



Where dream Chisels into reality

Youngster

YOUNGSTER • ESTABLISHED 2004 • NEW DELHI • April 2024 • PAGES 4 • PRICE 1/- • MONTHLY BILINGUAL (HIN./ENG.)

250 students got employment in the mega job fair of Tecnia Institute of Advanced Studies

Tecnia Institute organized a Mega Job Fair in various auditoriums of the Institute of Advanced Studies on Tuesday. In this Mega Job Fair, more than 250 students were placed in various companies. In this job fair, youth got employment opportunities in more than 50 companies across the country. On the other hand, in the job fair, students from various colleges of the state arrived in hopes of getting employment, with a number exceeding 700.

In this fair, final year students of undergraduate and postgraduate courses participated, while nearly 400 students from first and second years got internship opportunities in various companies. Some companies provided joining letters for jobs, while some companies still have results pending. The maximum package in this job fair was eight lakh rupees.

Aditya Birla Group, Bajaj Capital,



Outlook, Money Market Dot Com, Zomato, Media Skill Decks, Just Dial, Zaloc Hightech, True Blue, Media Manch Industry, Kotak Life, India Bulls, Apna Parivar Global, Loomex, Abbis Cash, V-Guard Consumer Products Limited, India Glycols Limited, and other companies participated in the Mega Job Fair. The coordinator and placement head of the Mega Job Fair, Professor Nivedita Mishra, said that such platforms are

very important in bridging the gap between education and industry. She emphasized the importance given by companies to practical experience.

On this occasion, the director of Tecnia, Professor Ajay Kumar, encouraged students to take advantage of the opportunity to interact with representatives of companies. Academic Dean Professor M.N. Jha advised students who were not selected not to lose hope and announced plans to

organize more such Mega Job Fairs in the future.

Professor Jha talked about startups and entrepreneurship. Department Head Dr. Shivendu Kumar Rai of the Communication Department congratulated the students on their selection and advised them to excel in their professional fields. Institute's PR officer Ms. Preeti Batra honored the representatives of the companies with floral bouquets."



Feature Writing Competition Of Literary Club



Tecnia Institute of Advanced Studies, organized a feature writing competition where topics like 'Lok sabha elections, mental health in youngsters, and climate change were given on the spot.

The Event was spearheaded by the Literary Club of the Institute, under the guidance of Mr. Amit Sharma, and supported by student coordinators, Anjali and Naman Kumar.

The article writing competition was open to all students of the Institute. Participants were required to write original articles that addressed the theme in either hindi or english language, as per their choice.

Students put on their creative gloves and wrote some great compelling feature articles that reflected on the topics they chose

respectively. Topics like 'Lok Sabha elections' and 'climate change' tested their general knowledge, whereas the topic 'mental health among youngsters' made them think deeper on this common issue.

The competition witnessed enthusiastic participation from students across various departments. The articles showcased a wide range of perspectives, reflecting the depth of thought and creativity among the student community.

The dedication of the Literary Club, along with the guidance of Mr. Amit Sharma and the active involvement of student coordinators Anjali and Naman Kumar, played a crucial role in making this event impactful and bringing out the creativity within the students.



Internet of things (IoT)**Smart technology in the home****Tejaswini Mani**

The concept of a "smart home" is challenging to define and create realistic expectations for, despite its widespread use in wealthier areas. Two narrative styles exist: fully automated homes with integrated appliances and targeted ICT use to address systemic problems, addressing concerns about user identity, control mechanisms, house boundaries, and ecological effects.

The idea of a smart home

The article discusses the role of users in building energy performance and the importance of precise language in discussing smart technology in buildings. Smart homes, which emerged in the 1930s, use a communications network connecting sensors, appliances, and other devices for remote monitoring and control. The concept evolved in the late 20th century, creating a significant consumer market, and investing in tools to enhance comfort, effectiveness, and enjoyment is crucial.

Critics argue that smart homes' future is less promising than anticipated due to a focus on technique and household evolution rather than technological progress. The vision emphasizes the transition from human to machine sensing and control, and the emergence of "ambient intelligence." However, integrating ICT applications and automated appliances remains a challenge due to business and technological challenges. As home boundaries expand, it's crucial to consider domestic smart technologies' purposes, users' roles, and energy performance.

