



# **SES COLLEGE SREEKANDAPURAM**

(Accredited by NAAC with 'B' Grade) Affiliated to Kannur University



## **Criterion 3**

### **Research, Innovation and Extension**

#### **3.3- Research Publication and Awards**

**3.3.3 Number of books and chapters in edited volumes/books published and papers published in national/ international conference proceedings per teacher during 2020-2021**

Conference Proceedings of  
**International Conference on Business  
Technology and Information Technology**  
(ICBTIT 2021)

# INTROSPEKSIE 21

9 – 10, September, 2021

Kerala, India

**Edited by:**

Dr.Peter Ooroth  
Jomy Joseph  
Promod Vellachal

©Committee of the ICBTIT-2021

Mahatma Gandhi College, Iritty, Kannur University, Kerala

De Paul Arts & Science College, Edathotty, Kannur University, Kerala

Tel: +91(0) 8547282559

[icbtit2021@gmail.com](mailto:icbtit2021@gmail.com)

**Published by**

1. De Paul Arts & Science College, Edathotty, Kannur, Kerala, India

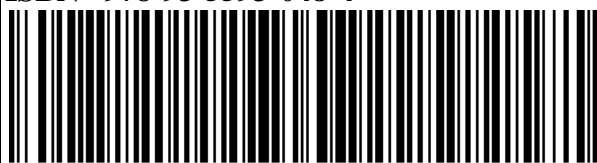
**Disclaimer**

The responsibility for opinions expressed in articles, studies and other contributions in this publication rests solely with their authors, and this publication does not constitute an endorsement by the ICBTIT-21 or Mahatma Gandhi College, Iritty & DASC Edathotty of the opinions so expressed in them.

Official website of the conference : <http://icbtit21.in>

**Conference Proceedings of the International Conference on Business  
Transformation & Information Technology (ICBTIT 2021)**

**ISBN 978-93-5593-048-4**



978-93-5593-048-4

Copyright @ ICBTIT -2021

All rights are reserved according to the Copy Right act of India, 2012

Tel: +91(0) 8547282559

Email: icbtit2021@gmail.com

**Hosting Partners:**

1. Mahatma Gandhi College, Iritty, Kannur (Dist.), Kerala, India
2. De Paul Arts & Science College, Edathotty, Kannur (Dist.), Kerala, India

## ICBTIT 2021 Committee

DR. R.BINDU	(Speaker, Conference Inaugural Address) <i>Honourable Minister for Higher Education for the state of Kerala, India</i>
PROF. GOPINATH RAVINDRAN	(Valedictory Speaker, ICBTIT-2021) <i>Vice-Chancellor, Kannur University, Kerala, India.</i>
PROF. LAKSHMI NARASIMHAN	(Keynote Speaker, ICBTIT-2021) <i>Fellow IEE &amp;BCS (UK), Fellow ACS (Australia), Distinguished Visitor-IEEE (USA), TAG Member of ISO and ANSI</i>
DR. SOUJI GOPALAKRISHNAN PILLAI	(Keynote Speaker, ICBTIT-2021) <i>Florida State University, USA</i>
DR. P.N. HARIKUMAR	(Keynote Speaker, ICBTIT-2021) <i>Professor, School of Business Management &amp; Legal Studies, University of Kerala</i>
DR. M. VENKATESAN	(Keynote Speaker, ICBTIT-2021) <i>Department of Computer Science, NITK, Surathkal, Karnataka</i>
DR. S.B. KISHOR	(Session Chair, ICBTIT-2021) <i>HoD, Department of Computer Science, Sardar Patel Mahavidyalaya, Maharashtra</i>
LT (DR) SHAMEER A.P	(Session Chair, ICBTIT-2021) <i>Kannur University, Kerala</i>
DR. HEMALATA A.V	(Session Chair, ICBTIT-2021) <i>Former HoD and Research Guide, PRNSS College, Kannur University</i>
DR. JINCE JOSEPH	(Session Chair, ICBTIT-2021) <i>Kannur University, Kerala</i>
MR.NISHIT ANAND	(Session Chair, ICBTIT-2021)
DR.PETER OOROTH	(Conference Patron, ICBTIT-2021) <i>Principal, De Paul Arts and Science College, Edathotty, Kannur University, Kerala</i>

DR. AJITHA V	(Conference Patron, ICBTIT-2021) <i>Principal, Mahatma Gandhi College, Iritty, Kannur University, Kerala</i>
MR.PRAMOD VELLACHAL	(Conference Chairman, ICBTIT-2021) <i>Assistant Professor of Mahatma Gandhi College, Iritty &amp; Syndicate Member, Kannur University, Kerala, India</i>
MR.JOMY JOSEPH	(Conference Convenor, ICBTIT-2021) <i>Vice-Principal, De Paul Arts and Science College, Edathotty, Kannur University, Kerala, India</i>
DR.ROY VARAKATH	(Conference Guidance, ICBTIT-2021) <i>Finance Officer, De Paul College, Edathotty</i>
CAPT. (DR) JITHESH	(Conference Co-Ordinator , ICBTIT-2021) <i>Assistant Professor of Mahatma Gandhi College, Iritty, Kannur University, Kerala, India</i>
DR.SWARUPA R	(Advisory Member, ICBTIT-2021) <i>Hod, Department of Commerce, M.G.College, Iritty.</i>
DR.ABRAHAM GEORGE	(Advisory Member, ICBTIT-2021) <i>Hod, Department of Commerce, De Paul College, Edathotty</i>
DR.SHIJO M.JOSEPH	(Advisory Member, ICBTIT-2021) <i>M.G.College, Iritty.</i>
DR.JAYASAGAR	(Advisory Member, ICBTIT-2021) <i>M.G.College, Iritty.</i>
MRS. NEETHU SARATH	(Advisory Member, ICBTIT-2021) <i>Department of Commerce, De Paul College, Edathotty</i>
MRS. SINI K.R	(Advisory Member, ICBTIT-2021) <i>Hod, Department of Computer, De Paul College, Edathotty</i>
MR.AKHIL ANTONY	(Technical Assistance, ICBTIT-2021) <i>Department of Commerce, De Paul College, Edathotty</i>
MR.MITHUNLAL	(Advisory Member, ICBTIT-2021) <i>Department of Commerce, De Paul College, Edathotty</i>
MISS. JINSHA GEORGE	(Advisory Member, ICBTIT-2021)

MRS. GEETHA

(Advisory Member, ICBTIT-2021)

*M.G.College, Iritty.*

MRS.SHELLY

(Advisory Member, ICBTIT-2021)

*Department of Computer, De Paul College, Edathotty*

### **Editorial Board –ICBTIT-2021**

1. Dr.Peter Ooroth,Principal, De Paul Arts and Science College, Edathotty, Kannur University, Kerala

2. Mr. Jomy Joseph,Vice-Principal, De Paul Arts and Science College, Edathotty, Kannur University, Kerala, India

3. MR.PRAMOD VELLACHAL *Assistant Professor of Mahatma Gandhi College, Iritty & Syndicate Member, Kannur University, Kerala, India*

(The Editorial Board is not responsible for the content of any research paper)

### **Scientific Committee – ICEDU 2018**

- ☐ Mr.C.VJoseph, *Mahatma College, Iritty.*
- ☐ Mr.ChandranThillankeri, *Mahatma College, Iritty.*
- ☐ Mr Mohanraj V.M, *De Paul Arts and Science College, Edathotty*
- ☐ Sri Ashokan N, *Mahatma College, Iritty.*
- ☐ Sri CS Sebastian, *Mahatma College, Iritty.*
- ☐ Dr Rehin K R, *Mahatma College, Iritty.*

## TABLE OF CONTENTS

A Study on Consumer Buying Behavior of Ayurvedic Product with Special Reference Kannur District-	1
A Study on Customer Awareness towards Green Cosmetic Brands with Special Reference to Nileshtar Municipality-	14
A Study on Effect of Covid 19 in the Virtual Marketing in India-	27
Usage of Digital Payment System among the Public – A Study with Special Reference to Kannur District	34
Impact of Working from Home during Covid-19 Pandemic	42
Comparative Study on Passengers’ Satisfaction towards KSRTC and Private Sector Bus Services With Reference To Kannur District	52
Online Shopping Motives during the COVID-19 Pandemic	61
Corporate Social Responsibility in Financial Literacy towards Public Sector Banks in Tirunelveli District	69
Difficulties in Administering an Appraisal Plan and Post - Appraisal Performance	79
Digital Payment Services during Covid 19 –A Study in India	86
Growth and Performance of Mini Industrial Estates under District Industries Centre in Kerala and Impact of COVID-19 Pandemic	97
Ease of Doing Business during Covid- 19 Pandemic and Role of Start Ups: Status With Reference To Kannur District	104
Study on Challenges of Young Entrepreneurs during Post Covid World with Special Reference to Manufacturing Industry	111
Impact of Covid- 19 In Indian Economy and Optimis Given by V- Model in GDP	120
Influence of Electronic Word Of Mouth on Online Purchase - A Study with Special Reference to Kannur District	128
A Review of Innovation Management Practices among Indian SMEs	139
Impact of Covid 19 on Indian Stock Market: A Sectoral Level Analysis	152
Impact of Covid-19 on Goods and Services Tax (GST) With Respect To Indian MSME Sector	161

