമയത്തിനും അനുസരിച്ച് ലഭ്യമാക്കിയിരിക്കും. കൃത്യമായി പുതുക്കുന്ന, സംഭാഷണശൈലിയിലുള്ള ഓൺലൈൻ പ്രസിദ്ധീകരണമാണ് ബ്ലോഗ്. സമകാലികസംഭവങ്ങളിലേക്കുള്ള കണ്ണികൾ ബ്ലോഗറുടെ/ബ്ലോഗർമാരുടെ വിലയിരുത്തലുകളോടെ ഇവയിൽ കാണും. വായനക്കാർക്ക് അഭിപ്രായങ്ങൾ രേഖപ്പെടുത്താനുള്ള കമന്റ്സ് കണ്ണികൾ മിക്ക ബ്ലോഗുകളിലും ഉണ്ടാവും. ചില ബ്ലോഗുകൾ ഈ കണ്ണി നൽകാറില്ല, എന്നാൽ ഭൂരിപക്ഷവും കമൻറ്സ് അനുവദിക്കുന്നു.

വ്യക്തിഗതബ്ലോഗുകൾ എഴുതുന്നതിന് ഇന്ന് വളരെ പ്രചാരമുണ്ട്. ഇത് ഡയറിക്കുറിപ്പുകളോ നിരന്തരം പല വിഷയങ്ങളിൽ നടത്തുന്ന അഭിപ്രായമെഴുത്തുകളോ ആകാം. വ്യക്തികൾ ഇവയിലൂടെ തങ്ങളുടെ ജീവിതാനുഭവങ്ങൾ പങ്കുവയ്ക്കുന്നു. വളരെക്കുറച്ചു ബ്ലോഗുകൾ മാത്രമാണ് പ്രശസ്തമാകാറുള്ളത്. സിനിമാ, കായിക താരങ്ങൾ, ആത്മീയാചാര്യർ തുടങ്ങിയ പ്രശസ്തരുടെ ബ്ലോഗുകൾ ധാരാളമാളുകൾ സന്ദർശിക്കാറുണ്ട്.

മൈക്രോബ്ലോഗിങ് ആണ് ഈ മേഖലയിലെ ആധുനിക പ്രവണത. ആളുകൾ ഓരോ വിഷയത്തെക്കുറിച്ച് അധികം പറയാൻ ആഗ്രഹിക്കുന്നില്ല. എന്നാൽ ചുരുങ്ങിയ വാക്കുകളിൽ കാര്യങ്ങൾ അറിയാൻ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നു. ഇ-സന്ദേശങ്ങളിലൂടെയോ എം.എം.എസിലൂടെയോ ആണ് മൈക്രോബ്ലോഗുകളിൽ

സന്ദേശങ്ങൾ നൽകുന്നത്. ഇത് ഒരു വാചകമോ ചിത്രമോ ദൃശ്യമോ ആകാം. ഒരാൾ തന്റെ തൽക്കാല പ്രവൃത്തിയെക്കുറിച്ച് വിശദാംശങ്ങൾ ഒഴിവാക്കി നൽകുന്ന കുറിപ്പാണ് പൊതുവേ മൈക്രോ ബ്ലോഗ് സന്ദേശങ്ങൾ. ഇന്ന് ഏറ്റവുമധികം ആളുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്നതും പ്രശസ്തവുമായ മൈക്രോബ്ലോഗാണ് ട്വിറ്റർ.

കോർപ്പറേറ്റ് ബ്ലോഗുകൾ ഇന്ന് പൊതുജനങ്ങളിലേക്ക് ആശയങ്ങൾ എത്തിക്കാനായി കോർപറേറ്റുകൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന ഒരു മാർഗമാണ്. വ്യാവസായിക ആവശ്യങ്ങളാണ് ഇവയുടെ അടിസ്ഥാനം. മാർക്കറ്റിങ്, ബ്രാൻഡ് വിശ്വസ്തത വളർത്തുക, പൊതുജന സമ്പർക്കം നടത്തുക തുടങ്ങിയവയാണ് കോർപറേറ്റ് ബ്ലോഗുകളുടെ ലക്ഷ്യങ്ങൾ.