Which issues are smart home technologies meant to solve?

Smart home technologies were initially designed for luxury living with a touch of efficiency and modern flavor, with "smart" referring to automation rather than ICT. The concept of remote control, sensing, and home automation in conjunction with the electrical network emerged later, often combined with other services like entertainment, health, security, comfort, or convenience. This trend is comparable to "greenwashing" and "funwashing" as electricity companies try to convince customers to purchase their products by adding more features to their "boring" management products. The trade-off between these two broad definitions of a smart home will determine how energy consumption occurs inside the house and how the network is managed outside of it. There is concern that this trend will increase demand for services and products that were previously unwelcome and increase the damage that modern energy services are causing to the environment and habitats. Reflexive approaches are needed to recognize path dependencies, uncertainty, conflicting values, and distributional issues. Most research on household interactions with electricity networks is done from a narrow technical or economic standpoint, and only a partial amount on the third.

Smart homes as residences: practicality and efficiency of use

The evaluation of smart home initiatives in terms of end-use efficiency is lacking, with a significant disparity between research papers calculating potential benefits based on trials or simulations conducted in regulated laboratory settings and the small number reporting on performance measurements and acceptability in real-world settings. Only one documented case of home automation that entire families have accepted and welcomed over a long period is mentioned. The focus of smart home testing procedures often



overlooks the intricacies of home life, where routines are shared and negotiated between residents and guests, often with conflicting priorities.

Home automation may not have a significant net effect on fuel and electricity consumption without a thorough in-use assessment. The lack of published assessments of smart homes suggests that they may only work for small segments of the public who are drawn to advanced technology for assisted living or its own sake.

Smart homes as components of electrical networks

The internet has expanded the boundaries of the home into cyberspace, allowing the outside world to sense and influence its activities. The house in cyberspace is now a location for resource flows and can be controlled externally. The term "user" has new meanings, as system operators can "use" the house and its occupants to help manage the system in a home where some functions are controlled externally. In the 1980s, ICT applications were mainly limited to high-voltage/transmission-level equipment in electricity grids. Today, they are found in distributed generators, distribution networks, storage, metering, and appliances that offer lighting, heating, and other services. Building performance can be impacted by connections between

occupants, the building, and the external electrical system. Users can modify their daily routines to reduce electricity consumption during peak demand periods or enter into contracts with suppliers or third parties to adjust their supply. Demand response, the process of modifying demand to correspond with supply, is essential for a building and its people as an essential component of the infrastructure or system of supply and demand. ICT combined with conventional communications offers social and environmental benefits, such as moving heavy loads away from periods of peak demand.

Conclusion

The literature on smart home technologies presents two narratives, each with overlapping actors, artifacts, goals, and processes. These narratives differ in their perspectives on smartness and its distribution between human and non-human actors. The operationalization of smart home technology is crucial for adopting sensible priorities for living with electricity and ICT. High-tech homes are expected to be more environmentally damaging than non-smart ones, as they may suffer building performance and temporarily disengage users from the experience of living. The search for interoperability and automated homes often fails to address pressing issues such as home security and health monitoring, which may have other solutions. The commentary discusses the role of smart-home technology in transitioning from demand- to supply-led systems, focusing on space- and water-heating loads and electric vehicles. Demand response extends our understanding of users and building performance, potentially stimulating complex but pragmatic responses to electricity-related issues. Understanding user behavior and the complex interactions involved in smart technology is essential for designing and evaluating building performance.



भारतीय मीडिया और मनोरंजन जगत का बदलता परिदृश्य



अमित शर्मा
संपादक

“

वो दिन गए जब लोग अपनी पसंद के सीरियल या प्रोग्राम देखने के लिए टीवी पर सप्ताह भर का इंतजार किया करते थे। तय समय पर सीरियल देखने के लिए वो अपने दैनिक कार्यक्रम में भी परिवर्तन कर लिया करते थे। इसलिए कि अगर वो सीरियल के नियत समय पर टीवी के सामने मौजूद नहीं रहेंगे तो अपना मनपसंद कार्यक्रम वो नहीं देख पाएंगे। लेकिन अब टीवी तो उनकी सुविधा के अनुसार उपलब्ध है। उनको अब टीवी के समय के हिसाब से नहीं चलना है। अब तो टीवी उनके समय के हिसाब से चलने को तैयार है। जब आपके पास समय हो, तब अपनी सुविधा से अपनी पसंद के कार्यक्रम देखिए। यहीं तो है ऑन डिमांड कॉन्टेंट। यानी समय भी आपकी पसंद का, जगह भी आपकी पसंद की और कार्यक्रम भी आपकी पसंद का। ६