The Influence of Herding Behaviour in the Individual Investors in Kerala, Especially in the Era of Covid.	171
Organic Farming – An Alternative for Sustainable Agricultural Systems	181
Aftermaths of Covid-19 Pandemic on the Livelihood of Agropreneurs in Kerala	189
Social Media Marketing; Growth and Reflection in Business	196
Socio-Economic Impact of Covid-19 on Dairy Industry in Wayanad District Of Kerala	205
Sustainable Economic Development of Fishermen through Microcredit	211
Study on Impact of Work from Home Culture on Job Satisfaction during the Covid-19 Pandemic with Special Reference to IT- Sector	221
The Influence of Parental Mediation of Adolescents' Social Media Usage on their Self Esteem	237
A Survey on Biometric ATM System using IRIS recognition	247
Data mining and E- commerce	253
How Predictive Analytics Helps the Telecom Industry in Churn Prediction	257
Query Processing for the Semantic Web: Towards the Conversion of Natural Language Query to SPARQL	266



## Online Shopping Motives during the COVID-19 Pandemic

Sajeesh T J<sup>1</sup>, Dr.Swarupa R<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Assistant Professor, Department of Commerce, SES College, Sreekandapuram,  
Kannur University

<sup>2</sup>Associate Professor, Department of Commerce, M.G College Iritty, Kannur  
University

### Abstract

Online shopping is the process of buying goods and services from manufactures who sell on the internet. It helps the seller to offer their goods and services to the persons who are searching it to satisfy their needs and wants. The present pandemic situation forced the people to stay away from society and they locked in their homes. The entire world faces the mandatory lockdown in order to protect the common people from this prevalent virus. It will affect the economy as a whole and especially the buying behavior of the customers. This is a great opportunity for the e-commerce companies and they should understand the behavioral changes to maintain a competitive edge. Online shopping has becoming a trend, so it is necessary to make a study on online shopping usage and perception. To study the online shopping motives during COVID-19 Pandemic both primary and secondary data were used. Primary data collected with the help of questionnaires from 100 respondents in Kannur district. The study revealed that 81 percent of the respondents were shifted to online shopping in the pandemic era. The study also pointed out that majority of the respondents was comfortable with the price offered by the online shopping sites and social distancing was the most beneficial factor from the online transactions in the era of COVID -19.

*Key words:* online shopping, covid-19, motives, buying behavior

### Introduction

Online shopping is the process of buying goods and services from manufactures who sell on the internet. During the present COVID-19 pandemic scenario, the entire world faces the mandatory lockdown in order to protect the common people from this prevalent virus. The circumstances related to the pandemic will affect consumer behaviour in the long term. Due to the fear of virus most of the consumers change their buying mode from offline to online. So the e-commerce

companies need to thoroughly understand the consumer behaviour patterns during this time to maintain a competitive edge. Onlineshopping has becoming a trend now, so it is necessary to make a study on online shopping usage and perception.

### **Literature Review**

( Gurleen, 2012)observed that in India more than 100 million internet users are there and eventual they will search for products and services through the internet.. People those who are using internet from 5 to 7 hours a day were found to be adopterforonlineshopping.Convenience, priceconsciousness, variety and paymentoptionsarethefactorsfoundtobeasignificantinonlineshopping. Majority consumers prefer to buy some selected products online because they will get heavy discounts in comparison to store purchases. Also, the consumers felt that there are good websites available which can be trusted for purchases. Online shopping helps to save money and time along with lesser effort is required in comparison to store purchases. And the role of retail store is reducing because the consumers can purchase the same product from their home in a single click.

Found that majority of the online shoppers have expectation of the following features in online shopping: ease of internet use, time saving, anytime and place. Demographic factors of online shoppers such as education, occupation and annual family income are found to have impact on their perceptions of the twenty one online factors. The online marketers may offer better product offering, identifying and understanding the gaps between expectations and perceptions of online shoppers, to meet the expectations of the existing and prospective online customers, more satisfactorily. This could lead to greater trust and satisfaction in online shoppers and growth and development of online market and industry.

( Pandey & Pal, 2020) found that the Covid-19 pandemic has led to a drastic change in the use of digital technologies and online sources due to the lockdown and social distancing to prevent the virus spread.People andorganizationsallover the worldhave had toadjustthemselves by findingwaysofworkandlife to survive in the pandemic situation. They exploredpossible ways to cope with the digital flowandthe ways and means to survive in this crisis. Most of the people forced to shift from the online mode to online mode with the help of digitalization.

(Chaudhary, 2020) observedthate-commerceindustryisgrowingtremendously in the global market. The cheap 4G internet package in India obviously gives

apush to these industries. The COVID-19 insisted the people to stay in their homes to prevent the spread of corona virus. They even not prefer to go out of the home buy the essential goods also. The reality of the COVID pandemic influenced the buying behavior of the people and they shifted to e-commerce sites for buying the goods

### **Objectives of the Study**

1. To understand customer perception towards online shopping.
2. To identify the factors influencing the consumer to e-shopping.
3. To identify the type of products purchased by consumers through online shopping.

### **Methodology**

#### **Type of Research**

Descriptive research design was used to study the perception of consumers on online shopping.

#### **Scope of the study**

The present study restricted to analyse the online shopping motives of the consumers in Kannur District of Kerala during the covid-19 pandemic situation.

#### **Source of Data**

Present study is descriptive study used both primary and secondary data.

#### **Sample Design**

Primary data were collected from 100 respondents in Kannur district with the help of questionnaire.

#### **Statistical Tools**

Data collected were analysed by using necessary statistical tools including average and percentage analysis.

## Data Analysis and Interpretation

Online shopping helps to trade goods and services through the electronic medium and it increases the shopping habits among public. The present study was very relevant in the present scenario to know the consumers preference towards online shopping regarding the benefits of online shopping, types of products prefer to buy more, the online shopping site prefer and online payment mechanism.

**Table 1**

*Frequency distribution of demographic details of respondents*

	Gender	Frequency
Gender	Male	60
	Female	40
Educational Qualification	Below graduation	39
	Graduation	50
	Post-Graduation	11
Age	Up to 20	38
	20-25	31
	25-30	27
	Above 30	4

*Source: Primary data*

The table depicts that out of 100 samples highest number of respondents (60%) are male and lowest number of respondents (40%) are female. Out of the respondents, majority of the respondents (50 percent) are under graduates. It could be noted that highest number of respondents (38 percent) belong to the age group up to 20, 31 percent of respondent belong to the age group of 20 - 25, 27 percent of respondents belong to 25 - 30 age group and 4 percent of respondents belong to above 30 age group.

## Benefits from online transactions in the Era of Covid-19

Online transactions during COVID provide security to the people. So people get lots of benefits from this.

**Table 2**

*Distribution of sample on the basis of benefits from online transactions*

	Strongly agree	Agree	Neutral	Disagree	Strongly disagree	Mean
--	----------------	-------	---------	----------	-------------------	------

Fastness	48	35	10	6	1	4.23
Time saving	59	34	4	3	0	4.49
No need to handle cash	61	31	5	2	1	4.49
Social distancing	72	24	2	2	0	4.66
Wide variety	69	20	5	4	2	4.5
Different brands	65	24	6	3	2	4.47
Reasonable Price	63	30	4	2	1	4.52
Product Information	59	28	8	4	1	4.4

*Source: Primary data*

The above table shows that social distancing is the main benefit enjoyed by the respondents from the online transaction with highest mean value of 4.66. Secondly, they enjoyed reasonable price (4.52) and it was followed by variety of selection with mean 4.5. The table also shows that the respondents less benefit enjoyed from the fastness of the transaction.

### **Types of Products Purchased Online**

Following table shows the various product categories purchased by the respondents through online shopping.

**Table 3**

*Distribution of sample on the basis of type of products purchased online*

Product categories	Always	Often	Sometimes	Rarely	Never	Mean
Dress	49	20	21	4	6	4.02
Books	4	16	24	16	40	2.28
Electronic items	19	29	27	14	11	3.31
Jewellery	4	13	16	16	51	2.03
Train/Bus tickets	13	14	27	14	32	2.62
Online recharge	35	21	27	12	5	3.69
Cosmetics	7	21	17	14	41	2.39

*Source: Primary data*

The above table shows that the majority respondents prefer to buy dress from online shopping sites with highest mean 4.02. Secondly, they prefer to buy online recharge with mean 3.69 and it is followed by electronic items (3.31).

### Convenience of the E- Shopping Site Used for Online Shopping

During covid-19 Pandemic situation, people shifted to online shopping. Hence so many online shopping media are available now. It is very essential to identify the convenient site for online shopping.

**Table 4**

*Distribution of sample on the basis of convenience of site for online shopping*

	Significantly	Very well	Moderately	Marginally	Mean
Flipkart	53	28	11	8	3.26
Amazon	35	35	18	12	2.93
Alibaba	10	12	29	49	1.83

*Source: Primary data*

Table 5 reveals the convenience of the site used for online shopping during covid-19. Majority respondents are convenient with the Flipkart for online shopping with a highest mean value of 3.26. Secondly, they are convenient with the Amazon (2.93). Only 22% of the respondents are convenient with the Alibaba with a mean value of 1.83.

### Usage of Different Payment Mechanism

There are several ways to make payments online. Many of them have been used by people more than once.

