

മഹാരാഷ്ട്രയിലെ അസംബ്ലി തിരഞ്ഞെടുപ്പ് സമയത്ത് സ്ഥാനാർത്ഥികളുടെ കൈയിൽ നിന്നും പണം വാങ്ങി വാർത്ത ചമച്ച പത്രങ്ങളുടെ കഥ പി. സായിനാഥ് അടുത്തിടെ പുറത്ത് കൊണ്ടുവന്നിരുന്നു. ഇന്ത്യൻ മാധ്യമ ലോകത്തെ നാണം കെടുത്തിയ ഇതേ തന്ത്രം തദ്ദേശ സ്വയംഭരണ തിരഞ്ഞെടുപ്പിൽ മലയാളത്തിലെ ഒരു ശൈശവ പത്രം പരീക്ഷിക്കുന്നു എന്ന വാർത്ത എത്തിക്കുന്നതാണ്. പണം കെടുക്കാനുണ്ടെങ്കിൽ ഏത് സ്ഥാനാർത്ഥിയും പത്രത്താളുകളിൽ ധീരനായെത്താം. വായനക്കാർ സൂക്ഷിക്കുക. **കെ. സുദീപ്** എഴുതുന്നു

പണമെന്ന് കേട്ടാൽ മലയാളപത്രവും വാ പിളർക്കും

കുട്ടേഴ്സർ സംഘങ്ങൾ എന്ന വാക്കു മലയാളികൾക്കു പുതിയതോ പുത്തരിയോ അല്ല. എന്നാൽ പത്ര ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങളിലെ പെയ്ഡ് ന്യൂസ് മലയാളികൾക്കു പുതിയ വാക്കാണ്. പെയ്ഡ് ന്യൂസിന്റെ അർത്ഥമറിയാത്തവരോട് കുട്ടേഴ്സനെക്കുറിച്ച് ചോദിച്ചാൽ കണ്ണു ചിമ്മിയും ഉറക്കത്തിലും പറയും, പണം വാങ്ങി ആളെ കൊല്ലുകയോ, കൈവെട്ടുകയോ ചെയ്യുന്ന സംഘം. പെയ്ഡ് ന്യൂസിനും ഏതാണ്ട് ഇതേ അർത്ഥം തന്നെ. കുട്ടേഴ്സർ സംഘങ്ങൾ കേരളത്തിൽ ഉണ്ടായതിന്റെ അത്രയൊന്നും പഴക്കം പെയ്ഡ് ന്യൂസിനില്ലെങ്കിലും സാധാരണക്കാരനായ വായനക്കാരനറിയാതെ തന്നെ പെയ്ഡ് ന്യൂസ് മലയാള മാധ്യമങ്ങളും വർഷങ്ങളായി ഉപയോഗിക്കുന്നുണ്ട്.

കുട്ടേഴ്സർ സംഘങ്ങൾ പണം വാങ്ങി തന്റെ ശത്രുവോ മിത്രമോ എന്നു നോക്കാതെ ആളെ കൊല്ലുകയാണെങ്കിൽ, പെയ്ഡ് ന്യൂസിലൂടെ പത്രപവർത്തകനോ, പത്രമുതലാളിയോ ചെയ്യുന്നത് പണം വാങ്ങി വാർത്തയിലൂടെ ആളെ നശിപ്പിക്കുകയോ ഉയർത്തുകയോ ചെയ്യുന്നു. ഒറ്റവാക്കിൽ പറഞ്ഞാൽ പണം വാങ്ങി പത്രധർമ്മത്തെ വ്യഭിചരിക്കുന്നു.

തദ്ദേശ സ്വയംഭരണ സ്ഥാപനങ്ങളിലേക്കുള്ള ഈ തെരഞ്ഞെടുപ്പിൽ മലയാളത്തിലെ ഒരു ശൈശവ പത്രത്തിന്റെ പെയ്ഡ് ന്യൂസിലേക്ക്. പണം മുടക്കാൻ തയ്യാറുള്ള സ്ഥാനാർത്ഥികളെക്കുറിച്ച് പത്രത്തിന്റെ ഒരു പേജിന്റെ നാലിൽ ഒരു ഭാഗത്ത് വർണ്ണാഭമായ ഫീച്ചർ നൽകും. അതിനു പകരമായി അഞ്ചു മുളള തുക വാങ്ങും. ഇത് പരസ്യത്തിന്റെ ഗണത്തിൽ പെടില്ല. കാരണം, പരസ്യമായാണ് നൽകിയതെങ്കിൽ ഇതിനു താഴെ അഡർടോറിയൽ എന്നെഴുതണം. അങ്ങനെ എഴുതിയിട്ടില്ല. അങ്ങനെ എഴുതിയാലും പ്രശ്നമാണ്, ഒരു സ്ഥാനാർത്ഥിക്ക് എത്ര രൂപ വരെ പ്രചരണത്തിനായി ചെലവഴിക്കാമെന്ന് തെരഞ്ഞെടുപ്പ് കമ്മീഷൻ നിർദ്ദേശിച്ച സാഹചര്യത്തിൽ പത്ര പേജിന്റെ നാലിൽ ഒന്നു ഭാഗത്ത് പരസ്യമായി നൽകണമെങ്കിൽ 25,000 രൂപയെങ്കിലും നൽക

ണം. ഇത് ഒരു സ്ഥാനാർത്ഥിയ്ക്ക് ചെലവഴിക്കാവുന്ന തുകയുടെ ഇരട്ടിയാണ്.