”

भारतीय मीडिया और मनोरंजन जगत का चेहरा तेजी से बदल रहा है। ओटीटी प्लेटफार्मों के विस्तार ने पूरे परिदृश्य को बहुत तेजी से परिवर्तित किया है। पारंपरिक टेलिविजन नेटवर्क और सिनेमा उद्योग आज अपनी पुरानी पहचान बनाए रखने के लिए संघर्ष करते दिख रहे हैं। टीवी और सिनेमा देखने के पारंपरिक तरीके में एक नया बदलाव साफ नजर आ रहा है। लोगों में आन-डिमांड कॉन्टेंट देखने की आदत तेजी से बढ़ी है। इसका असर पारंपरिक टीवी नेटवर्क और सिनेमा उद्योग के अर्थशास्त्र पर भी साफ नजर आ रहा है। पारंपरिक साधनों के आय में गिरावट आयी है। वहीं दूसरी ओर नेटफ्लिक्स, अमेजन प्राइम, डिज्नी हॉटस्टार जैसे ओटीटी प्लेटफार्मों की लोकप्रियता में जबरदस्त वृद्धि हुई है।

वो दिन गए जब लोग अपनी पसंद के सीरियल या प्रोग्राम देखने के लिए टीवी पर सप्ताह भर का इंतजार किया करते थे। तय समय पर सीरियल देखने के लिए वो अपने दैनिक कार्यक्रम में भी परिवर्तन कर लिया करते थे। इसलिए कि अगर वो सीरियल के नियत समय पर टीवी के सामने मौजूद नहीं रहेंगे तो अपना मनपसंद कार्यक्रम वो नहीं देख पाएंगे। लेकिन अब टीवी तो उनकी सुविधा के अनुसार उपलब्ध है। उनको अब टीवी के समय के हिसाब से नहीं चलना है। अब तो टीवी उनके समय के हिसाब से चलने को तैयार है। जब आपके पास समय हो,



तब अपनी सुविधा से अपनी पसंद के कार्यक्रम देखिए। यहीं तो है ऑन डिमांड कॉन्टेंट। यानी समय भी आपकी पसंद का, जगह भी आपकी पसंद की और कार्यक्रम भी आपकी पसंद का। घर तो छोड़िए। आप ट्रेन, बस या मेट्रो से सफर कर रहे हैं। आपका टीवी आपकी जेब में उपलब्ध है। बस निकालिए और लीजिए आपकी पसंद का सीरियल, वेब सीरिज या फिल्म आपके लिए उपलब्ध है।

इस नयी तकनीक ने टीवी के साथ-साथ पारंपरिक सिनेमा को भी चुनौती दी है। हाल के दिनों में कई फिल्मों तो सीधे ओटीटी पर प्रदर्शित कर दी गयी हैं। कोरोना काल ने इस तकनीक को और बढ़ावा दिया। जब लोग घरों में बंद थे, सोशल डिस्टेंसिंग पर जोर था, लोगों ने इन ओटीटी प्लेटफार्मों को हाथों-हाथ लिया। बड़े-बड़े सितारों से सजी फिल्मों भी सिनेमाघरों की बजाए ओटीटी पर रिलीज हुईं। ओटीटी की सफलता ने टीवी और सिनेमा पर देखे जाने वाले कार्यक्रमों पर भी असर डाला है। एक नए तरह के कार्यक्रमों का निर्माण करने वालों की फौज बाजार में दिखायी देने लगी है। मीडिया और मनोरंजन जगत के लिए ये हर तरह के नए प्रयोग का दौर है।

ओटीटी क्या है?