**Table 5**

*Distribution of sample on the basis of payment methods*

Type of payment	Always	Often	Sometimes	Rarely	Never	Mean
Credit/ Debit cards	36	17	23	12	12	3.53
Internet banking	4	34	19	24	19	2.8
EMI	3	4	21	36	36	2.02
Cash on Delivery	47	31	15	5	2	4.16

*Source: Primary data*

It shows that majority of the respondents always prefer cash on delivery method (4.16) and it is followed by credit/ debit cards with mean value of 3.53. A moderate number of respondents often use internet banking method too. The table also reveals that respondents rarely use EMI payment mode to conduct online shopping.

## Findings of the Study

1. The study found that 60percentrespondentsweremaleand40percent werefemale. 38 percent of the respondents were from the agegroup of up to 20years.50 Percent of the respondents are graduates.
2. Social distancing, reasonable price and variety selection were the main benefit enjoyed by the respondents from the onlinetransaction .Least benefit enjoyed from the fastness of the transaction.
3. Majority respondents were preferred to buy dress items, recharge andelectronics through online.
4. The study found that Flipkart and Amazon was the most convenient site for online shopping and Alibaba was the leastconvenient site usedforonlineshopping.
5. The study revealed that the respondents were preferred cash on delivery and credit/debit cards.Least preference was given to EMI mode of payment.

## Conclusion

Online shopping has given opportunities to the consumers to buyanything, that is any type of item or product regardless of its location.During this pandemic period customers are spending more time online, and intend to shop online. Due to the COVID-19 pandemic, existing buying behaviors of customers are changed. Customers give priority to safety rather than any other. So the manufacturers need to understand consumer behavior at this particular time. The study suggests that Covid 19 changed the buying behaviour of consumers; they prefer online shopping to ensure safety .So online shopping sites try to increase the fastness of the transactions, ensure the quality of the product and try to rectify the negatives as far as possible to boost the online shopping trend.

## References

- Chaudhary, H. (2020). Analyzing the Paradigm Shift of Consumer BehaviorTowards E-Commerce During Pandemic Lockdown. *SSRN Electronic Journal*.  
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3664668>
- Singh, K. (2018). CONSUMERS PERCEPTION TOWARDS ONLINE SHOPPING- THE CASE OF PUNJAB. *INTERNATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT*

& *INFORMATION TECHNOLOGY*, 1(1), 1-6.

<https://doi.org/10.24297/ijmit.v1i1.1452>

Aryani, D., Nair, R., Hoo, D., Hung, D., Lim, D., & Chandran, D. et al. (2021). A Study on Consumer Behaviour: Transition from Traditional Shopping to Online Shopping During the COVID-19 Pandemic. *International Journal Of Applied Business And International Management*, 6(2), 81-95.

<https://doi.org/10.32535/ijabim.v6i2.1170>

De', R., Pandey, N., & Pal, A. (2020). Impact of digital surge during Covid-19 pandemic: A viewpoint on research and practice. *International Journal Of Information Management*, 55, 102171.

<https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102171>



## **Growth and Performance of Mini Industrial Estates under District Industries Centre in Kerala and Impact of COVID-19 Pandemic**

Seena P.P<sup>1</sup>, Dr.Swarupa R<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Assistant Professor, Department of Commerce, S.E.S College, Sreekandapuram

Associate Professor and Research Guide, Mahatma Gandhi College, Iritty

### **Abstract**

In order to promote industrialisation Govt. adopts several policy measures among this one of the important one is establishment of industrialisation. Government of Kerala takes keen interest to promote small scale enterprises. Government of Kerala established major and mini industrial estates throughout the state to promote entrepreneurship. District industries centre, one of the leading Govt agencies which develops mini industrial estates to provide infrastructure facilities for small-scale industries in the State. Growth and performance of mini industrial estate under DIC in terms of Number of Industrial Estates , Total Number of SSI Units, Number of working units, total Employment and income generated were analysed on the basis of geographical classification such as north, central and southern region of Kerala .Study also observed the impact of Covid-19 Pandemic on industrial units under DIC .Study revealed that southern region occupy more industrial estate but number of small scale industrial units, number of working units, employment and income generated were very high in central region. Analysis showed that northern region was industrially backward and the numbers of industrial estates were low. Central region effectively utilise the available facilities and performed very well. Govt allotted more facilities at southern region but they failed to utilise in an effective manner.

*Keywords:* industrial estate, growth, mini industrial estates, DIC, small enterprises

### **Introduction**

Many advanced countries adopted the idea of industrial estate to encourage entrepreneurship. Industrial estate is an institutional measure to promote industrialisation in the country. In India, industrialization has been utilized as an effective tool for the promotion and growth of entrepreneurship. In order to promote

industrialisation Govt. adopted several policy measures among this important one is establishment of industrial estates. Industrial estate facilitate pool together large number of industrial units and share some common facilities like power, transportation facilities, water etc. The term industrial estate also known as industrial park, industrial zone or special economic zone etc. Setting up of industrial estates attracts people to start business organisation. This will create employment opportunities and also ensure balanced regional development. Small Industries Development Corporation established major and mini industrial estates in Kerala. Districts Industries centre also undertake the establishment of mini industrial estate. Industrial estate decentralise industrial activity to rural and backward areas. In Kerala 91 mini industrial estates and 887 small scale industrial units functioned and providing total employment of 3651 as on 31<sup>st</sup> march 2020.

### **Objectives of the study**

1. To analyse the performance of industrial estates in terms of number of units, employment and income generation.
2. Compare the performance of industrial estate on the basis of region
3. Impact of Covid-19 Pandemic on industrial units under DIC.

### **Methodology**

#### **Type of Research**

Descriptive research design was adopted in this study.

#### **Area of Study**

In Kerala 91 industrial estates under District Industrial Centres, distributed in 14 districts of Kerala. To study the growth and performance of industrial estates in locational point of view Kerala divided in to three region northern region, central region and southern region. Northern region includes district of Kannur, Kasaragod, Wayanad, Kozhikode and Malappuram. Districts of Palakkad, Thrissur, and Ernakulam are included in central region; and districts of Thiruvananthapuram, Kollam, Alappuzha, Pathanamthitta, Kottayam and Idukki are included in southern region. The base for this classification is earlier division of

Kerala as Malabar, Cochin and Travancore region. Present study considers the mini industrial estates under the District Industries Centre.

### **Source of Data**

The present study based on secondary data. The main source of data includes economic review 2020, journals, official website of Directorate of Industries and commerce etc.

### **Statistical Tools**

Information gathered was tabulated and analysed by using percentage

### **Review of Literature**

(Jeeva, 2014) made a study on Growth of Industrial Units Functioning Under Industrial Estate Programme in Virudhunagar District. The researcher tried to evaluate the growth of Industrial units functioning under based on secondary data from the District Industries Centre and annual growth rate is used to evaluate the growth of the industrial units. In order to increase the number of units in industrial estates, study suggested to liberalise the allotment procedure of sheds in industrial estates.

(G.Jagatheesh, 2007) mainly focused to review the industrial estate program and analyse how this program helps SSI units, reveal the socio-economic background of the employees, identify various factors affecting quality of work life of employees working in the major conventional Industrial estates of Kerala, locate most important factors of quality of work life and compare the position of different factors affecting quality of work life when employees are grouped on the basis of their personal, job related and organisational profiles. The study applied multi-stage random sampling technique to collect primary data. The study observed that employees were not satisfied with their opportunity to use and improve their capacities, compensation, opportunities for continued growth and security and total life space. While considering the other factors of quality of work life they had an average level of satisfaction. The study concluded that small increase in the compensation, created a feeling among the workers that management was always concerned with workers personal problems, provision of promotion opportunities etc. It can change the

attitude of the workers positively and can increase the level of quality of work life without much cost to the entrepreneurs.

(Meera Bai & Dr.Sankaranarayanan, 1987) conducted a study on an economic evaluation of industrial estates in Kerala. The study mainly focused on to make an assessment of the program with regard to the realisation of the objectives of the industrial estates, examined the industrial efficiency and economic viability of small scale industries in the estate, also study the current problems of the small scale industries in the estates. The study concluded that economic performance of the industrial units located in the estates was satisfactory

### **Meaning and definition of industrial estate**

Industrial estate is a place where the Govt. provided adequate facilities and accommodation to entrepreneurs to start their business organisation there. Industrial estate is an effective tool to decentralise industrial activities. Generally the industrial estate is a multipurpose tool to solve number of problems such as provision of suitable factory premises, infrastructural facilities, increased scope for inter servicing and inter trading, decentralisation of industry for the development of backward areas, rural industrialisation, achieve a specific locational pattern, town planning ,removal of slums and creation of the spirit of cooperation .Industrial estate is a place where a large number of enterprises can avail themselves various common facilities which cannot be easily obtained by a small industrialist.

### **Objectives of Industrial Estate**

The primary object of the program of industrial estate is to provide factory accommodation to small enterprises at suitable sites with facilities of electricity, water, steam, transport, post office, bank, canteen etc. Thus create a healthy atmosphere for the development of industries .The industrial estate bring a number of industrial units together and facilitate establishment of common facility centres ,introduction of modern techniques, collective purchase of raw materials and sale of finished goods .The program also aims at the dispersal of industries to comparatively under developed regions by development of these industrial growth centres and thus it

helps in raising the living standard of the people in those areas. The objectives underlying the establishment of industrial estate in India is as follows

1. To support the growth and development of small scale industries.
2. To move small scale industries from overcrowded areas to estate premises with a view to increasing their productivity
3. To attain decentralised growth in small towns and large villages
4. To give space and infrastructural facilities to the entrepreneurs
5. To promote development of ancillary industries in the township, nearby major industrial undertakings.
6. To provide incentives for the development of industry as well as entrepreneurs.

