



ಲಾಕ್ಡೌನ್ ಅವಧಿಯಲ್ಲಿ ವೀಕ್ಷಕ ವಲಯ ಹೆಚ್ಚಾದಂತೆ ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಅಡುಗೆ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳೂ ಹೆಚ್ಚಿ ಹುಟ್ಟಿಕೊಂಡವು. ಆದರೆ, ಕೆಲವು ಸರಿಯಾದ ವೀಕ್ಷಣೆ ಸಿಗದೆ ತರಮರೆಗೆ ಸರಿದವು. ಇನ್ನು ಕೆಲವು ಚಾನೆಲ್‌ಗಳು ಅತಿ ಹೆಚ್ಚು ವೀಕ್ಷಣೆ ಪಡೆದು ಖ್ಯಾತಿ ಗಳಿಸಿವೆ.

2020ರ ಮೂರು ತಿಂಗಳ ಅವಧಿಯಲ್ಲೇ ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಒಂದೇ 30,000 ಕೋಟಿ ವೀಕ್ಷಣೆ ಪಡೆದಿದೆ. ಇದು 2019ರ ಕೊನೆಯ ಮೂರು ತಿಂಗಳಿಗಿಂತ ಶೇ 13ರಷ್ಟು ಹೆಚ್ಚು ಎಂಬುದನ್ನು ಅಧ್ಯಯನದ ವರದಿಗಳು ತಿಳಿಸುತ್ತವೆ. ಲಾಕ್ಡೌನ್ ವೇಳೆ 18ರಿಂದ 34 ವಯೋಮಾನದವರಿಂದಲೇ ಶೇ 70ರಷ್ಟು ವೀಕ್ಷಣೆಯನ್ನು ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಪಡೆದಿದೆ.

ಅಡುಗೆ ಚಾನೆಲ್ ಹೆಚ್ಚು ಜನರನ್ನು ಆಕರ್ಷಿಸಲು ಕೆಲವು ಟಿಪ್ಸ್:

- ಈಗ ಆರೋಗ್ಯವೇ ಪ್ರಧಾನ ಆಗಿರುವುದರಿಂದ ಪೌಷ್ಟಿಕಾಂಶಯುಕ್ತ ಸುಲಭದ ಅಡುಗೆ ರೆಸಿಪಿಯ ವಿಡಿಯೋ ಮಾಡಿ.
- ಅಡುಗೆಗೆ ಬಳಸುವ ಪದಾರ್ಥಗಳಿಂದ

ಆರೋಗ್ಯಕ್ಕೆ ಆಗುವ ಉಪಯೋಗದ ಬಗ್ಗೆ ವಿವರಣೆ ಇರಲಿ.

- ಯಾವ ಪದಾರ್ಥದ ಜತೆಗೆ ಯಾವುದನ್ನು ಸೇರಿಸಬೇಕು, ಯಾವುದನ್ನು ಸೇರಿಸಬಾರದು ಎನ್ನುವ ಮಾಹಿತಿ ನೀಡಿ.

• ಇಂತಹ ಪದಾರ್ಥ ಇಂಥವರು ಸೇವಿಸಿದರೆ ಹೆಚ್ಚು ಉಪಯೋಗ, ಇಂಥವರು ಸೇವಿಸುವುದು ಬೇಡ, ಈ ರೀತಿಯ ಮಾಹಿತಿ ಇರಲಿ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ ಕಿಡ್ನಿಯಲ್ಲಿ ಕಲ್ಲು ಇದ್ದವರು ಟೊಮೆಟೊ ಸೇವನೆ ಬೇಡ.