ओटीटी" संक्षिप्त रूप है "ओवर द टॉप" का, जो इंटरनेट के माध्यम से दर्शकों को वीडियो सामग्री ऑनलाइन स्ट्रीम करता है। इसके माध्यम से दर्शक विभिन्न विषयों पर वीडियो, फिल्मों, टीवी शो आदि देख सकते हैं। इसका उपयोग स्मार्टफोन, टैबलेट, स्मार्ट टीवी आदि में इंटरनेट ब्राउज़र या एप्लिकेशन के माध्यम से किया जा सकता है। ऑनलाइन स्ट्रीमिंग सेवाओं के उदाहरण में नेटफ्लिक्स, अमेजन प्राइम, हॉटस्टार आदि शामिल हैं। ये अपने दर्शकों के लिए विभिन्न तरह के सबक्रिप्शन मॉडल उपलब्ध कराते हैं। इनमें सालाना और मासिक सदस्यता शुल्क के साथ-साथ हर व्यू पर शुल्क जैसी सुविधा भी उपलब्ध है। अगर आप विज्ञापन देखने को तैयार है तो कई ओटीटी प्लेटफार्मों दर्शकों को मुफ्त में भी अपनी सामग्री उपलब्ध कराते हैं। इसकी भरपाई वो विज्ञापनदाताओं से कर लेते हैं।

ओटीटी की सबसे बड़ी खासियत है इसके कॉन्टेंट का ऑन डिमांड उपलब्ध होना। साथ ही आप देख रहे कॉन्टेंट को किसी भी वक्त रोक सकते हैं और फिर अपनी सुविधा से दुबारा शुरू कर सकते हैं। आप इसे फारवर्ड या रिवाइंड भी कर सकते हैं। मजे की बात तो ये कि लाइव आ रहे प्रोग्राम के साथ भी ये सुविधा मौजूद है। यानी आप लाइव मैच देख रहे हैं। किसी वजह से कुछ देर के लिए आपको उठना पड़ता है। आप चाहे तो मैच को रोक कर चले जाएं। जब आप आएंगे तो आपके लिए मैच वहीं से शुरू होगा जहां पर आपने उसे छोड़ा था। सैटेलाइट और केबल टीवी नेटवर्क ये सुविधा नहीं दे पाते हैं। इसके साथ ही इन ओटीटी प्लेटफार्मों पर बहुत ही बड़ी संख्या में कॉन्टेंट उपलब्ध हैं। इन कॉन्टेंट में आप अपनी पसंद का कार्यक्रम और फिल्म चुन सकते हैं। ये ओटीटी प्लेटफार्मों अपनी कार्यक्रमों की क्वालिटी बनाए रखने के लिए भी सजग रहते हैं। इनपर लगातार नई वेब सीरीज और फिल्मों प्रसारित होती रहती है। इन नयी प्रसारित होने वाली वेब सीरीज और फिल्मों का इतना प्रचार विभिन्न माध्यमों से किया जाता है कि दर्शक इनका उत्सुकता से इंतजार करते हैं। इनपर नये कॉन्टेंट की भरमार रहती है।

ओटीटी ने दर्शकों की पसंद में भी बदलाव किया है। पहले हॉलीवुड की फिल्में घर-घर नहीं देखी जाती थीं। लेकिन इन ओटीटी प्लेटफार्मों पर विश्व सिनेमा की लगभग सारी प्रसिद्ध फिल्मों आपको आसानी से उपलब्ध हो जाती है। भाषा की समस्या भी खत्म है। ये फिल्मों कई भाषाओं में डब कर दर्शकों को पेश की जाती है। साथ ही हर फिल्म का आपकी अपनी भाषा में सबटाइटल भी मौजूद रहता है।

ओटीटी ने भारत में रीजनल फिल्मों का भी विस्तार किया है। दक्षिण भारतीय फिल्म इंडस्ट्री की फिल्मों आज हिन्दी भाषी क्षेत्रों में भी लोकप्रिय है। ज्यादातर फिल्मों हिन्दी में डब कर दर्शकों के सामने लायी जाती हैं। या फिर उनका हिन्दी और अंग्रेजी सबटाइटल मौजूद रहता है। इसी तरह मराठी, गुजराती,