### **District Industries Centres (DIC)**

For the growth and promotion of small scale industries at district level in rural areas the District Industries Centres program was started on May 8 1978 with a view to provide integrated administrative frame work. It is a single window interacting agency with the entrepreneur .DIC acted as a single roof through which Services and support provided to small entrepreneurs.

### **Growth and Performance of Mini Industrial Estates under District Industries Centre in Kerala**

**Table 1**

*Details of Mini Industrial Estates under DIC Regional-wise as on 31 march 2020*

Name of Region	Number of Industrial Estates		Total Number of SSI Units		Number of working units		Total Employment (Numbers)		Income Generated (in lakh)	
	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%	Total	%
Northern	22	24.18	205	23.1	173	23.01	519	14.22	960.92	15.90

Region	1									
Central	40.4									
Region	33	36.26	369	41.60	304	3	2091	57.27	2999.838	49.64
Southern										
Region	39	42.86	317	35.74	280	37.23	1047	28.68	2089	34.57
Total	91	100	887	100	752	100	3651	100	6042.76	100

*Source: Directorate of industries and Commerce, Thiruvananthapuram*

It is observed from table that number of industrial estates high in southern region(42.86 percent)at the same time number of industrial estates in central region was 36.26 percent but the performance of central region is very good in terms of number of unit (41.60 percent),employment (57.27 percent) and income generation(49.64 percent).The table also showed that number of industrial estates, number of units, employment and income generation were very low in northern region as compared to other regions.

### **Impact of COVID 19 on Industrial Units under DIC**

The present COVID 19 pandemic and the lockdown have resulted considerable decline the growth of mini industrial estates under DIC in terms of the number of units, employment and income generation. Due to the lockdown small enterprises several losses such as business losses, seasonal business opportunities reduced because of the perishable nature of the businesses. Shortage of raw material, uncollected receivables, tied up inventory, supply chain issues etc were also faced by small entrepreneurs in mini industrial estates under DIC.

### **Findings and Suggestions**

Study Analysed the Growth and performance of mini industrial estates under DIC in Kerala on the basis of geographical classification in terms of total areas allotted, the number of working units, number of employees, number of shed allotted to working units and income generated. Result showed that southern region occupy more industrial estate but number of small scale industrial units, number of working units, employment and income generated is very high in central region. Analysis

showed that northern region was industrially backward and the number of industrial estates was low. Central region effectively utilise the available facilities and performed very well. Govt allotted more facilities at southern region but they failed to utilise in an effective manner. Industrial backwardness of northern region can overcome by promoting more small scale enterprises in northern region. While designing the policy measures for the development of industrialisation Govt. must consider the industrial backwardness and limited distribution of industrial estates in northern region. Govt should ensure adequate consideration to the northern region. Provide more support to central region, because the result revealed that there exist favourable environment to grow business organisation. DIC should ensure the effective utilisation of the facilities provided to the southern region, because they enjoyed more facility but generated comparatively low income. The present COVID-19 scenario adversely affects the growth of small enterprises in mini industrial estates under DIC.

## **Conclusion**

Industrialisation played a vital role in economic development of the Kerala. In order to promote industrialisation Govt. established industrial estates, it is a safe platform for an entrepreneur. It attracts skilled entrepreneurs to start business organisation. Through the establishment of industrial estates several severe problems such as problem of unemployment and regional disparities etc faced by the state can be resolved. The study emphasised that equal consideration must given to all regions to avoid the concentration of industrialisation in particular locality. The ultimate aim of the establishment of industrial estate is achieved only when occur the decentralisation of industries.

## **References**

- Desai, D. (2008). *Small-Scale Industries and Entrepreneurship*. Himalaya Publishing House.
- G. C. (2007). *Quality of work life in the Industrial Estates of Kerala*. Delhi: Shodhganga. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10603/7124>
- Govt. of Kerala. (2020). *Economic reviw*. Thiruvananthapuram: Kerala State Planning Board.

Jeeva, P. (2014). Growth of Industrial Units Functioning Under Industrial Estate Programme in Virudhunagar District. *Indian Journal of applied research*, 476-479.

Khanka, D. (2014). *Entrepreneurial Development*. New Delhi: S.Chand.

Meera Bai, M., & Dr.Sankaranarayanan, K. C. (1987, July 7). Retrieved from <https://dyuthi.cusat.ac.in/xmlui/handle/purl/3282>:

Pai, S. R. (2015). *Working of industrial estates in Goa An analytical study*. New Delhi: Shodhganga. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10603/194136>



ഫെബ്രുവരി 2022

ഒരു വികസന പത്രിക

₹ 22

## ദേശീയ വിദ്യാഭ്യാസനയം - 2020

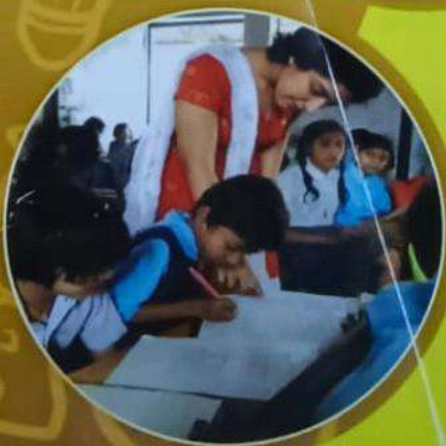
മുല്യാധിഷ്ഠിത സാർവത്രിക വിദ്യാഭ്യാസം  
ഡോ. അവിനാഷ്കുമാർ സിങ്

ജീവിതനൈപുണി വിദ്യാഭ്യാസം  
ഡോ. എ. രാധാകൃഷ്ണൻ നായർ

മാധ്യമലോകത്തെ തൊഴിൽസാധ്യതകൾ  
പ്രവിൺ പി.എഫ്.



അദ്ധ്യാപന പരിശീലനം  
സന്തോഷ് സാരംഗി



പൊതുവിദ്യാഭ്യാസ രംഗം - കേരള മാതൃക  
ഡോ. അജീഷ് പി. ടി.



# മാധ്യമലോകത്തെ തൊഴിൽസാധ്യതകൾ

പ്രവീൺ പി. എഫ്.



“മാധ്യമപ്രവർത്തനമെന്നത് ഒരു തൊഴിൽ മേഖല എന്നതിലുപരി ഒരു ദൗത്യമാണ്” എന്ന പ്രശസ്ത വാചകത്തിന് അടിവരയിടുന്ന പ്രവർത്തനങ്ങളാണ് പ്രസ്തുത മേഖലയുടെ മുഖമുദ്ര. ഒരു ജനാധിപത്യ സമൂഹത്തിൽ മാധ്യമങ്ങളുടെ ശക്തിയും പ്രാധാന്യവും പകരംവയ്ക്കാൻ മറ്റൊരു സംവിധാനവുമില്ല എന്നതുതന്നെയാണ് ജനാധിപത്യത്തിന്റെ നാലാംതൂണായി മാധ്യമങ്ങളെ വിശേഷിപ്പിക്കുവാനുള്ള കാരണവും. സാങ്കേതികമായി ജനാധിപത്യം നിലകൊള്ളുന്നത് ജൂഡീഷ്യറി (കോടതി), എക്സിക്യൂട്ടീവ് (അധികാര വൃന്ദം), ലെജിസ്ലേറ്റീവ് (നിയമ നിർമാണം) എന്നീ സ്തംഭങ്ങളിലാണ്. സ്വതന്ത്രവും ശക്തവുമായ അസ്തിത്വവും ബോധവൽക്കരണവും മുഖേന ജനങ്ങളുടെ ചിന്താപ്രക്രിയയെ സ്വാധീനിച്ച് സമവായരൂപീകരണം നടത്തുവാനുള്ള ഫലപ്രദമായ മാർഗമെന്ന നിലയ്ക്ക് ജനാധിപത്യത്തിന്റെ നാലാംതൂണായി മാധ്യമങ്ങൾ മാറിയെന്നതിൽ അതിശയോക്തിയില്ല.

