

6 ಸುಳ್ಳುಸುದ್ದಿಗಳಿಂದ ಅವ್ಯಾಹತವಾಗಿ ನೈತಿಕ ಅಧಃಪತನ, ಗುಂಪು ಗೊಂದಲ, ಕೊಲೆ, ಆತ್ಮಚಾರಗಳು, ನಿರಪರಾಧಿಗಳು ಶಿಕ್ಷೆ ಪಡೆಯುವಂತಾಗುವುದು, ಯುದ್ಧಕ್ಕೆ ಕಾರಣವಾಗುವುದು, ಜನರು ಆತ್ಮಹತ್ಯೆ ಮಾಡಿಕೊಳ್ಳುವಂತಾಗುವುದು - ಇವೆಲ್ಲವೂ ಇತಿಹಾಸದುದ್ದಕ್ಕೂ ನಡೆದಿವೆ.



ಫೇಕ್‌ನ್ಯೂಸ್ ರಿಡ್; ಕೇಡಿಗೆ ಮುನ್ನಡೆ

ಸುದ್ದಿ ಚರಿತ್ರೆ ಪುರಾತನವಾದುದು. ಆ ಕಾರಣದಿಂದಲೇ, 'ಬರೆದವನದೇ ಚರಿತ್ರೆ' ಎಂಬ ಮಾತು ಚಾಲ್ತಿಯಲ್ಲಿರುವುದು.

ವನಿದು ಸುಳ್ಳುಸುದ್ದಿ?

ಸುಳ್ಳುಸುದ್ದಿಯೆಂದರೆ 'ತಪ್ಪು' ಸುದ್ದಿಯಲ್ಲ. ಗಾಸಿಪ್ ಅಥವಾ ಗಾಳಿಮಾತು ಕೂಡ ಅಲ್ಲ. ಬದಲು ಉದ್ದೇಶಪೂರ್ವಕವಾಗಿ ಸುಳ್ಳು ಮಾಹಿತಿ-ಕಥೆಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಿ ಅವುಗಳನ್ನು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ, ಅಂತರ್ಜಾಲ ತಾಣಗಳಲ್ಲಿ ಹರಿಯಬಿಡುವುದು. ಇದನ್ನು 'ಹಳದಿ ಪತ್ರಿಕೋದ್ಯಮ' (yellow journalism) ಎಂದು ಕರೆಯಲಾಗುತ್ತದೆ.

ಸುಳ್ಳುಸುದ್ದಿಗಳು ಮೂರು ಬಗೆಯವು ಎಂದು ಮಾಧ್ಯಮತಜ್ಞರು ವಿಶ್ಲೇಷಿಸುತ್ತಾರೆ. ಅವುಗಳೆಂದರೆ:

1. ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಮಾಹಿತಿದಾರರಿಗೆ ಹಣವನ್ನು ನೀಡಿ ತಮ್ಮ ಪ್ರಸಾರವನ್ನು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸುಳ್ಳುಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಸೃಷ್ಟಿಸಲು ಕೇಳುವುದು. ಇದನ್ನು 'ಚೆಕ್‌ಬುಕ್ ಜರ್ನಲಿಸಂ' (cheque book journalism) ಎಂದು ಕರೆಯುತ್ತಾರೆ. ಉದಾಹರಣೆಗೆ, 1835ರಲ್ಲಿ 'ದಿ ನ್ಯೂಯಾರ್ಕ್ ಸನ್' ಪತ್ರಿಕೆ ಪ್ರಖ್ಯಾತ ಖಗೋಳ ವಿಜ್ಞಾನಿ ಸರ್ ಜಾನ್ ಹಿರ್ಷಲ್‌ನ ಹೆಸರನ್ನು ಬರೆದು, ಆತನ ಕಾಲ್ಪನಿಕ ಸಹಾಯಕನೊಬ್ಬ ಚಂದ್ರಗ್ರಹದ ಮೇಲೆ ವಿಚಿತ್ರಜೀವಿಗಳನ್ನು ನೋಡಿದನೆಂಬ ಕಟ್ಟುಕಥೆಗಳ ಆರು ಸರಣಿ ಲೇಖನಗಳನ್ನೇ ಬರೆಯಿತು. ನಿಜವಾಗಿ ಕಂಡಂತೆ ಕಾಲ್ಪನಿಕ ಚಿತ್ರಗಳನ್ನು ಕಲಾವಿದರ ಮೂಲಕ ಬರೆಸಿ ಪ್ರಕಟಿಸಿತು. ಪತ್ರಿಕೆಯ ಹೆಸರು ತಕ್ಷಣ ಜನಪ್ರಿಯವಾಗಿ ಹೆಚ್ಚು ಹೆಚ್ಚು ಜನರು ಅದನ್ನು ಕೊಂಡು ಓದಿದರು. ಚಂದ್ರಗ್ರಹದ ಮೇಲೆ ಬಾವಲಿಯಂಥ ಮನುಷ್ಯರು, ಆಡುಗಳು, ಎಮ್ಮೆಗಳು, ಇಡೀ ನಗರಗಳೇ ಇರುವುದನ್ನು ಟೆಲಿಸ್ಕೋಪಿನ ಮೂಲಕ ಕಣ್ಣಾರೆ ಕಂಡಿದ್ದಾರೆ ಎಂದು ಪತ್ರಿಕೆ ವಾರ ವಾರವೂ ಜನರ ಕುತೂಹಲವನ್ನು ಕೆರಳಿಸಿತು.