ബ്ലോഗ് നിർമ്മിക്കുന്നതെങ്ങനെ?

പുതുതലമുറ വിദ്യാർഥികൾ എന്ന നിലയിൽ നിങ്ങൾക്ക് ബ്ലോഗുകൾ ഉണ്ടാക്കേണ്ടിവരാം. ബ്ലോഗുണ്ടാക്കാൻ സോഫ്റ്റ്‌വെയർ പരിജ്ഞാനം ആവശ്യമില്ല. അടിസ്ഥാന വേഡ് പ്രോസസിങ് പരിചയം മാത്രം മതി. ബ്ലോഗർ.കോം, വേഡ്പ്രസ്.കോം, ടംബ്ലർ.കോം, ട്വിറ്റർ.കോം തുടങ്ങി സൗജന്യ ബ്ലോഗ് സേവനം നൽകുന്ന പല സൈറ്റുകളുണ്ട്. ഇവയിൽ ഏതെങ്കിലും സന്ദർശിച്ച് അതിൽ പറയുന്ന നിർദേശങ്ങൾ പിന്തുടർന്നാൽ ബ്ലോഗ് ഉണ്ടാക്കാൻ സാധിക്കും.

സാമൂഹമാധ്യമങ്ങൾ

നമ്മുടെ ആശയവിനിമയരീതിയിലും വിവരവിനിമയത്തിലും സമൂഹമാധ്യമങ്ങൾ വിപ്ലവകരമായ മുന്നേറ്റമാണ് സൃഷ്ടിക്കുന്നത്. ലക്ഷക്കണക്കിന് ആളുകളാണ് ദിനംതോറും ഇ-സന്ദേശങ്ങളായും ദ്രുതസന്ദേശങ്ങളായും തങ്ങളുടെ ചിന്തകളും വികാരങ്ങളും പങ്കുവയ്ക്കാൻ പ്രമുഖ സമൂഹമാധ്യമങ്ങൾ ഉപയോഗിക്കുന്നത്.

മുഖപുസ്തകം (Facebook)

സമൂഹമാധ്യങ്ങളിൽ ഏറ്റവും പ്രശസ്തം മുഖപുസ്തകമായിരിക്കണം. ഡിസംബർ 2016 ലെ കണക്കുകൾ അനുസരിച്ച് 1.74 ബില്യൺ മുഖപുസ്തക ഉപയോക്താക്കളാണുള്ളത്. മുഖപുസ്തകത്തിലൂടെ നമുക്ക് ചെയ്യാൻ കഴിയുന്ന ഒരുപാട് കാര്യങ്ങളുണ്ട്. വ്യത്യസ്ത സംഭവങ്ങളിൽ താൽപ്പര്യമുള്ള നെറ്റ് പൗരരുടെ സംഘങ്ങൾ രൂപീകരിച്ച് ആശയങ്ങൾ പങ്കുവയ്ക്കാം. ആളുകൾ സുഹൃത്തുക്കളോടൊപ്പമുള്ള ചിത്രങ്ങൾ പോസ്റ്റ് ചെയ്ത് അവ കാണാൻ തങ്ങൾ ആഗ്രഹിക്കുന്ന സുഹൃത്തുക്കളെ തിരഞ്ഞെടുക്കുന്നു. ഇഷ്ടങ്ങളും അനിഷ്ടങ്ങളും പങ്കിടുന്നു. എന്നാൽ ഇത് വളരെ ശ്രദ്ധയോടെയായിരിക്കണം. 'നിങ്ങളുടെ ഒരു തെറ്റ് ലക്ഷങ്ങളാണ് കാണുക'-പ്രശസ്ത സമൂഹമാധ്യമപ്രവർത്തകനും പണ്ഡിതനുമായ ഡോ. ശ്രീനാഥ് ശ്രീനിവാസൻ പറയുന്നു.