- ಮಾತು ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿರಲಿ.
- ತಂಬಾನೇಲಿಗೆ ನೀಡುವ ಶೀರ್ಷಿಕೆ ಆಕರ್ಷಕವಾಗಿರಲಿ.
- ರೆಸಿಪಿಯಲ್ಲಿ ಭಿನ್ನತೆ ಇರಲಿ.
- ಭಿನ್ನ, ಮೌಲ್ಯವರ್ಧನೆ ಮಾಡುವಂತಹ ರೆಸಿಪಿ ಇರಲಿ.
- ಒಂದು ವಿಡಿಯೋ ಅಪ್‌ಲೋಡ್ ಮಾಡಿದ ಬಳಿಕ ವಿಡಿಯೋ ಕೊನೆಯಲ್ಲಿ ಮುಂದಿನ ವಿಡಿಯೋ ಬಗ್ಗೆ ಸಣ್ಣ ವಿವರಣೆ ಇರಲಿ.
- ಇತರ ಯೂಟ್ಯೂಬ್ ಚಾನೆಲ್‌ಗಳನ್ನು ಚೆನ್ನಾಗಿ ಅಧ್ಯಯನ ಮಾಡಿ

**ಅಡುಗೆ
ಯೂಟ್ಯೂಬ್
ಚಾನೆಲ್
ಹೀಗಿರಲಿ**

ಯಾಂತ್ರಿಕವಾಗಿದ್ದವು. ಹೇಗೋ ಹೊಟ್ಟೆ ತುಂಬಿಸಿಕೊಂಡರಾಯಿತು ಎನ್ನುವ ಧೋರಣೆ ಅಡುಗೆಮನೆಗಳಲ್ಲಿನ ಕ್ರಿಯೆಗಳಲ್ಲಿರುತ್ತಿತ್ತು. ಸ್ವಾದಿಷ್ಟ ತಿನಿಸಿಗಾಗಿ ಹೋಟೆಲ್‌ಗಳನ್ನು ಅವಲಂಬಿಸಿದವರ ಸಂಖ್ಯೆ ದಿನದಿಂದ ದಿನಕ್ಕೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಲೇ ಇತ್ತು. ಈ ಮನೋಭಾವವನ್ನು ಲಾಕ್ಡೌನ್ ಸಮಯ ತಕ್ಕಮಟ್ಟಿಗೆ ಬದಲಿಸಿದೆ. ಕೊರೋನಾ ರೋಗಾಣುವಿಗೆ ಹೆದರಿ ಮನೆಯಲ್ಲಿ ಹೆಚ್ಚು ಸಮಯ ಕಳೆಯಬೇಕಾಗಿರುವ ಸಂದರ್ಭ, ಅಡುಗೆಮನೆಗೆ ಹೊಸ ಚೈತನ್ಯ ತಂದಿದೆ.

ಅಡುಗೆಮನೆಯ ನಂಟು ಸಾಂಪ್ರದಾಯಿಕ ಮನೋಭಾವವನ್ನೂ ಬದಲಿಸಿ ಗಂಡಸರೂ ಬಿಂಕ ಬಿಟ್ಟು ಸೌಟು ಹಿಡಿದಿರುವುದಕ್ಕೂ, ಮಕ್ಕಳಲ್ಲಿ ಅಡುಗೆಪ್ರೀತಿ ಹೆಚ್ಚಲಿಕ್ಕೂ ಕೊರೋನಾ ಮಹಾತ್ಮೆಯೇ ಆಗಿದೆ.

ಅಡುಗೆ ಎನ್ನುವುದು ಬಾಯಿರುಚಿ ಹಾಗೂ ದೇಹಕ್ಕೆ ಶಕ್ತಿ ನೀಡುವ ಒಂದು ಸಂಗತಿಯಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ; ಅದು ಮನಸುಗಳಿಗೆ ಉಲ್ಲಾಸ ನೀಡುವ ಶಕ್ತಿಮಧೂರ ಹೌದು. ಅಡುಗೆ ಅಥವಾ ಊಟದ ನೆಪದಲ್ಲಿ ಮನೆಮಂದಿಯಲ್ಲ ಒಡನಾಡುವ ಪ್ರತಿಯೇ ಇದೆಯಲ್ಲ - ಆ ಪ್ರೀತಿಗೆ, ಬಾಂಧವ್ಯಕ್ಕೆ ಬೆಲೆ ಕಟ್ಟಲಾದೀತೆ?

ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯೆ: feedback@sudha.co.in