ಮುಂದಿನ ತಿಂಗಳುಗಳಲ್ಲಿ ತಾನು ಪ್ರಕಟಿಸಿದ ಇಡೀ ಲೇಖನ ಸರಣಿ ಕಾಲ್ಪನಿಕವೆಂದು ಪತ್ರಿಕೆಯೇ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಹೇಳಿಕೆ ನೀಡಿ ತಪ್ಪೊಪ್ಪಿಕೊಂಡಿತು. ಆದರೆ ಅದರ ಚಂದಾದಾರರ ಸಂಖ್ಯೆ ಮಾತ್ರ

ಕಡಿಮೆಯಾಗಲಿಲ್ಲ! ಪತ್ರಿಕೆ ಲೇಖನಗಳನ್ನು ಹಿಂತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳಲೂ ಇಲ್ಲ. ಕಟ್ಟುಕಥೆಗಳನ್ನು ಬರೆದ ಅವರ ಉದ್ದೇಶ ಈಡೇರಿತ್ತು. ಪತ್ರಿಕೆ ಒಮ್ಮೆಗೇ ಪ್ರವರ್ಧಮಾನಕ್ಕೆ ಬಂದುಬಿಟ್ಟಿತು. ನೂರು ವರ್ಷಗಳ ನಂತರವೂ ಜನಪ್ರಿಯತೆ ಉಳಿಯಿತು. ಇದನ್ನು ಬರೆದ ಡಾ. ಆಂಡ್ರೂ ಗ್ರಾಂಟ್ ಎಂಬ ಬರಹಗಾರ ಕೂಡ ಕಾಲ್ಪನಿಕವಾಗಿದ್ದ.

ಇಂತಹ ಬಹುತೇಕ ಲೇಖನಗಳು ವರ್ಣರಂಜಿತ ಪದಗಳಲ್ಲಿ, ದೊಡ್ಡ ದೊಡ್ಡ ಅಕ್ಷರಗಳಲ್ಲಿ, ಭಾರಿ ದೊಡ್ಡದಾದ ಪದಪುಂಜಗಳು, ಅತಿಶಯೋಕ್ತಿಗಳು ಮತ್ತು ಉತ್ಕೇಶಗಳಿಂದ ಕೂಡಿರುತ್ತವೆಂಬುದನ್ನು ಗಮನಿಸಿ. ಓದುಗರ ಗಮನಸೆಳೆಯುವುದೇ ಇಂಥ ಸುದ್ದಿಗಳ ಮೂಲ ಉದ್ದೇಶ. ಪ್ರಸಾರ ಜಾಸ್ತಿಯಾದಂತೆಲ್ಲ ಜಾಹೀರಾತುಗಳು ಕೂಡ ಹೆಚ್ಚುವುದರಿಂದ ಹಲವು ಪತ್ರಿಕೆಗಳು ಸುಳ್ಳುಸುದ್ದಿಯ ಮಾರ್ಗವನ್ನು ಆರಿಸಿಕೊಳ್ಳಬಹುದು.

2. ಮಾಹಿತಿದಾರರು ಮಾಧ್ಯಮಗಳಿಗೆ ದುಡ್ಡು ಕೊಟ್ಟು ಬರೆಸುವ ಸುಳ್ಳುಸುದ್ದಿಗಳು.

ಇವುಗಳಿಂದ ಪತ್ರಿಕೆಯ ಪ್ರಸಾರ ಹೆಚ್ಚಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಈ ಸುಳ್ಳುಸುದ್ದಿಗಳನ್ನು ಚುನಾವಣೆಗಳನ್ನು ಗೆಲ್ಲಲು, ವ್ಯಕ್ತಿಯೋರ್ವನ ಅಥವಾ ಸಂಸ್ಥೆಯೊಂದರ ಗೌರವಕ್ಕೆ ಚ್ಯುತಿ ತರಲು, ತಮ್ಮದೇ ರಾಜಕೀಯ ಪಕ್ಷಗಳಿಗೆ ಜನಬಲ ಗಳಿಸಲು, ವೈಯಕ್ತಿಕವಾಗಿ ಪ್ರಚಾರ ಪಡೆಯಲು, ರಾಜಕೀಯವಾಗಿ ಮತ್ತು ಆರ್ಥಿಕವಾಗಿ ಲಾಭ ಪಡೆಯಲು, ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಮೇಲೆ ದ್ವೇಷ ಬರುವಂತೆ ಮಾಡಲು ಮಾಡುವ ಪ್ರಚಾರ ಪ್ರಣಾಳಿಕೆಗಳಿವು. ಸುದ್ದಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳಲ್ಲಿ ಅತ್ಯಂತ ವ್ಯಾಪಕವಾಗಿ ಹರಡಿರುವ ಓಡುಗಿದು. ಪ್ರತಿ ದೇಶದಲ್ಲಿ ಹೀಗೆ ತಮ್ಮದೇ ರಾಜಕೀಯ ನಿಯತನ ತೋರಿಸುವ ಪತ್ರಿಕೆಗಳಿರುವುದು ಎಲ್ಲರಿಗೂ ಗೊತ್ತಿರುವ ಸತ್ಯ.

ಎರಡು ಮತ್ತು ಮೂರನೇ ಶತಮಾನದಲ್ಲಿ ಕ್ರಿಶ್ಚಿಯನ್ನರು ಮನುಷ್ಯರನ್ನು ಬೇಯಿಸಿ ತಿನ್ನುತ್ತಾರೆ ಎಂದು ಯಹೂದಿಗಳು ಪ್ರಚಾರ ಮಾಡಿದ್ದರು. ಅಂತೆಯೇ 1475ರಲ್ಲಿ ಇಟಲಿಯ ಟ್ರೆಂಟೋ ನಗರದಲ್ಲಿ ಯಹೂದಿಗಳು ಎರಡೂವರೆ ವರ್ಷದ ಸಿಮೋನಿನೋ ಎಂಬ ಕ್ರಿಶ್ಚಿಯನ್