മുഖപുസ്തക സ്രഷ്ടാവ് മാർക്ക് സക്കർബർഗ്

ചിത്രം 6.3

ജനുവരി 2004	-	മാർക്ക് സക്കർബർഗ് ദ ഫേസ്ബുക്ക്.കോം ന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ തുടങ്ങി.
ഫെബ്രുവരി 4 2004	-	സക്കർബർഗ് തന്റെ ഹാർവാർഡ് ഡോർമിറ്ററി മുറിയിൽ സഹനിർമ്മാതാക്കളോടൊപ്പം വെബ് സൈറ്റ് ആരംഭിച്ചു.
ജൂൺ 2004	-	ഫേസ് ബുക്ക് സ്റ്റാൻഫോർഡ്, കൊളമ്പിയ, യെയിൽ എന്നിവിടങ്ങളിൽ പ്രചരിച്ചു.
ഒക്ടോബർ 2005	-	സക്കർബർഗ് വെബ്പേജിന്റെ വിലാസം ഫേസ്ബുക്ക്.കോം എന്നു മാറ്റി.
സെപ്തംബർ 2006	-	എല്ലാവർക്കും അംഗത്വം നൽകാൻ ആരംഭിച്ചു.
ഫെബ്രുവരി 2009	-	ലൈക് ബട്ടൺ അവതരിപ്പിച്ചു.
ആഗസ്റ്റ് 2010	-	ടൈം മാസിക 2010 ലെ പെഴ്സൺ ഓഫ് ദി ഇയർ അംഗീകാരം സക്കർബർഗിനു നൽകി.
ഒക്ടോബർ 2013	-	മുഖപുസ്തക ഉപയോക്താക്കളുടെ എണ്ണം ശതകോടി കടന്നു.
ഫെബ്രുവരി 2014	-	മുഖപുസ്തകത്തിന്റെ പത്താം വാർഷികം, ഉപയോക്താക്കൾ 1.23 ശതകോടി ആയി.
ഫെബ്രുവരി 2014	-	മൊബൈൽ സന്ദേശ പ്രയോഗമായ വാട്ട്സ് ആപ്പിനെ മുഖപുസ്തകം വാങ്ങി.

ട്വിറ്റർ

ചിത്രം 6.4

ട്വിറ്റർ എന്നാൽ പരമാവധി 140 അക്ഷരങ്ങൾ/ചിഹ്നങ്ങളുള്ള സന്ദേശങ്ങൾ അയയ്ക്കാൻ കഴിയുന്ന മൈക്രോ ബ്ലോഗിങ് സൈറ്റാണ്. ആശയങ്ങളോ നൈമിഷികമായ അനുഭവങ്ങളോ പങ്കിടുന്നതാണ് ട്വീറ്റ്. ഇത് വാക്കുകളോ ചിത്രങ്ങളോ ദൃശ്യങ്ങളോ ആവാം. ലക്ഷത്തിലധികം ട്വീറ്റുകളാണ് ദിനംതോറും പങ്കിടുന്നത്.

യൂട്യൂബ്

ദൃശ്യങ്ങൾ കാണാനും പങ്കുവയ്ക്കാനും സഹായിക്കുന്ന വെബ് സൈറ്റാണ് യൂട്യൂബ്. ഉപയോക്തൃ നിർമ്മിതവും വ്യാവസായികവുമായ ദൃശ്യങ്ങൾ അവതരിപ്പിക്കാൻ അഡോബ് ഫ്ളാഷ് വീഡിയോ പ്ലേയർ, എച്ച്.ടി.എം.എൽ. 5 എന്നിവയാണ് ഉപയോഗിക്കുന്നത്. സന്ദർശകർക്ക് യൂട്യൂബിൽ സിനിമകൾ, വീഡിയോ/ടെലിവിഷൻ ദൃശ്യങ്ങൾ, സംഗീതാവിഷ്കരണങ്ങൾ, വീഡിയോബ്ലോഗുകൾ, വിദ്യാഭ്യാസദൃശ്യങ്ങൾ,

ചിത്രം 6.5

യഥാർഥദൃശ്യങ്ങൾ, 3 ഡി ദൃശ്യങ്ങൾ തുടങ്ങിയവ കാണാനും ഡൗൺലോഡ് ചെയ്യാനും കഴിയും.