बंगाली और अन्य भारतीय क्षेत्रीय भाषाओं की फिल्मों ओटीटी पर खूब देखी जाती हैं।

भारतीय बाजार में ओटीटी का प्रादुर्भाव

भारत में ओटीटी प्लेटफार्मों के प्रादुर्भाव ने पूरे भारतीय मीडिया और मनोरंजन जगत में एक परिवर्तन की लहर ला दी है। भारत में ओटीटी के विकास की कहानी बहुत तेजी से सामने आयी है। कुछ बरस पहले ही ये सेवाएं भारत में आयी और देखते ही देखते पूरे मीडिया और मनोरंजन का चेहरा ही बदल गया।

हाल के वर्षों में ओटीटी प्लेटफार्मों का भारत में तेजी से विस्तार हुआ है। इसका एक बहुत बड़ा कारण भारत में इंटरनेट की दर सस्ती होना है। भारत में इंटरनेट सेवाएं अब सुदूर इलाकों तक भी पहुंच रही हैं। डिजिटल इंफ्रास्ट्रक्चर को विकसित करने के लिए सरकार भी प्रयत्नशील है। एक अनुमान के अनुसार सन् 2025 तक भारत में इंटरनेट इस्तेमाल करने वालों की संख्या 900 मिलीयन तक हो जाएगी। इंटरनेट यूजर की ये नयी पीढ़ी डिजिटल सेवाओं का सुगमता से इस्तेमाल कर लेती है। ये डिजिटल कॉन्टेंट देखने की भी आदी है। इस कारण भी ओटीटी प्लेटफार्मों की भारत में डिमांड बढ़ी है। स्मार्टफोन भी पहले से सस्ते हुए हैं और ये अब हर तबके के लोगों के पास मौजूद हैं। इसके साथ ही इंटरनेट पर उपलब्ध कॉन्टेंट की नवीनता और विभिन्नता ने भी इन ओटीटी प्लेटफार्मों को लोकप्रिय बनाया है।

ये एक अजीब सी बात है लेकिन कोविड-19 महामारी ने भी भारत ने ओटीटी प्लेटफार्मों की लोकप्रियता को बढ़ावा दिया। लॉकडाउन की वजह से जब लोग घरों में बंद हुए उस वक्त ओटीटी के सबक्रिप्शन में तेजी से बढ़ोतरी हुई। आंकड़ों के अनुसार सन् 2020 में ओटीटी के सबक्रिप्शन में 30 प्रतिशत की बढ़ोतरी हुई थी। अमिताभ बच्चन और आयुष्मान खुराना जैसे बड़े सितारों से सजी फिल्म गुलाबो-सिताबो लॉकडाउन की वजह से जब थियेटर में रिलीज नहीं हो सकी तो उसे अमेजन प्राइम पर रिलीज किया गया। फिल्म को दर्शकों का अच्छा रिस्पांस मिला। इस फिल्म ने एक नया ट्रेंड शुरू कर दिया। इसके बाद ऐसी कई बड़ी फिल्मों हैं जिन्हें सिनेमाघर की बजाए ओटीटी पर ही रिलीज किया गया। कोविड-19 ने लोगों में सोशल डिस्टेंसिंग के प्रति लोगों में जागरूकता पैदा की। इसका नतीजा ये हुआ कि लोगों में डिजिटल मनोरंजन की डिमांड बढ़ी। इसके बाद से ओटीटी का सबक्रिप्शन शुरू करने वालों की संख्या में बहुत तेजी से बढ़ोतरी आयी है। इस वक्त भारत में विदेशी ओटीटी प्लेटफार्मों के अलावा देशी ओटीटी प्लेटफार्मों की भी भरमार है।

ओटीटी प्लेटफार्मों की लोकप्रियता

यू तो भारत में पहला ओटीटी प्लेटफार्म बीगफिक्स 2008 में रिलायंस इंटरटेनमेंट ने लांच किया। लेकिन लोगों में ओटीटी पहली बार तक लोकप्रिय हुआ जब नेक्सट जेनटीवी ने 2015 में आईपीएल की लाइव स्ट्रीमिंग की। इसके बाद हॉटस्टार, नेटफ्लिक्स और अमेजन जैसे ओटीटी प्लेटफार्मों ने इस लोकप्रियता को चरम पर पहुंचा दिया।

