



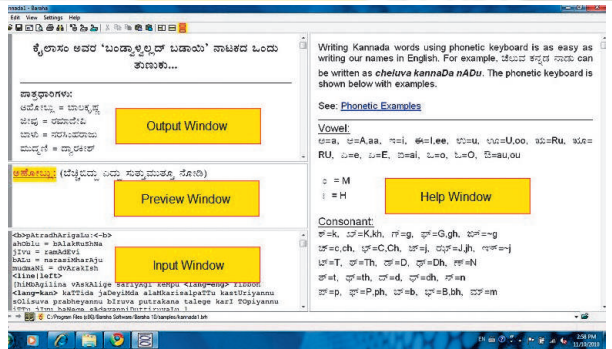
ಮೋಸದ ಮೇಲ್ ಮೋಡಿ

ಜಗತ್ತಿನಲ್ಲಿ ಯಾವುದೇ ಹೊಸ ಆವಿಷ್ಕಾರವಾದರೆ ಅದನ್ನು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ ನಂಬುವುದು ಮಾನವನ ಹೆಜ್ಜೆ. ಇಂದಿನ ಕಂಪ್ಯೂಟರ್ ಯುಗದಲ್ಲಿ ಇಂಟರ್‌ನೆಟ್ ಮತ್ತು ಮೊಬೈಲ್ ಗಳಲ್ಲಿ ಬರುವ ಮೇಲ್ ಮತ್ತು ಮೆಸೇಜ್‌ಗಳು ನಮಗೆ ವೇದವಾಕ್ಯವಾಗಿ ಪರಿಣಮಿಸಿವೆ. ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಇರದ ವಿಷಯಗಳೇ ಇಲ್ಲ, ಅದೊಂದು ಮಹಾನ್ ಜ್ಞಾನಸಾಗರ. ಆದರೆ ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ಬರುವುದೆಲ್ಲಾ ನೆಟ್ಟಿರುವುದು ಎಂದು ನಂಬಿದರೆ ಪರಿಣಾಮ ನೆಟ್ಟಿಗಾಗದು!

ಹೌದು, ನೆಟ್ ಸಹ ಬೇರೆಲ್ಲಾ ಪರಿಕರಗಳು, ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮತ್ತು ವಾಹಿನಿಗಳಂತೆ ದುರುಪಯೋಗಕ್ಕೆ ಒಳಗಾಗಿದೆ. ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿ ವಿಷಯ ತುಂಬುವವರೂ ಮನುಷ್ಯರೇ ಅಲ್ಲವೇ, ಆದ್ದರಿಂದ ಯಾಕೆ ಭರತಿ, ತದ್ಭವತಿ! ಕೆಲವು ವರ್ಷಗಳ ಹಿಂದೆ ಒಂದು ಮರದಲ್ಲಿ ಹೆಣ್ಣಿನ ಆಕಾರದ ಹಣ್ಣುಗಳು ಬಿಡುತ್ತಿದ್ದವು ಎಂದು ಚಿತ್ರಸಹಿತ ಪ್ರಕಟಿಸಲಾಗಿತ್ತು. ಆ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ನೋಡಲು ಜನ ಮುಗಿಬಿದ್ದರು. ಆ ಮರ ಇರುವ ವಿಳಾಸವನ್ನು ಮರೆಯದೆ ಬರೆದುಕೊಂಡರು. ಆದರೆ ಅಲ್ಲಿ ಹೋದಾಗ ಅವರಿಗೆ ಭ್ರಮನಿರಸನವಾಯಿತು; ಅಲ್ಲಿ ಹೆಣ್ಣಿನ ಆಕಾರದ ಹಣ್ಣಿರಲಿ, ಹೆಣ್ಣಿನ ಆಕಾರದ ಹಣ್ಣಿನ ಮರವೂ ಇರಲಿಲ್ಲ! ಪ್ರಳಯದ ಸಂಗತಿಯೂ ಅಷ್ಟೆ, ಇದರ ಉಗಮವೂ ನೆಟ್‌ನಲ್ಲೇ ಆದದ್ದು. ಜಗತ್ತಿನ ಅದಾವುದೋ ಮೂಲೆಯಲ್ಲಿ, ಅದಾರೋ ವಿಜ್ಞಾನಿ ಹೇಳಿದನೆಂದು ಹೇಳಿಬಿಟ್ಟರೆ ಮುಗಿಯಿತು, ಆ ವಿಜ್ಞಾನಿ ಇದ್ದಾನೆಯೇ, ಇದ್ದರೆ ಅವನಿಗೆ ಇನ್ನೂ ಬುದ್ಧಿ ಸ್ಥಿತಿತದ್ದಲ್ಲದೆಯೇ, ಇದ್ದರೂ ಅವನು ಯೋಗ್ಯನೇ, ಅವನ ಸಂತೋಧನೆಗಳು ಸಾಧುವೇ, ಎಂಬ ಯಾವುದೇ ಪ್ರಶ್ನೆಗಳನ್ನು ಕೇಳದೆ ನೆಟ್‌ನಲ್ಲಿದೆ ಅಂದೇಲಿ ಸುಮ್ಮೆ ಹಾಕ್ತಾರಾ? ಎಂದು ನಮ್ಮನ್ನು ನಾವೇ ಪ್ರಶ್ನಿಸಿಕೊಂಡು, ಅದನ್ನು ನಂಬತೊಡಗುತ್ತೇವೆ.