നമ്മുടെ രാഷ്ട്രപിതാവ് മഹാത്മാഗാന്ധിയും രാജാറാം മോഹൻറോയും ജവഹർലാൽ നെഹ്റുവും ബാലഗം ഗായർ തിലകും ഉൾപ്പെടെയുള്ള നിരവധി രാഷ്ട്രനിർമാതാക്കൾ ഒരു സാധാരണ ജനസമ്പർക്ക ഉപാധി എന്നതിലുപരിയായി ജനാധിപത്യവിപ്ലവത്തിന്റെ ചാലകങ്ങളായി മാധ്യമങ്ങളെ ഉപയോഗിച്ചു. ജനങ്ങൾക്കുവേണ്ടി ശബ്ദിക്കുന്ന അവരുടെ സ്വന്തം സ്വരമായി മാറുന്ന മാധ്യമലോകത്തെ വക്താവാകുകയെന്നത് മഹത്തരമായ കാര്യമാണ്. ജനാധിപത്യത്തിന്റെ കാവൽക്കാരായി-ഇംഗ്ലീഷിൽ ‘വാച്ച് ഡോഗ്’- അനീതിക്കും അസമത്വത്തിനുമെതിരെ ശബ്ദമുയർത്തുന്നവരായി മാറാൻ മാധ്യമരംഗത്തെ തൊഴിലവസരങ്ങൾ യുവതലമുറയെ കാത്തിരിക്കുന്നു. ഒപ്പം സർഗാത്മകമായ കഴിവുകളെ ഊതിക്കാച്ചിയെടുക്കാൻ ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായ തൊഴിലിടവും മാധ്യമരംഗം തന്നെ. മാധ്യമലോകത്തെ പുതു തൊഴിൽമേഖലകൾ ക്രിയേറ്റിവിറ്റിയുടെ വാസഗേഹങ്ങളാണ്. എഴുതുവാനുള്ള കഴിവുള്ളവർക്ക് മാത്രമേ മാധ്യമരംഗത്ത് പ്രശോഭിക്കാനാകൂവെന്ന ധാരണകളെ കാറ്റിൽപറത്തുന്ന ബഹുജനമാധ്യമ തൊഴിലവസരങ്ങളെക്കൂടി നമുക്ക് പരിചയപ്പെടാം.

**ബഹുജന മാധ്യമങ്ങൾ:-** സമൂഹത്തിലെ വലിയൊരുവിഭാഗം ജനങ്ങളുമായുള്ള ആശയവിനിമയത്തിനുപയോഗിക്കുന്ന മാർഗങ്ങളാണ് ബഹുജന മാധ്യമങ്ങൾ. പത്രങ്ങൾ, മാസികകൾ, റേഡിയോ, ടെലിവിഷൻ, സിനിമ, നവമാധ്യമങ്ങൾ എന്നിവയിലൂടെ വിവരങ്ങളും ആശയങ്ങളും ആളുകളിലേക്കെത്തിക്കുന്നു. വിവരസാങ്കേതികവിദ്യയുടെ വരവോടുകൂടി മാധ്യമ തൊഴിൽമേഖലയിലും അഭ്യുദയപൂർവമായ വളർച്ചയാണ് ഉണ്ടായിക്കൊണ്ടിരിക്കുന്നത്.



## അച്ചടി മാധ്യമങ്ങൾ

ആധികാരികവും സമഗ്രവുമായ വിശകലനങ്ങളും വ്യാഖ്യാനങ്ങളുമാണ് അച്ചടിമാധ്യമങ്ങളായ പത്രങ്ങളുടെയും മാഗസിനുകളുടെയും മുഖമുദ്ര. മാധ്യമപഠനം പൂർത്തിയാക്കിയവർക്ക് പത്രപ്രവർത്തനരംഗത്ത് ലേഖകനായും സബ് എഡിറ്ററായും ഫ്രീലാൻസ് ജേണലിസ്റ്റായും ഫോട്ടോഗ്രാഫറുമൊക്കെയായി ജോലിചെയ്യാൻ അവസരമുണ്ട്.

**റിപ്പോർട്ടർ:** വാർത്തകൾ ശേഖരിക്കുകയും എഴുതുകയും ചെയ്യുക എന്നതാണ് ലേഖകന്റെ ധർമം. പത്രത്തിന്റെയും മാസികയുടെയും സ്വീകാര്യതയും വിശ്വാസ്യതയും ലേഖകൻ തൊഴിലിനോട് കാണിക്കുന്ന ആത്മാർത്ഥതയെ ആശ്രയിച്ചിരിക്കുന്നു. ഒരു പത്രസ്ഥാപനത്തെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം അതിന്റെ ജീവരക്തമാണ് ലേഖകർ. പ്രാദേശിക, സംസ്ഥാനത്തു, ദേശീയ, വിദേശ ലേഖകർ, സ്പെഷ്യൽ റിപ്പോർട്ടർ എന്നിങ്ങനെ ലേഖകരുടെ വലിയൊരു ശ്രേണിതന്നെ ഒരു പത്രസ്ഥാപനത്തിലുണ്ടാവും.

**സബ് എഡിറ്റർ:** ഒരു പത്രമാധ്യമ സ്ഥാപനത്തിൽ ബ്യൂറോ, ഡെസ്ക് എന്നിങ്ങനെ രണ്ട് വിഭാഗങ്ങളാണുള്ളത്. റിപ്പോർട്ടർമാരുടെ തൊഴിലിടമാണ് ബ്യൂറോ. ഡെസ്കിൽ ജോലിചെയ്യുന്ന മാധ്യമപ്രവർത്തകരാണ് സബ് എഡിറ്റർമാർ. ജേണലിസം പൂർത്തിയാക്കിയ വ്യക്തിക്ക് സബ് എഡിറ്റർ തസ്തികയിൽ ജോലിയിൽ പ്രവേശിക്കാനാകും. റിപ്പോർട്ടർമാർ എഴുതിനൽകുന്ന വാർത്തയിലെ ആധികാരികതയും സത്യവും പരിശോധിച്ച് തെറ്റുകൾ തിരുത്തി വാർത്ത രൂപപ്പെടുത്തുന്ന പ്രക്രിയയാണ് സബ് എഡിറ്ററുടേത്. മുൻകാലങ്ങളിൽ പത്രങ്ങളുടെ പേജ് ഡിസൈൻ ചെയ്യുന്നതിനായി ഡിസൈനർമാർ ഉണ്ടായിരുന്നു. എന്നാൽ ഇന്ന് മിക്ക പത്രസ്ഥാപനങ്ങളിലും പേജ് ലേഔട്ട് (വാർത്തകളും ചിത്രങ്ങളും പേജുകളിൽ ക്രമീകരിക്കുന്നത്) ചെയ്യുന്നത് സബ് എഡിറ്റർമാരാണ്.

**ഫ്രീലാൻസ് ജേണലിസ്റ്റ്:-** അച്ചടിമാധ്യമ സ്ഥാപനങ്ങളുടെ ഭാഗമായി മാറാതെ സ്വതന്ത്രമായും മാധ്യമ പ്രവർത്തനത്തിലേർപ്പെടാനാവും. എഡിറ്ററുടെ നിർദ്ദേശം അനുസരിച്ചോ സ്വയമേവയോ വാർത്തകൾ തയ്യാറാക്കി വിവിധ സ്ഥാപനങ്ങൾക്ക് നൽകുന്നവരാണ് ഇത്തരക്കാർ. തൊഴിൽപരിചയവും വാർത്തയുടെ മൂല്യവും അനുസരിച്ചാവും ഇവരുടെ പ്രതിഫലം.

**ഫോട്ടോഗ്രാഫർമാർ:-** മാധ്യമപ്രവർത്തനം പഠനവിഷയമാക്കി ഫോട്ടോഗ്രാഫിയിൽ സ്പെഷ്യലൈസ് ചെയ്യുന്നവരുണ്ട്. ജേണലിസം പഠിച്ച ഫോട്ടോഗ്രാഫർമാർക്ക് ഡിമാന്റ് ഏറെയാണ്. കാരണം വാർത്താപ്രാധാന്യമുള്ള ചിത്രങ്ങൾ പെട്ടെന്ന് കണ്ടെത്താനും തിരിച്ചറിയുവാനും ഇത്തരക്കാർക്ക് കഴിയും.

**ഗവൺമെന്റ് സർവീസിലും അവസരങ്ങൾ:-** ജേണലിസം കഴിഞ്ഞവർക്ക് കേന്ദ്ര-സംസ്ഥാന ഗവൺമെന്റ് ജോലി ലഭിക്കാൻ അവസരങ്ങളുണ്ട്. സംസ്ഥാന ഗവൺമെന്റിന്റെ ഇൻഫർമേഷൻ ആൻഡ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് വകുപ്പിലാണ് നിയമനം ലഭിക്കുക. ജില്ലാതലങ്ങളിലും ഓഫീസുകളുണ്ട്. അസിസ്റ്റന്റ് എഡിറ്റർ / എഡിറ്റർ, അസിസ്റ്റന്റ് ഇൻഫർമേഷൻ ഓഫീസർ, ജില്ലാ ഇൻഫർമേഷൻ ഓഫീസർ തുടങ്ങിയ തസ്തികകളാണ് ജില്ലാ ആസ്ഥാനത്തുള്ളത്.

കേന്ദ്ര ഗവൺമെന്റിൽ, ഇന്ത്യൻ ഇൻഫർമേഷൻ സർവീസിലാണ് അവസരം. ഇന്ത്യൻ ഇൻഫർമേഷൻ സർവീസിലെ ഉദ്യോഗസ്ഥർക്ക് സംസ്ഥാനതലങ്ങളിലും നിയമനം ലഭിക്കും. ആകാശവാണി, ദൂരദർശൻ, റീജിയണൽ ഔട്ട് റീച്ച് ബ്യൂറോ, പ്രസ്സ് ഇൻഫർമേഷൻ ബ്യൂറോ, പബ്ലിക്കേഷൻസ് ഡിവിഷൻ എന്നിവിടങ്ങളിലെല്ലാം ജോലി ചെയ്യാൻ (സംസ്ഥാന തലത്തിൽ) അവസരം ലഭിക്കും.