अमेरिका की वीडियो स्ट्रीमिंग सर्विस देने वाले नेटफ्लिक्स ने 2016 में भारत में अपने पांव रखे। इसके कार्यक्रमों की विभिन्नता और नवीनता ने बहुत जल्दी ही डिजिटल कॉन्टेंट देखने वाली नयी पीढ़ी में लोकप्रियता

हासिल कर ली। नेटफ्लिक्स ने शुरू में अपने विदेशी कार्यक्रमों पर भरोसा किया। लेकिन फिर उसने भारतीय दर्शकों की पसंद समझते हुए, हिन्दी में अपने कार्यक्रम शुरू किए। उसने खास तौर से भारतीय दर्शकों के लिए कॉन्टेंट तैयार किए। ये कॉन्टेंट काफी लोकप्रिय हुए।

धीरे-धीरे दूसरे प्लेटफार्मों ने भी भारतीय दर्शकों की पसंद-नापसंद के हिसाब से कॉन्टेंट विकसित करने की शुरुआत कर दी।

अमेजन प्राइम वीडियो भी 2016 में ही भारत में लांच हुआ। धीरे-धीरे इसने एक पारिवारिक ओटीटी प्लेटफार्मों के तौर पर अपनी पहचान बना ली है।

हॉटस्टार ने 2020 में अपने कदम भारत में रखे। आज डिज्नी हॉटस्टार के रूप में ये खासकर बच्चों के लिए सबसे लोकप्रिय प्लेटफार्मों है।

इसके अलावा कई भारतीय ओटीटी प्लेटफार्मों भी लोगों में अपनी पकड़ बना चुके हैं। अल्ट्रालाजी, आहा, होइचोई, एमएक्स प्लेयर जैसे ओटीटी प्लेटफार्मों भी लोगों में खासा लोकप्रिय हैं। कई रीजनल वीडियो स्ट्रीमिंग सर्विसेज भी अपने कदम मजबूती से जमा चुकी हैं।

ओटीटी का मीडिया और मनोरंजन जगत पर प्रभाव

भारतीय मीडिया और मनोरंजन जगत का एक सुनहरा इतिहास है। फिल्मों देखने के लिए सिंगल स्क्रीन सिनेमाघरों में लगने वाली भीड़ कोई ज्यादा पुरानी बात नहीं है। मल्टीप्लेक्स में भी सिनेमाघरों का जलवा कम नहीं पड़ा था। इसी तरह टीवी भी कभी लोगों की आम जिन्दगी का हिस्सा रहा है। ऐसे अनगिनत सीरियल हैं जो आज भी लोगों की यादों में बसे हैं। लेकिन बीते सालों में भारतीय मीडिया और मनोरंजन जगत परिवर्तन के दौर से गुजर रहा है। नयी तकनीक और डिस्ट्रीब्यूशन माध्यमों के आने की वजह से इसने कई बदलाव देखे हैं। लेकिन अब ओटीटी ने तो मीडिया और मनोरंजन के परिदृश्य को ही बदल कर रख दिया है।

पारंपरिक सिनेमा पर अमूमन बड़े फिल्मी घरानों और बाद में बड़े कॉरपोरेट्स का कब्जा रहा है। पारंपरिक टीवी नेटवर्क भी बड़े कॉरपोरेट्स के ही कब्जे में रहे हैं। निर्माण से लेकर डिस्ट्रीब्यूशन तक सब इनके ही प्रभाव में रहा है। इनकी कमाई बॉक्स ऑफिस के कलेक्शन, विज्ञापन और लाइसेंस फी के रूप में होती रही है। लेकिन ओटीटी प्लेटफार्मों के आने के बाद ये रेवेन्यू मॉडल बदल चुका है। सिनेमा और टीवी की पुरानी जमीन दरकने लगी है। निर्माता ये बात समझने लगे हैं कि बिना ओटीटी पर आए उनका कॉन्टेंट लोकप्रिय नहीं हो सकता। ऑन डिमांड कॉन्टेंट के जमाने में अब पारंपरिक सिनेमा और टीवी का मॉडल अंतिम दौर में है। पारंपरिक मीडिया और सिनेमा जगत के सामने ये बड़ी चुनौती है कि वो इस नयी तकनीक का सामना कैसे करता है। इस बदलती व्यवस्था ने मीडिया और मनोरंजन जगत के शक्ति केन्द्रों को भी बदल दिया है। कॉन्टेंट के निर्माण से लेकर उसके डिस्ट्रीब्यूशन तक में अमेजन, नेटफ्लिक्स और डिज्नी-हॉटस्टार जैसे बड़े ओटीटी प्लेटफार्मों अत्यंत मजबूत होकर उभरे हैं।

“Media Literacy : and its impact upon Generation Z”



Kamakshi Singh

What is Media Literacy?