ಮೆಸೇಜ್‌ಗಳ ಹಣೆಬರಹವೂ ಇದೇ. ಇದರಲ್ಲಿ ಮತ್ತೊಂದು ದೊಡ್ಡ ಸಮಸ್ಯೆಯಿದೆ. ಮೆಸೇಜ್ ನಮಗೆ ನಮ್ಮ ಆಪ್ತರಿಂದ ಬರುತ್ತದೆ. ಅವರು ನೋಡಿಯೇ ಕಳುಹಿಸುತ್ತಾರೆ ಎಂಬುದು ನಮ್ಮ ವಾದ. ಆದರೆ ಆ ಬಡಪಾಯಿಗೂ ಹಾಗೆಯೇ ಮತ್ತೊಬ್ಬ ಆಪ್ತನಿಂದ ಬಂದಿದ್ದು ಅವನು ಏನೇನೂ ಅರಿಯದ ಮುಗ್ಧನಾಗಿರಬಹುದೆಂಬ ಅಂಶ ನಮಗೆ ಹೊಳೆಯುವುದಿಲ್ಲ. ಇಂದು ರಾತ್ರಿ ಅದಾವುದೋ ನಕ್ಷತ್ರ ಇನ್ನಾವುದೋ ಗ್ರಹಕ್ಕೆ ಧಿಕ್ಕಿ ಹೊಡೆಯುವುದರಿಂದ ಉಂಟಾಗುವ ಸೂಕ್ಷ್ಮತರಂಗಗಳು ನಿಮ್ಮ ಮೊಬೈಲನ್ನು ಹಾಳಾಗಿರುತ್ತವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಈ ಮಧ್ಯರಾತ್ರಿ ನಿಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್ ಫೋನ್‌ನ್ನು ಸ್ವಿಚ್ ಆಫ್ ಮಾಡಿರಿ ಎಂದು ಬಂದ ಮೊದಲ ಸಂದೇಶ ಇಂಡಿಯನ್ ಇನ್‌ಸ್ಟಿಟ್ಯೂಟ್ ಆಫ್ ಸೈನ್ಸ್ ನಿಂದ ಅಧಿಕೃತವಾಗಿ ಬಂದ ಸುಗ್ರೀವಾಜ್ಞೆ ಎಂದು ನಂಬಿ ನಾನೂ ಸ್ವಿಚ್ ಆಫ್ ಮಾಡಿದ್ದೆ. ಆದರೆ ಪದೇ ಪದೇ ಈ ಮೆಸೇಜ್‌ಗಳು ಬಂದಾಗ ಪರೀಕ್ಷಿಸಲೆಂದು ಸ್ವಿಚ್ ಆಫ್ ಮಾಡದೆ ಬಿಟ್ಟೆ, ಅಂದಿನಿಂದ ಇಂದಿನವರೆಗೆ ಮೊಬೈಲ್‌ಗೆ ಏನೇನೂ ಆಗಿಲ್ಲ. ಕಡೆಗೆ ಆ ಇನ್‌ಸ್ಟಿಟ್ಯೂಟ್‌ನೇ ಕೇಳಿದಾಗ ಅಲ್ಲಿನವರು ತಾವು ಅಂತಹ ಯಾವುದೇ ಮೆಸೇಜ್ ಕಳುಹಿಸಿರಲಿಲ್ಲವೆಂದು ಅಧಿಕೃತವಾಗಿ ಹೇಳಿದರು.

ಇವು ಕೆಲವು ಉದಾಹರಣೆಗಳಷ್ಟೆ. ಈ ತರಹದ್ದು ಹಲವಾರಿವೆ. ಏಕೆ ಹೀಗೆ? ಉತ್ತರ ಸುಸ್ಪಷ್ಟ, ನಾವು ಈಗ ಮಾರ್ಕೆಟಿಂಗ್ ಯುಗದಲ್ಲಿದ್ದೇವೆ. ಏನಕೇನ ಪ್ರಕಾರಣ ಶ್ರೀಮಂತ ಪುರುಷೋ ಭವ ಎಂಬುದೊಂದೇ ಈಗಿನ ರೀತಿ. ಪ್ರತಿ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್‌ನ ಪ್ರತಿ ವೆಬ್ ಸೈಟ್ ಅನ್ನು ನಾವು ಹೊಕ್ಕಾಗ ಆ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್ ಇಷ್ಟು ಬಾರಿ ನೋಡಲಟ್ಟಿದೆ ಎಂದು ದಾಖಲಾಗುತ್ತದೆ. ಹೆಚ್ಚು ಬಾರಿ ಜನ ನೋಡುವಂತಹ ಸೈಟ್‌ಗಳಲ್ಲಿ ಸಂಬಂಧಿತ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ನೀಡಲು ಜನ