ആകാശവാണി, ദൂരദർശൻ ന്യൂസ് വിഭാഗങ്ങളിൽ കാഷ്വൽ ന്യൂസ് റീഡേഴ്സ്/ട്രാൻസ്ലേറ്റേഴ്സ് ആയി നിരവധി പേരെ പാമ്പലിൽ ഉൾപ്പെടുത്താറുണ്ട്. ഇവർക്ക് പ്രതിമാസം നിശ്ചിത ഡ്യൂട്ടികൾ ലഭിക്കാറുമുണ്ട്. ഡി എ വി പി, പബ്ലിക്കേഷൻസ് ഡിവിഷൻ എന്നിവിടങ്ങളിലും ക്യാഷ്വൽ ട്രാൻസ്ലേറ്റേഴ്സിന്റെ പാമ്പൽ ഉണ്ട്. ഈ പാമ്പലിലും പത്രപ്രവർത്തന ഡിഗ്രി/ഡിപ്ലോമ ഉള്ളവർക്ക് അവസരങ്ങളുണ്ട്.

**റേഡിയോ:-** സ്വകാര്യ എഫ്.എം. സ്റ്റേഷനുകളുടെ കടന്നുവരവോടെ റേഡിയോ എന്ന ബഹുജന മാധ്യമരംഗത്തെ തൊഴിലവസരങ്ങൾക്ക് കുതിച്ചുചാട്ടമുണ്ടായി. പ്രോഗ്രാം പ്രൊഡ്യൂസർ, റേഡിയോ ജോക്കി തസ്തികകളിൽ ജോലി ചെയ്യുന്ന മാധ്യമപ്രവർത്തകരുണ്ട്.

**പ്രോഗ്രാം പ്രൊഡ്യൂസർ:-** 'പ്രൊഡ്യൂസർ' എന്നു കേൾക്കുമ്പോൾ പണം മുടക്കുന്നയാളാണ് എന്നു കരുതിയെങ്കിൽ തെറ്റി. പരിപാടികളുടെ ആശയങ്ങളും ഉള്ളടക്കവും തീരുമാനിച്ച് ആശയരൂപീകരണം നടത്തുന്ന വ്യക്തികളാണ് റേഡിയോ പ്രൊഡ്യൂസർമാർ. റേഡിയോ സ്റ്റേഷനുകൾ തമ്മിലുള്ള മത്സരം നൂതനാശയങ്ങൾ അവതരിപ്പിക്കുവാൻ കഴിവുള്ള പ്രൊഡ്യൂസർമാർക്കു മുന്നിൽ ഒട്ടനവധി അവസരങ്ങളാണ് ഒരുക്കുന്നത്.





**റേഡിയോ ജോക്കി:-** ആർ.ജെ. എന്ന ചുരുക്കപ്പേരിൽ അറിയപ്പെടുന്ന റേഡിയോ അവതാരകരുടെ തിരഞ്ഞെടുപ്പിലും ആദ്യ മുൻതൂക്കം ലഭിക്കുന്നത് മാധ്യമപഠനം പൂർത്തിയാക്കിയവർക്കാണ്. മാധ്യമപരിശീലനം വഴി ലഭിക്കുന്ന ആത്മവിശ്വാസവും അറിവും സാങ്കേതികജ്ഞാനവും മികവുറ്റ പ്രകടനം കാഴ്ചവയ്ക്കാൻ ഇവരെ സഹായിക്കും.

**ടെലിവിഷൻ:-** മാധ്യമപ്രവർത്തന അവസരങ്ങളുടെ അക്ഷയഖനിയാണ് ടെലിവിഷൻ. അവതാരകർ, ന്യൂസ് റീഡർ, ന്യൂസ് പ്രൊഡ്യൂസർ, പ്രോഗ്രാം പ്രൊഡ്യൂസർ, ക്യാമറമാൻ, വിഷൽ എഡിറ്റർ എന്നീ നിരവധി തസ്തികകളിലേക്ക് വാതായനങ്ങൾ തുറന്നിടുന്ന ഒരു മാധ്യമലോകംകൂടിയാണ് ടെലിവിഷൻ.

**അവതാരകർ:-** വ്യത്യസ്തത നിറഞ്ഞ പരിപാടികൾ വ്യത്യസ്തരീതിയിൽ അവതരിപ്പിക്കുവാനുള്ള കിടമത്സരമാണ് ചാനലുകൾക്കിടയിലെ പുതിയ ട്രെന്റ്. പഠനസമയത്ത് അവതാരകരാവാനുള്ള പരിശീലനം ലഭിക്കുന്നതുകൊണ്ട് ടെലിവിഷൻ പരിപാടികളുടെ മികച്ച അവതാരകരായി മാറാൻ മാധ്യമപഠനം പൂർത്തിയാക്കിയവർക്ക് കഴിയും. പ്രത്യേകിച്ച് വാർത്താധിഷ്ഠിത പരിപാടികളുടെ കൈയ്യടക്കുവന്ന അവതരണം മാധ്യമപഠനം പൂർത്തിയാക്കിയവരുടെ പ്രത്യേകതയാണ്.

**ന്യൂസ് റീഡർ:-** വാർത്തകളുടെ കാനും സത്തയും മനസ്സിലാക്കി വായിച്ചില്ലെങ്കിൽ അതിന്റെ മൂല്യം ഇടിയും. നല്ല വാർത്താവതാരകരായി മികച്ച സ്ഥാപനങ്ങളിൽ പ്രവേശിക്കാൻ മാധ്യമപഠനം കഴിവേകും.

**ന്യൂസ് / പ്രോഗ്രാം പ്രൊഡ്യൂസർ:-** വാർത്താധിഷ്ഠിതവും വാർത്തേതരവുമായ പരിപാടികളുടെ ആശയരൂപീകരണത്തിന് മാധ്യമ പരിശീലനം ലഭിച്ചവരെ മാത്രം തിരഞ്ഞെടുക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളുണ്ട്. പരിശീലനം മുഖേന സിദ്ധിക്കുന്ന വ്യത്യസ്തതയാർന്ന ചിന്താശേഷിയാണ് ഇത്തരം സമീപനത്തിന് ചാനലുകളെ പ്രേരിപ്പിക്കുന്നത്.

**ക്യാമറമാൻ:-** ദൃശ്യങ്ങളെ മിഴിവുറ്റരീതിയിൽ പകർത്തുവാൻ കഴിവുള്ളവർക്ക് ചാനലുകളിൽ ക്യാമറമാനാവാം. മാധ്യമപഠനത്തിന്റെ ഭാഗമായി ക്യാമറാ പരിശീലനം നൽകുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളുണ്ട്.

**വിഷൽ എഡിറ്റർ:-** ക്യാമറയിൽ പകർത്തിയ ദൃശ്യങ്ങൾ ചാരുത നഷ്ടപ്പെടാതെ യഥാർത്ഥ അർത്ഥം പകർന്നുനൽകുന്നവിധം എഡിറ്റ് ചെയ്യുവാൻ ജേണലിസ പരിശീലനം സഹായകരമാകും. വാർത്താചാനലുകളിൽ വിഷൽ എഡിറ്റിങ്ങ് മാത്രം പഠിച്ചവരേക്കാൾ വിഷൽ എഡിറ്റിങ്ങ് പഠിച്ച മാധ്യമവിദ്യാർത്ഥികൾക്കാണ് കൂടുതൽ ഡിമാന്റ്.

**സോളോ ജേണലിസം:-** ഒരാൾ തന്നെ റിപ്പോർട്ടറായും ക്യാമറമാനായും വിഷൽ എഡിറ്ററായുമൊക്കെ മാറുന്ന സോളോ ജേണലിസമാണ് മാധ്യമതൊഴിൽരംഗത്തെ പുത്തൻ മാറ്റം. പത്ര സ്ഥാപനങ്ങളിലാണെങ്കിൽ റിപ്പോർട്ടിങ്ങും സബ് എഡിറ്റിങ്ങും പേജ് ലേഔട്ടുമൊക്കെ ഒരു വ്യക്തി തന്നെ ചെയ്യുന്ന സ്ഥിതി. എല്ലാം ഒരാൾതന്നെ ചെയ്യുന്നുവെന്ന് സ്ഥാപനത്തെ സംബന്ധിച്ചിടത്തോളം സാമ്പത്തികമായും മാനുഷികശക്തിപരമായും ലാഭമുള്ള സംഗതിയാണ്. അതുകൊണ്ടുതന്നെ ആധുനികയുഗത്തിലെ മാധ്യമപ്രവർത്തകർ എല്ലാ വിദ്യകളും സായത്തമാക്കാനുള്ള പരിശീലനം നേടുന്നതാണ് ഉചിതം.



**ഇന്റർനെറ്റ്:-** നവമാധ്യമങ്ങളിലെ അവസരങ്ങൾക്ക് അതിരുകളില്ല. വാർത്താപോർട്ടലുകൾ, വാർത്താ ചാനലുകളുടെ വെബ്സൈറ്റുകൾ, അച്ചടിമാധ്യമങ്ങളുടെ വെബ് സൈറ്റുകൾ എന്നിവയിൽ അസംഖ്യം തൊഴിൽ സാധ്യതകളുണ്ട്.