വിക്കിപീഡിയ

സ്വതന്ത്രമായി നേടാൻ കഴിയുന്ന അറിവുകൾ ഉൾക്കൊള്ളിച്ചിരിക്കുന്ന ഇന്റർനെറ്റ് വിജ്ഞാനകോശമാണ് വിക്കിപീഡിയ. ലാഭേച്ഛകൂടാതെ പ്രവർത്തിക്കുന്ന വിക്കിമീഡിയ ഫൗണ്ടേഷൻ ആണ് ഇതു നടപ്പിലാക്കുന്നത്. ഏതൊരാൾക്കും ഇതിന്റെ ഉള്ളടക്കം അറിയാനും അത്യാവശ്യം തിരുത്തൽ വരുത്താനും കഴിയും. അതിപ്രശസ്ത വെബ്സൈറ്റുകളിൽ ആറാമതായ വിക്കിപീഡിയ ഇന്റർനെറ്റിലെ പൊതുവിജ്ഞാന സൈറ്റുകളിൽ ഏറ്റവും പ്രശസ്തവും വലുതുമാണ്.

ജിമ്മി വെയിൽസ്, ലാറി സാങ്ങർ എന്നിവർ ചേർന്ന് 2001 ജനുവരി 15 ന് വിക്കിപീഡിയ ആരംഭിച്ചു. മലയാളം ഉൾപ്പെടെ 288 ഭാഷകളിലെ ലേഖനങ്ങൾ വിക്കിപീഡിയ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നു. അംഗങ്ങൾക്ക് ലേഖനങ്ങൾ എഴുതാനും തിരുത്തലുകൾ വരുത്താനും കഴിയും. വിദ്യാർഥികൾക്കും അധ്യാപകർക്കും പത്രപ്രവർത്തകർക്കും പ്രാമാണികമായി ആശ്രയിക്കാവുന്ന സ്രോതസ്സാണ് വിക്കിപീഡിയ. എങ്കിലും ഇതിലെ ഉള്ളടക്കങ്ങളുടെ ആധികാരികത പരിശോധിച്ച് ഉറപ്പുവരുത്തേണ്ടതാണെന്ന് ചില വിദഗ്ധർ അഭിപ്രായപ്പെടുന്നു.

നാം ചെയ്യേണ്ടത്

- മുഖപുസ്തകത്തിൽ ഒരു അക്കൗണ്ട് തുടങ്ങി ആശയങ്ങൾ പങ്കുവയ്ക്കുക
- ട്വിറ്റർ അക്കൗണ്ട് തുടങ്ങി ആവിഷ്കാരപ്രകടനം നടത്തുക.
- ഏതെങ്കിലും വിഷയത്തെപ്പറ്റി വിക്കിപീഡിയയിൽ തിരഞ്ഞു വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കുക, അവ പരിശോധിച്ച് ലേഖനമെഴുതുക.
- യൂട്യൂബിൽ പ്രശസ്തമായ ഏതെങ്കിലും ടി.വി.ഷോ കണ്ട് വിലയിരുത്തൽ തയാറാക്കുക

പുരോഗതി പരിശോധിക്കാം

- സമൂഹമാധ്യമങ്ങൾക്ക് നിർവചനം നൽകുക.
- ബ്ലോഗ് എന്നാലെന്താണ്?
- കോർപറേറ്റ് ബ്ലോഗിന്റെ ഉദ്ദേശ്യങ്ങൾ വിവരിക്കുക.
- എന്താണ് ഒരു ട്വീറ്റ്?
- മൈക്രോബ്ലോഗിന്റെ സവിശേഷതകൾ കണ്ടെത്തുക.
- വിക്കിപീഡിയ ഒരു പ്രാമാണിക ജ്ഞാനസ്രോതസ്സാണോ? ചർച്ച ചെയ്യുക.
- എന്താണ് യൂട്യൂബ്?