“Media Literacy is not just important ,it’s absolutely critical .It is going to make the difference between whether kids are the tool of

mass media or the mass media is a tool for kids to use”. By Linda Ellerbee

Media literacy most commonly describe as the skill set that promotes critical engagements with messages produces by the media. At its most basic media literacy is the active inquiry and critical inquiry about the messages we receive and create .(hobbes and Jenson 2009).It is the ability to “access and analyse evaluate, create, and act using all forms of communication.” What is notable about these definitions, and what we will see often forms the basis of media literacy curricula, is a focus on the interpretive responsibilities of the individual. As O’Neill (2010) observes, children are expected “to negotiate the risks and opportunities of the online world with diminishing degrees of institutional support from trusted information sources.” Media literacy was expected to struggle with vast and complicated social issues. The media were perceived to be the cause of both society’s and children’s troubles, with education for media literacy as the solution. Teachers were expected to be able to place themselves outside of these processes of media influence and so be able to provide pupils with skills for critical viewing that empowered them, too. –Dafna Lemish, Children and Media: A Global Perspective, 2015

Media literacy was expected to struggle with vast and complicated social issues. The media were perceived to be the cause of both society’s and children’s troubles, with education for media literacy as the solution. Teachers were expected to be able to place themselves outside of these processes of media influence and so be able to provide pupils with skills for critical viewing that empowered them, too. –Dafna Lemish, Children and Media: A Global Perspective, 2015

RNI No.: DEL/BIL/2004/14598

Publisher: Ram Kailsah Gupta
on behalf of Tecnia Institute of
Advanced Studies, 3 PSP,
Madhuban Chowk, Rohini,
Delhi-85; **Printer: Ramesh
Chander Dogra; Printed at:**
Dogra Printing Press, 17/69, Jhan
Singh Nagar, Anand Parbat, New
Delhi-5

Editor: Amit Sharma
responsible for selection of News
under PRB Act. All rights
reserved.

Email :

youngster@tecia.in

Theories of Media Literacy

Because of its trans disciplinary nature, media literacy has been conceptualized in relation to four primary theoretical positions: as a means to counter the negative effects of mass media; as a way to counter the hegemonic power of mass media; as a way to recognize the structure and constructed nature of media messages; and as a way to acknowledge the role of play, identity, voice, and subjectivity in the practices of consuming and creating media. Each of these four traditions has its adherents and its detractors, which has contributed to some of the “great debates” in the field (Hobbs, 1998). During the 20th century, the rise of structuralism and post structuralism created renewed interest in these questions, exploring the relationship between language and other symbol systems as they connect to perception, cognition, and meaning-making. In the field of communications, Marshall McLuhan was perhaps the foremost scholar within this tradition. By practicing an inquiry approach to media, McLuhan theorized that learners might shift the perspective on the media environment in order to assess what is gained and lost through our uses of media technologies—ultimately in order to act more strategically about media use.

What is Social Media literacy Model?

Before knowing the social media literacy model we have to know what is social media and how it work .Social Media are interactive technologies that facilitate the creation and sharing of information ,ideas ,interest and other form of expressions through virtual communities and network. It is an interactive web 2.0 internet based applications . (Wikipedia). (model)Social Media Literacy (SMILE) model is introduced and embodies a first guiding framework for social media literacy. The model bridges the literature on (social) media effects with insights from traditional media literacy research, educational and social psychology literature (1) to conceptualize social media literacy, (2) to explain its development, and (3) to describe its role in social media user interactions. The model starts from the idea that social media literacy can maximize the opportunities and minimize or even prevent the risks of social media use. In its core, the SMILE-model intends to inspire more theory-driven research lines on the role of social media literacy in social media effects, ultimately aiming to contribute to young people’s overall well-being.