**കണ്ടൻ്റ് എഴുത്തുകാർ:-** കണ്ടൻ്റ് എഴുത്തുകാർ എന്നാണ് നവമാധ്യമങ്ങളിലെ എഴുത്തുകാർ പൊതുവേ അറിയപ്പെടുന്നത്. മാധ്യമപരിശീലനം പൂർത്തിയാക്കിയശേഷം വിദേശഏജൻസികൾക്കായും മാധ്യമ സ്ഥാപനങ്ങൾക്കായും നവമാധ്യമ സാധ്യതകൾ പ്രയോജനപ്പെടുത്തി വാർത്തകളും ചിത്രങ്ങളും ദൃശ്യങ്ങളും അയച്ചുകൊടുക്കുന്ന തൊഴിൽസംസ്കാരം വളർന്നുവരുന്നു.

**പരസ്യം:-** മാധ്യമപരിശീലനം ലഭിച്ചവർക്ക് പരസ്യമേഖല ഒട്ടേറെ അവസരങ്ങൾ നൽകുന്നുണ്ട്.

**കോപ്പിറൈറ്റർമാരും വിഷയലൈസർമാരും:-** ഓരോ ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെയും സേവനത്തിന്റെയും വിപണനത്തിനും പ്രചാരണത്തിനുമായി പരസ്യവാചകങ്ങൾക്ക് വലിയ പങ്കുണ്ട്. ഒരു പരസ്യത്തിന് ഏറ്റവും അനുയോജ്യവും ആകർഷകവുമായ വാക്യങ്ങൾ സർഗാത്മകമായി സൃഷ്ടിക്കുന്നവരാണ് കോപ്പിറൈറ്റർമാർ.

പരസ്യം അത്യാകർഷകമായി യഥാവിധി ചിത്രീകരിച്ച് ജനഹൃദയങ്ങളിൽ അതിന് ഇടം നേടിക്കൊടുക്കുന്നവരാണ് വിഷയലൈസർമാർ. കോപ്പിറൈറ്റിങ്ങും വിഷയലൈസിങ്ങും മാധ്യമപഠനത്തിന്റെ ഭാഗമാക്കിയ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ടുകൾ ഇത്തരം തൊഴിൽമേഖലയിലെ തൊഴിലവസരങ്ങൾ പരമാവധി പ്രയോജനപ്പെടുത്തുവാൻ വിദ്യാർത്ഥികളെ സജ്ജരാക്കുന്നു.

**മീഡിയ റിസർച്ച്:-** മാധ്യമരംഗത്ത് നിരന്തരമായി ഗവേഷണങ്ങൾ നടത്തുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളുണ്ട്. മാധ്യമങ്ങളിലെ പ്രോഗ്രാമുകളുടെ സ്വീകാര്യത, പരസ്യങ്ങളുടെ വിജയ പരാജയങ്ങൾ, മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾ തമ്മിലും അവരുടെ ഭാഗമായ മാധ്യമങ്ങളും തമ്മിലുള്ള മത്സരം എന്നിങ്ങനെ വിവിധ വിഷയങ്ങൾ ഗവേഷണം നടത്തുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളിലോ വ്യക്തികളോടൊപ്പമോ റിസർച്ച് അസിസ്റ്റന്റായി ജോലി ചെയ്യുവാൻ മാധ്യമപഠനം ഉപകരിക്കും. ഉന്നത പഠന താൽപര്യമുള്ളവർക്ക് സ്വന്തമായി ഗവേഷണങ്ങളിൽ ഏർപ്പെടുകയും ചെയ്യാം.

**മീഡിയ അനലൈസർ:-** ബഹുജനമാധ്യമങ്ങളെ നിരന്തരം നിരീക്ഷിച്ച് റിപ്പോർട്ടുകൾ തയ്യാറാക്കുന്നവരാണ് ഇക്കൂട്ടർ. മാധ്യമസ്ഥാപനങ്ങൾതന്നെ ഇത്തരം പഠനത്തിനായി നിയമനങ്ങൾ നടത്താറുണ്ട്. മറ്റ് മാധ്യമങ്ങളിലെ വാർത്തകളും പരിപാടികളും വിലയിരുത്തി താൻ നിയമിതനായിരിക്കുന്ന മാധ്യമസ്ഥാപനത്തിലെ പരിപാടികളുമായി താരതമ്യം ചെയ്ത് പഠന റിപ്പോർട്ടുകൾ തയ്യാറാക്കുന്നതും ഇവരുടെ ജോലിയുടെ ഭാഗമാണ്. സോഷ്യൽമീഡിയ അനലൈസർമാരുടെ പോസ്റ്റിലേക്ക് നിരവധി തൊഴിലവസരങ്ങളുണ്ട്. സോഷ്യൽ മീഡിയയിലെ കണ്ടൻ്റുകൾ നിരന്തരമായി നിരീക്ഷിച്ച് പഠിച്ച് പഠനരേഖകൾ തയ്യാറാക്കുകയെന്നതാണ് ഡ്യൂട്ടി.

**ടെക്നിക്കൽ റൈറ്റേഴ്സ്:-** ഒരു ഉൽപ്പന്നത്തിന്റെ സാങ്കേതികമായ വിശദാംശങ്ങൾ, അതിന്റെ പ്രവർത്തനം എന്നിവ ഉപഭോക്താവിന് മനസ്സിലാക്കുന്ന വിധം വളരെ ലളിതമായ ഭാഷയിൽ അവതരിപ്പിക്കുകയെന്നതാണ് ടെക്നിക്കൽറൈറ്റേഴ്സിന്റെ ജോലി. ഉദാഹരണമായി ഇലക്ട്രോണിക്സ് ഉല്പന്നങ്ങൾ വാങ്ങുമ്പോൾ ലഭിക്കുന്ന യൂസർ മാനുവലുകൾ. മാധ്യമപരിശീലനം നേടിയവർക്ക് വളരെ ഉയർന്ന ശമ്പളം ലഭിക്കുവാൻ പര്യാപ്തമായ ഒരു തൊഴിൽമേഖല കൂടിയാണിത്.

**പബ്ലിക് റിലേഷൻസ്:-** ജനങ്ങളുമായുള്ള സ്ഥാപനത്തിന്റെ ബന്ധത്തിൽ ഒരു പാലമായി വർത്തിക്കുന്നവരാണ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് ഓഫീസർമാർ. ഗവൺമെന്റ് സ്ഥാപനങ്ങളിലും പ്രൈവറ്റ് സ്ഥാപനങ്ങളിലും ഈ രംഗത്ത് ധാരാളം തൊഴിലവസരങ്ങളുണ്ട്. മാധ്യമപരിശീലനം പൂർത്തിയാക്കിയവരെ പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് ഓഫീസർമാരായി നിയമിക്കുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളുടെ എണ്ണം വർദ്ധിച്ചുവരുന്നു. മാധ്യമപരിശീലനം ലഭിച്ചവർ ജനങ്ങളുമായി സംവേദിക്കുവാനുള്ള കഴിവുള്ളവരും പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് ഓഫീസർമാരുടെ പ്രധാനദൗത്യമായ പ്രസ് റിലീസുകൾ തയ്യാറാക്കുവാൻ കഴിവുള്ളവരുമാണ് എന്നതാണ് ഇതിനു കാരണം. ജേണലിസം പഠനം പൂർത്തിയാക്കിയശേഷം രണ്ടുവർഷം ഏതെങ്കിലും മാധ്യമ സ്ഥാപനത്തിലോ പബ്ലിസിറ്റി വകുപ്പിലോ ജോലിചെയ്തവർക്ക് ഗവൺമെന്റ് അസിസ്റ്റന്റ് പബ്ലിക് റിലേഷൻസ് ഓഫീസർ തസ്തികയിലേക്ക് അപേക്ഷിക്കാനാകും.

**അധ്യാപനം:-** മാധ്യമപ്രവർത്തനത്തിൽ ബിരുദാനന്തര ബിരുദം പൂർത്തിയാക്കിയശേഷം സെറ്റ് പാസായവർക്ക് ഹയർ സെക്കണ്ടറി സ്കൂളുകളിൽ ജേണലിസം അധ്യാപകരായി ജോലി ചെയ്യാനാവും. നെറ്റ് പാസായവർക്ക് കോളേജ് അധ്യാപക തസ്തികകളിൽ അപേക്ഷിക്കാം. സ്വാശ്രയ കോളേജുകളിലും മറ്റും നെറ്റ് പാസായവരുടെ അഭാവത്തിൽ ബിരുദാനന്തര ബിരുദം മാത്രമുള്ളവരെയും പരിഗണിക്കാറുണ്ട്.

**പഠന സൗകര്യങ്ങൾ:-** പ്ലസ് ടു തലം മുതൽ ജേണലിസം പഠിക്കാനാവും. ജേണലിസം ഒരു വിഷയമായി പ്ലസ് ടുവിൽ ഉൾപ്പെടുത്തിയ കോഴ്സുകൾ കേരളത്തിലെ ചില സ്കൂളുകളിലുണ്ട്.