പ്രായോഗികപരീക്ഷയ്ക്കുള്ള പ്രവർത്തനങ്ങൾ

- സ്കൂളിന്റെ അക്കൗണ്ടിലോ നിങ്ങളുടെ അക്കൗണ്ടിലോ ഒരു ബ്ലോഗ് നിർമ്മിക്കുക (നിർമ്മാണപ്രവർത്തനം).
- പ്രമുഖ സമൂഹമാധ്യമങ്ങളെക്കുറിച്ച് ചിത്രങ്ങൾ സഹിതം സ്ക്രാപ്പ് ബുക്കിൽ കുറിപ്പുകൾ തയാറാക്കുക.

പ്രയോഗങ്ങൾ

പ്രയോഗങ്ങൾ അഥവാ ആപ്പുകൾ (apps) ആണ് മൊബൈൽ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന്റെ ഹൃദയം. സാധാരണക്കാർക്ക് വിനോദവും വിവരവും വിജ്ഞാനവും നൽകാൻ രൂപപ്പെട്ടവയാണിവ. ഏതെങ്കിലും ഒരു ഉപകരണത്തിന്റെ സാധ്യതകൾ ഉപയോഗിച്ച് പ്രത്യേക സേവനങ്ങൾ ലഭ്യമാക്കുന്നവയാണ് ആപ്പുകൾ. ചിലത് ഒരു പ്ലഗ് ഇൻ ആകാം.

റിച്ചാർഡ് സ്റ്റാൾമാൻ

ചിത്രം 6.6

സ്വതന്ത്ര സോഫ്റ്റ്‌വെയർ പ്രസ്ഥാനത്തിനു പിന്നിലുള്ള വ്യക്തിയാണ് ഇദ്ദേഹം. വികസിത-വികസ്വര രാജ്യങ്ങളുടെ ഡിജിറ്റൽ അന്തരം കുറയ്ക്കാനുള്ള ലോകവ്യാപകമായ വിവരസാങ്കേതിക മേഖലയിലെ പ്രവർത്തനമാണ് സ്വതന്ത്ര സോഫ്റ്റ്‌വെയർ പ്രസ്ഥാനം. ഈ പ്രസ്ഥാനത്തിന്റെ ആശയങ്ങളും ലക്ഷ്യങ്ങളും ഇദ്ദേഹം പ്രചരിപ്പിക്കുന്നു. കെർണൽ ലിനക്സിനോടൊപ്പം പ്രവർത്തിക്കുന്ന GNU ഇന്നു ലക്ഷങ്ങൾ ആഗോളതലത്തിൽ ഉപയോഗിക്കുന്നു. കേരളസർക്കാരിന്റെ ഐടി@സ്കൂൾ പദ്ധതി സ്കൂളുകളിൽ സ്വതന്ത്ര സോഫ്റ്റ്‌വെയറിന്റെ ഉപയോഗം പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുന്നു.

ഇന്ത്യയിലെ ആദ്യ കംപ്യൂട്ടർ ഗ്രാമം

ചിത്രം 6.7

വികസനപ്രവർത്തനങ്ങളിൽ വിവരസാങ്കേതികവിദ്യ വിജയകരമായി ഉപയോഗിക്കാൻ കേരള സംസ്ഥാന ഐ.ടി. മിഷനു കഴിഞ്ഞിട്ടുണ്ട്. മലപ്പുറം ജില്ലയിൽ ഭാരതപ്പുഴയുടെ തീരത്തുള്ള ചമ്രവട്ടം എന്ന മനോഹര ഗ്രാമം നൂറു ശതമാനം കംപ്യൂട്ടർ സാക്ഷരമായ ആദ്യ ഇന്ത്യൻ ഗ്രാമമായി 2003 ഓഗസ്റ്റിൽ പ്രഖ്യാപിക്കപ്പെട്ടു. ഈ ഗ്രാമത്തിലെ ഓരോ വീട്ടിലും ഒരാളെങ്കിലും കംപ്യൂട്ടർ സാക്ഷരതനേടിയിട്ടുണ്ട്. ചമ്രവട്ടത്ത് 850 കുടുംബങ്ങളാണുള്ളത്. ഇവർക്ക് ഒരു വ്യക്തിഗത (personal) കംപ്യൂട്ടർ പ്രവർത്തിപ്പിക്കാൻ കഴിയും. ചിത്രങ്ങൾ വരയ്ക്കാനും തിരുത്താനും പ്രത്യേക ടൂളിന്റെ സഹായത്തോടെ മലയാളം അക്ഷരങ്ങൾ എഴുതാനും ഇന്റർനെറ്റിൽ വിവരങ്ങൾ തിരയാനും ഇ-സന്ദേശങ്ങൾ അയക്കാനും ഇന്റർനെറ്റ് ടെലഫോണി ഉപയോഗിക്കാനും കഴിയും *(കടപ്പാട്: ദ ഹിന്ദു)*.