(Who are Generation Z)

Generation Z also called “Zoomers”,I generation or digital natives, that is the generation that was born between mid 1990 and 2010,have grown up with in the internet, connected with internet since they were born, to add to this the pervasiveness of the ever evolving portable handheld device define the generations’ characteristics, stances and attitudes as they have replace to a large extent traditional means of human communication, interaction and access to information .Despite living in diverse contexts from a cultural, social, economical and political perspectives ,they tends to bear common characteristics and striking similarities’

due to Globalization and technology . (N I K O S PANAGIOTOU & CHRYSOULA LAZOU)

How Media Literacy helps in making things visible?

Media literacy education makes visible what are often invisible structures, with a goal of creating watchful buyers, skeptical observers, and well-informed citizens. Current research has demonstrated positive outcomes of media literacy initiatives in a number of areas: as a flexible response for both teachers and M. Bulger & P. Davison / Journal of Media Literacy Education 2018 10(1), 1 -21 8 students following current events, as a method of linking critical thinking and behavior change for youth, and as a foundation for accurately digesting partisan content., Both in mainstream news and on social media, offered a particular challenge to the media literacy of the public. In a meta-analysis of media literacy interventions, Jeong, Cho, and Hwang (2012) found that media-related, critical thinking outcomes (awareness of messaging, bias, representation) were more likely than behavior-related outcomes (change in practice), but noted this may be because media literacy interventions typically focus on critical thinking rather than behavior change. Actual behaviors would yield insight into potential for media literacy interventions to achieve behavioral change.

(Future of media Literacy and its connection with generation Z)

In the world of Internet we can say, Generation z spends most of the time in scrolling different platforms .Beside using different applications we can say using &critically examine how to use media in best possible ways is regarding as a proper use of media literacy."It is crucial for achieving full and active citizenship... The ability to read and write – or traditional literacy – is no longer sufficient in this day and age... Everyone (old and young) needs to get to grips with the new digital world in which we live. For this, continuous information and education is more important than regulation. It is interesting to note the emphasis here on digital media – and also that information and education seem to be set up in opposition to regulation, or at least as an alternative to it: SOME CHALLENGES FOR ... median an impulse, Jg. 47, Nr. 2, 2009 2 in the key document, the European Audiovisual Services Directive (2007); and over the past couple of years, the Commission has been moving steadily towards the formulation of a binding policy on media literacy. There was an official ‘communication’ on media literacy in late 2007; followed in 2008 by a study of current trends in the field; and a ‘recommendation’ in Summer 2009.[ii] The latter is entitled the ‘recommendation on media literacy in the digital environment for a more competitive audiovisual and content industry and an inclusive knowledge



society’.

For the Future of Media Literacy , some of the important measures are to be followed-

- Developing skills in handling technology;
- Encouraging appreciation of the audio-visual heritage (albeit one which is typically identified only with the cinema);
- Protecting children against harmful content, and developing their awareness of online risk;
- Promoting the inclusion of hitherto excluded groups in using technology, and in the ‘knowledge society’;
- Promoting independent public service media;
- Enabling people to resist commercial persuasion, and raising awareness of new marketing practices;
- Encouraging active citizenship and participation in civil society;
- Promoting creative and artistic self-expression through the use of new media, and enabling people to communicate with audiences;
- Delivering the subject curriculum in more exciting and relevant ways for ‘twenty first century learners’;
- Promoting equality of opportunity, tolerance and diversity – and even human rights;
- Encouraging the development of a globally competitive media content industry;
- Helping people to make informed economic decisions as media consumers;
- Training workers (or developing ‘human capital’) for the emerging media and technology industries of the ‘knowledge economy.

(CONCLUSION)

Media Literacy educators need a better understanding of the past, to understand where we now and where we are going .We must continue to help students, become active authors of media messages, using the full range of digital media and technology tools for self expression, advocacy and education. We must continue to address issue that are central to experience of growing up in the world full of mass media, popular culture and digital media. Learning to analyze news and advertising ,examining the social functions of different aspects of propaganda ,opinion and information, examining the representation of gender, race and class in entertainment and information media understanding media economics and ownerships and exploring the way in which violence and sexuality are depicted in media messages continue to matter as important life skills(8).Accordingly Generation Z is hereby act as a cosmopolite for media literacy.