ಮುಂದೆ ಬರುತ್ತಾರೆ. ಇದರಿಂದ ನೆಟ್ ಪೊಪ್‌ಡೆಸರ್ಸ್‌ಗೆ ಒಳ್ಳೆಯ ಲಾಭವಿದೆ. ಕಾಸು ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವ ಸಲುವಾಗಿ ಈ ವೆಬ್‌ಸೈಟ್‌ಗಳು ಈ ರೀತಿ ಸುಳ್ಳು ಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಹಬ್ಬಿಸುತ್ತವೆ. ಮೆಸೇಜ್‌ಗಳ ಜಾಲವೂ ಇದಕ್ಕಿಂತಲೂ ವಿಭಿನ್ನವಾದುದೇನಲ್ಲ. ಪ್ರತಿ ಮೆಸೇಜ್‌ಗೆ ಹತ್ತರಿಂದ ಐವತ್ತು ಪೈಸೆಗಳಷ್ಟು ಹಣ ತೆತ್ತಬೇಕಾಗುತ್ತದೆ. ಯಾವುದೇ ವ್ಯಕ್ತಿಗೆ ನಿಮ್ಮ ಮೊಬೈಲ್ ಹಾಳಾಗುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಸುದ್ದಿ ಬಂದಾಗ ಅದನ್ನು ಯಾರೊಂದಿಗಾದರೂ ಹಂಚಿಕೊಳ್ಳಬೇಕೆಂಬ ತುಡಿತ ಉಂಟಾಗುವುದು ಸಹಜ. ಹೀಗಾಗಿ ಮೊಬೈಲ್‌ಗಳಿಂದ ಸಂದೇಶಗಳು ಹಾರಿ ಸಾಗುತ್ತಾ ಟೆಲಿಫೋನ್ ನೆಟ್‌ವರ್ಕ್ ನೀಡುವವರಿಗೆ ಒಳ್ಳೆಯ ಬಿಲ್ ಪಡೆಯಲು ಸಹಕಾರಿಯಾಗುತ್ತಿವೆ. ಯಾವುದೇ ಅದ್ಭುತವಾದ ಅಥವಾ ಜಗಕ್ಕೆ ಕೇಡುಂಟಾಗುವ ವಿಷಯಗಳು ಎಲ್ಲಾ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲೂ ಬಿತ್ತರವಾಗುತ್ತವೆ. ಸಾಧಾರಣವಾದ ಅವುಗಳನ್ನು ವಿಮರ್ಶೆಯ ಮೂಸೆಯಲ್ಲಿಟ್ಟು, ಪರಿಣಾಮಗಳ ಅಗಾಧತೆ ಅಥವಾ ಶೂನ್ಯತೆಗಳನ್ನು ಕಂಡುಕೊಂಡು ಮುಂದುವರಿಯುವುದು ಸೂಕ್ತ. ಅಲ್ಲದೆ, ಯಾವುದೇ ಮೇಲ್ ಬಂದಾಗ ಅದು ಯಾವ ಇಲಾಖೆಯಿಂದ ಬಂದಿದೆ ಎಂದು ಅರಿತು, ಅದರ ಸತ್ಯಾಸತ್ಯತೆಯನ್ನು ಅರಿಯುವುದು ಅಗತ್ಯ. ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಬಂದೇ ಹೆದರಿಸಿ, ಆತಂಕ ಉಂಟಾಗಿಸಿ, ಮೆಸೇಜ್, ಮೇಲ್‌ಗಳನ್ನು ಮಾಡುತ್ತಾ ನಾವು ಇತರರನ್ನು ಆತಂಕಕ್ಕೆ ಒಳಪಡಿಸುವುದು ಮುಂದುವರಿಯುತ್ತದೆ. ನೆನಪಿರಲಿ, ವಕೀಲರು ಹೇಳುವ 'Buyer Beware' ಮಂತ್ರ ನಮಗೆ ದಾರಿದೀಪವಾಗಿರಲಿ. ಗ್ರಾಹಕನೇ, ಎಚ್ಚರ ಎಂಬುದು ಅನುಷ್ಠಾನಗೊಳಿಸಲ್ಪಟ್ಟಾಗ ನಮಗೆ ಈ ಸುಳ್ಳು ಸಂದೇಶ ಕಳುಹಿಸಿ ಉಪಾಯವಾಗಿ ಹಣ ದೋಚುವ ಖದೀಮ ಸಂಸ್ಕೃತಿಯಿಂದ ಪಾರಾಗುವುದು ಸಾಧ್ಯ.

■ ವೈ-ಚಾರಿ