നവമാധ്യമങ്ങളുടെ ഭാവി

പ്രവാചകർക്ക് മാത്രമല്ല, ശാസ്ത്രജ്ഞർക്കും സാങ്കേതികവിദഗ്ധർക്കും താൽപ്പര്യമുള്ള മേഖലയാണ് നവമാധ്യമങ്ങളുടെ ഭാവി. അച്ചടിമാധ്യമങ്ങൾക്കും റേഡിയോ ടി.വി. എന്നിവയ്ക്കും 2025ൽ എന്തു സംഭവിക്കും? അന്നത്തെ നവമാധ്യമങ്ങൾ എന്തെല്ലാമായിരിക്കും? ഗവേഷകർ പ്രവചനങ്ങൾ നടത്തുകയും പല കാഴ്ചപ്പാടുകളും ചർച്ചചെയ്യുന്നുമുണ്ട്. എല്ലാ മാധ്യമങ്ങളും ഡിജിറ്റൽ ആവാനിടയുള്ളതിനാൽ പഴയതും പുതിയതും തമ്മിലുള്ള വ്യത്യാസങ്ങൾ അപ്രസക്തമായേക്കാം. പുതിയ മൊബൈൽ ഉപകരണങ്ങൾ നാം ദേഹത്തണിയുന്നവയോ വസ്ത്രത്തിൽ തുന്നിച്ചേർക്കുന്നവയോ ആകാം. ഇന്റർനെറ്റിൽ പുതിയ കണ്ടുപിടിത്തങ്ങൾ സ്വാഭാവികമായിക്കഴിഞ്ഞു, അടുത്തതെന്താവാം? വികസ്വര-അവികസിത രാജ്യങ്ങളെ പുതിയ ഉപയോക്താക്കൾ ആക്കിക്കൊണ്ട് മാധ്യമങ്ങളുടെ ആഗോളവൽക്കരണം പുരോഗമിക്കും. അതേസമയം രാജ്യങ്ങൾക്കും വ്യക്തികൾക്കും ഇടയിൽ സാങ്കേതിക ദാരിദ്ര്യത്തിന്റെ വിടവു വർധിക്കും. ഇങ്ങനെയൊക്കെയാണെങ്കിലും നവമാധ്യമങ്ങൾ നമ്മുടെ അനുഭവങ്ങളെയും ലോകത്തെയും പുനർനിർവചിക്കും. നമ്മുടെ നാളെകൾ ഇന്നത്തേക്കാൾ മികച്ചവയായിരിക്കും. കാത്തിരുന്നു കാണാം.