**ബിരുദം**- ജേണലിസം പ്രധാനവിഷയമായും മലയാളം, ഇംഗ്ലീഷ് മെയിൻ ബിരുദങ്ങൾക്കൊപ്പം സബ്സിഡറിയായും പഠിക്കുവാനുള്ള സൗകര്യമുണ്ട്. അത്തരം സൗകര്യമുള്ള ചില സ്ഥാപനങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള വിവരം ചുവടെച്ചേർക്കുന്നു:-

പഴശ്ശിരാജ കോളേജ്, പുൽപ്പാടി, വയനാട് (ബി.എ. മാസ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ), ഹിക്കാമിയ ആർട്സ് ആന്റ് സയൻസ് കോളേജ്, മലപ്പുറം (ബി.എ. മാസ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ), മൈനോറിറ്റി ആർട്സ് ആന്റ് സയൻസ് കോളേജ്, പാലക്കാട് (ബി.എ. മാസ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ), എൻ.എം.എസ്.എം. ഗവൺമെന്റ് കോളേജ്, കൽപ്പറ്റ, വയനാട് (ബി.എ. മാസ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ / ട്രാൻസ്ലേഷൻ & പൊളിറ്റിക്സ്), ഡോ. ഗഫൂർ മെമ്മോറിയൽ എം.ഇ.എസ്. മമ്പാട്, മലപ്പുറം (ബി.എ. മാസ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ / എക്കണോമിക്സ് & ട്രാൻസ്ലേഷൻ), സെന്റ് സേവ്യേഴ്സ് കോളേജ്, തൃപ്പൂണി, മാർ ഇവാന്റിയോസ് കോളേജ്, തിരുവനന്തപുരം (ബി.എ. മാസ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ & വീഡിയോ പ്രൊഡക്ഷൻ), എം.ജെ. കോളേജ് ഓഫ് സയൻസ് ആന്റ് ടെക്നോളജി, തിരുവനന്തപുരം, സെന്റ് ജോസഫ് കോളേജ് ഓഫ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ, കോട്ടയം, ചെർപ്പുളശ്ശേരി കോളേജ് ഓഫ് സയൻസ് & ടെക്നോളജി, (CCST) പാലക്കാട്, ഡി.ജി.എം.എം.ഇ.എസ്. മമ്പാട് കോളേജ്, മലപ്പുറം, എം.ഇ.എസ്. അസ്മാബി കോളേജ് (MESAC) തൃശ്ശൂർ, എൻ.എ.എം. കോളേജ് (NAMS), കണ്ണൂർ, എൽദോ മാർ ബാസിലിയസ് കോളേജ് (YMBC), എറണാകുളം, ഡി പോൾ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് സയൻസ് ആന്റ് ടെക്നോളജി, കൊച്ചി, ഡോൺബോസ്ക്കോ ആർട്സ് ആന്റ് സയൻസ് കോളേജ്, അങ്ങാടിക്കടവ്, കണ്ണൂർ, മജ്ലിസ് ആർട്സ് ആന്റ് സയൻസ് കോളേജ്, മലപ്പുറം, അൻസർ വുമൺസ് കോളേജ്, തൃശ്ശൂർ, എ.ജെ. കോളേജ് ഓഫ് സയൻസ് ആന്റ് ടെക്നോളജി, തിരുവനന്തപുരം, അസ്സബാഫ് ആർട്സ് ആന്റ് സയൻസ് കോളേജ്, മലപ്പുറം, നിർമ്മല കോളേജ് ഓഫ് ആർട്സ് ആന്റ് സയൻസ്, തൃശ്ശൂർ, ക്രൈസ്റ്റ് നഗർ കോളേജ്, തിരുവനന്തപുരം, ബ്ലോസം ആർട്സ് ആന്റ് സയൻസ് കോളേജ്, മലപ്പുറം, എം.ഐ.സി. ആർട്സ് ആന്റ് സയൻസ് കോളേജ്, മലപ്പുറം, എൻ.എം.എസ്.എം. ഗവ. കോളേജ്, വയനാട്, ഗവ. ബ്രണ്ണൻ കോളേജ്, തലശ്ശേരി, ഏറനാട് നോളേജ് സിറ്റി കോളേജ് ഓഫ് കൊമേഴ്സ് ആന്റ് സയൻസ്, മഞ്ചേരി, പ്രിയദർശിനി ആർട്സ് ആന്റ് സയൻസ് കോളേജ്, മലപ്പുറം, ജെയിൻ യൂണിവേഴ്സിറ്റി, കൊച്ചി, എം.ഇ.എസ്. കോളേജ്, മരംപുളി എസ്.ഡി.വി. കോളേജ് ഓഫ് ആർട്സ് ആന്റ് അപ്ലൈഡ് സയൻസ്, ആലപ്പുഴ, മരിയൻ കോളേജ് കുറ്റിക്കാനം, ഇടുക്കി, ഡിവൈൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് മീഡിയ സയൻസ്, കാലിക്കറ്റ്.

### ബിരുദാനന്തര ബിരുദം

കേരള സർവകലാശാല, തിരുവനന്തപുരം, എം.ജി. യൂണിവേഴ്സിറ്റി, കോട്ടയം, കാലിക്കറ്റ് സർവകലാശാല, കോഴിക്കോട്, കണ്ണൂർ യൂണിവേഴ്സിറ്റി, കണ്ണൂർ, തുഞ്ചത്തെഴുത്തച്ഛൻ മലയാളം യൂണിവേഴ്സിറ്റി, തിരുർ, അമൃത വിദ്യാപീഠം ക്യാമ്പസ്, കൊച്ചി, മുഹമ്മദ് അബ്ദുറഹിമാൻ മെമ്മോറിയൽ ഓർഫനേജ് കോളേജ്, കോഴിക്കോട്, എസ്. ഇ.എസ്. കോളേജ്, ശ്രീകണ്ഠാപുരം, കണ്ണൂർ, നാഷണൽ കോളേജ് ഓഫ് ആർട്സ് ആന്റ് സയൻസ്, കോഴിക്കോട്, ഡോൺബോസ്ക്കോ ആർട്സ് ആന്റ് സയൻസ് കോളേജ്, അങ്ങാടിക്കടവ്, കണ്ണൂർ, എ.ജെ. കോളേജ് ഓഫ് സയൻസ് ആന്റ് ടെക്നോളജി, തിരുവനന്തപുരം, പഴശ്ശിരാജ കോളേജ്, പുൽപ്പള്ളി, വയനാട്, സാഫി ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് അഡ്വാൻസ് സ്ട്രഡീസ്, മലപ്പുറം, സൗത്ത് ഏഷ്യൻ കോളേജ് ഓഫ് ജേണലിസം, ഫിലിം ആന്റ് ന്യൂ മീഡിയ, കോഴിക്കോട്, സേക്രഡ് ഹാർട്ട് കോളേജ്, തേവര, കൊച്ചി, ലിറ്റിൽ ഫ്ലവർ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് സോഷ്യൽ സയൻസ് ആന്റ് ഹെൽത്ത്, കോഴിക്കോട്, ഡിപോൾ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് സയൻസ് ആന്റ് ടെക്നോളജി, അങ്കമാലി, സെന്റ് ജോസഫ് കോളേജ് ഓഫ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ, ചങ്ങനാശ്ശേരി, റീജിയണൽ മാനേജ്മെന്റ് കോളേജ്, മലപ്പുറം, സെന്റ് തെരേസാസ് കോളേജ്, എറണാകുളം, മരിയൻ കോളേജ്, കുട്ടിക്കാനം, ഇടുക്കി, ഫാറൂഖ് കോളേജ്, കോഴിക്കോട് എന്നിവിടങ്ങളിൽ മാധ്യമപഠനത്തിനായി ബിരുദാനന്തരബിരുദ കോഴ്സുകളുണ്ട്. ഈ പട്ടികയിൽ ഉൾപ്പെടുത്താൻ വിട്ടുപോയ കോളേജുകളും ഉണ്ടാകാം.

### പി.ജി. ഡിപ്ലോമ കോഴ്സുകൾ

കേന്ദ്ര ഗവൺമെന്റ് സ്ഥാപനമായ ഇന്ത്യൻ ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് മാസ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ (IIMC) കോട്ടയം, സംസ്ഥാന സ്ഥാപനമായ കേരള മീഡിയ അക്കാദമി, കാക്കനാട്, എറണാകുളം, മനോരമ സ്കൂൾ ഓഫ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ, കോട്ടയം, എസ്.സി.എം.എസ്. സ്കൂൾ ഓഫ് മാസ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ, കൊച്ചി, അസംപ്ഷൻ കമ്മ്യൂണിറ്റി കോളേജ് (എ.പി.എ.സി.), കോട്ടയം, മാതൃഭൂമി മീഡിയ സ്കൂൾ, എറണാകുളം, മീഡിയ വൺ അക്കാദമി ഓഫ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ, കോഴിക്കോട്, മംഗളം ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് ജേണലിസം ആന്റ് കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ, കോട്ടയം, ശാലോം ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ട് ഓഫ് മീഡിയ സയൻസ്, കോഴിക്കോട് എന്നിവ മാധ്യമ വിദ്യാർത്ഥികൾക്കായി ഡിപ്ലോമ കോഴ്സുകൾ നടത്തിവരുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളിൽ ഉൾപ്പെടുന്നു. ചില പ്രസ് ക്ലബുകളും പി.ജി. ഡിപ്ലോമ കോഴ്സുകൾ നടത്തുന്നുണ്ട്.

(കണ്ണൂർ ശ്രീകണ്ഠാപുരം എസ്.ഇ.എസ് കോളേജിൽ കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻ ആന്റ് ജേണലിസം വിഭാഗം അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസറാണ് ലേഖകൻ.)