സംഗ്രഹം

വിവിധ സാങ്കേതികവിദ്യകൾക്ക് പൊതുവായയാണ് നവമാധ്യമങ്ങൾ എന്നു പറയുന്നത്. സാങ്കേതികപാരസ്പര്യം, ബഹുമാധ്യമത, മാധ്യമ ഏകീകരണം (media convergence) തുടങ്ങിയ സവിശേഷതകളാണ് നവമാധ്യമങ്ങളെയും പരമ്പരാഗത മാധ്യമങ്ങളെയും വേർതിരിക്കുന്നത്. ഇന്റർനെറ്റ് ആണ് നവമാധ്യമങ്ങളുടെ കേന്ദ്രം. വാർത്തകളും കാഴ്ചപ്പാടുകളും ഇന്റർനെറ്റിലൂടെ അവതരിപ്പിക്കുന്നതാണ് ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനം. അച്ചടിമാധ്യമങ്ങളിൽനിന്ന് വ്യത്യസ്തമാണ് ഓൺലൈൻ പത്രങ്ങൾ. വാർത്തയെഴുത്ത്, തിരുത്തൽ, രൂപരേഖ എന്നിവയിലെല്ലാം ഓൺലൈൻ പത്രം അതിന്റെ അച്ചടിപ്പതിപ്പിൽ നിന്നു തികച്ചും ഭിന്നമായിരിക്കും. ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന്റെ എല്ലാ മേഖലകളിലും പുതിയ പ്രവണതകൾ വന്നു കഴിഞ്ഞു. ബ്ലോഗുകൾ, ഇ-സന്ദേശങ്ങൾ, സമൂഹമാധ്യമങ്ങളിലെ പോസ്റ്റുകൾ, ദൃശ്യശ്രവ്യപ്രക്ഷേപണങ്ങൾ, മൊബൈൽ പത്രപ്രവർത്തനം തുടങ്ങിയ ഉപയോക്തൃനിർമ്മിത ഉള്ളടക്കങ്ങൾ ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന്റെ അവിഭാജ്യഘടകമായിക്കഴിഞ്ഞു. ഡിജിറ്റൽ ജീവിതരീതിക്ക് നവമാധ്യമങ്ങൾ വഴിതെളിച്ചു.

നമുക്ക് വിലയിരുത്താം

1. നവമാധ്യമങ്ങൾക്ക് ഒരു സംഗ്രഹിതനിർവചനം നൽകാനാവാത്തത് എന്തുകൊണ്ടാണ് ?
2. ഇന്റർനെറ്റിന്റെ ചരിത്രം വിവരിക്കുക.
3. ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിന്റെ സവിശേഷതകളെക്കുറിച്ച് ചർച്ചചെയ്യുക.
4. ഏതെങ്കിലും പത്രത്തിന്റെ ഒന്നാം പേജും അതിന്റെ ഓൺലൈൻ പതിപ്പും താരതമ്യം ചെയ്യുക.
5. ഓൺലൈൻ പത്രത്തിന്റെയും അച്ചടിപ്പത്രത്തിന്റെയും തിരുത്തൽരീതികൾ താരതമ്യം ചെയ്യുക.
6. ഓൺലൈൻ വാർത്തയെഴുത്തിലെ വിവിധ പ്രവണതകൾ വിലയിരുത്തുക.
7. വാർത്തകൾ ശേഖരിക്കാൻ ഓൺലൈൻ പത്രപ്രവർത്തനത്തിൽ സ്വീകരിക്കുന്ന രീതികളെക്കുറിച്ച് വിവരിക്കുക.
8. എങ്ങനെയാണ് ഒരു വെബ്പേജിന്റെ തലക്കെട്ട് ഫലപ്രദമായി എഴുതുന്നത്?
9. 'ഓൺലൈൻ പത്രത്തിന്റെ രൂപരേഖ തയാറാക്കുന്നത് ഒരു വെല്ലുവിളിയാണ്' അഭിപ്രായം രേഖപ്പെടുത്തുക.
10. വെബ് വാർത്തയെഴുത്തിന്റെ വ്യത്യസ്ത രീതികൾ വിവരിക്കുക.
11. വാർത്തകൾ ഒരു വെബ്സൈറ്റിൽ പ്രസിദ്ധീകരിക്കുമ്പോൾ ഉപയോഗിക്കുന്ന വിവിധ ബഹുമാധ്യമരീതികളെക്കുറിച്ച് വിശദീകരിക്കുക.
12. താഴെപ്പറയുന്നവ വിപുലീകരിക്കുക:

    a. w.w.w. b. HTML c. ARPANET d. CAR
13. ചെറുകുറിപ്പുകൾ തയാറാക്കുക:

    a. ബ്ലോഗ് b. സമൂഹമാധ്യമങ്ങൾ c. പ്രയോഗങ്ങൾ