ഇത് പത്രപ്രവർത്തനത്തിലെ ക്ഷേ്ട്രങ്ങൾ പ്രവർത്തനമാണ്. അതായത് പെയ്ഡ് ന്യൂസാണ്. ഇത്തരം പ്രവർത്തനങ്ങൾ വായനക്കാരനെ തെറ്റിദ്ധരിപ്പിക്കുന്നു. ദേശാഭിമാനി, വീക്ഷണം പോലുള്ള രാഷ്ട്രീയ പാർട്ടികൾ നേരിട്ടു നടത്തുന്ന പത്രമാധ്യമങ്ങൾക്ക് വ്യക്തമായ രാഷ്ട്രീയ ചായ്വുണ്ടെന്നിരിക്കെ ഇത്തരത്തിൽ സ്വന്തം കക്ഷിയിൽ ഉൾപ്പെട്ടയാളെക്കുറിച്ച് വാർത്ത വന്നാൽ വായനക്കാരൻ പറയും, അതിൽ കാര്യമില്ലെന്നേ, അത് അവരുടെ പാർട്ടിക്കരനെക്കുറിച്ച് പൊക്കി എഴുതിയതാ... എന്നാൽ വ്യക്തമായ രാഷ്ട്രീയ ചായ്വില്ലെന്നു പ്രഖ്യാപിക്കുന്ന മാധ്യമങ്ങളിൽ ഇത്തരത്തിൽ വാർത്ത വരുമ്പോൾ, നട്ടെല്ലുയർത്തി നിൽക്കാൻ പോലും പറ്റാത്ത സ്ഥാനാർത്ഥികളെ വീരനാക്കി ചിത്രീകരിക്കപ്പെടുകയും, അർഹതപ്പെട്ടവർ തഴയപ്പെടുകയും ചെയ്യും. പെയ്ഡ് ന്യൂസിന് പിറകെ പോകാത്തതും മുന്നണി ബന്ധത്തിൽ പെടാത്തതുമായ സ്ഥാനാർത്ഥികളെ മാധ്യമങ്ങൾ തമസ്കരിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. പത്രപരസ്യങ്ങളേക്കാൾ കൂടുതൽ പത്രവാർത്തകളിൽ വിശ്വസിക്കുന്നവരാണ് ജനങ്ങൾ. വായനക്കാരന്റെ വിശ്വാസ്യതയെയാണ് ഇത് ചോദ്യം ചെയ്യുന്നത്.

ഇത്രയും വായിക്കുമ്പോൾ, ഈ തെരഞ്ഞെടുപ്പിലാണ് പെയ്ഡ് ന്യൂസ് കേരളത്തിലെ മാധ്യമങ്ങളിലെത്തുന്നതെന്ന് തെറ്റിദ്ധരിക്കരുത്. ഇതിനു മുൻപല തവണ മുഖ്യധാരാ മാധ്യമങ്ങളും പത്രപ്രവർത്തകരും പണം പറ്റി കഥ മെനയുകയോ അല്ലേൽ മിണ്ടാതിരിക്കുകയോ ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. ഗ്രാൻഡ് കേരള ഷോപ്പിംഗ് ഫെസ്റ്റിവലിനെക്കുറിച്ച് മുഖ്യധാരാ പത്രങ്ങളിൽ ഒന്നാം പേജിൽ സർക്കാർ പരസ്യം വന്നത് സർക്കാർ സ്പോൺസേർഡ് പെയ്ഡ് ന്യൂസാണെന്നു പറയാം. സമാനമായ പരസ്യം വാർത്തയെന്നു തെറ്റിദ്ധരിക്കപ്പെടുന്ന മട്ടിൽ ഒന്നാം പേജിലായിരുന്നു എല്ലാ പത്രങ്ങളിലും വന്നത്. ഇതിനടിയിൽ അഡ്വർടൈസിംഗ് എന്ന

**കൈരളി ചാനലിലെ
റിയാലിറ്റി ഷോയിൽ
സമാനാർഹരായവർക്ക് വീട്
നൽകാതെ സ്പോൺസർമാരായ
ശാന്തിമഠം ബിൽഡേഴ്സ് മുങ്ങിയ
വിവരം ആ അന്ധ കുടുംബം
പത്രസമ്മേളനം നടത്തി
പറഞ്ഞിട്ടും വാർത്തകൊടുക്കാൻ
ഒരു പത്രവും തയ്യാറായില്ല.
ചില മാധ്യമങ്ങൾ സ്പോൺസറായ
ശാന്തിമഠം ബിൽഡേഴ്സിന്റെ
പേര് മറച്ചുവെച്ചാണ്
വാർത്ത നൽകിയത്**

വാക്ക് ചേർക്കേണ്ടതാണ്. എന്നാൽ മുഖ്യധാരാ പത്രങ്ങളടക്കം ഇങ്ങനെ ചേർക്കാതെ വായനക്കാരനെ വഞ്ചിക്കുകയായിരുന്നു.

വൻ പരസ്യദാതാവായ മൊബൈൽ കമ്പനി നടത്തിയ തട്ടിപ്പിനെതിരെ ഒരാൾ കേസു നൽകി അനുകൂല വിധി വന്നത് എല്ലാ മാധ്യമങ്ങൾക്കും വാർത്തയായി നൽകിയിരുന്നു. എന്നാൽ പരസ്യദാതാവിനെ അനദാതാവായി കാണുന്ന പത്ര-ദൃശ്യമാധ്യമങ്ങൾ ഈ വാർത്ത തമസ്കരിക്കുകയാണുണ്ടായത്. മറ്റൊരു ഉദാഹരണം, കൈരളി ചാനൽ നടത്തിയ എല്ലാരു പാടണ് എന്ന റിയാലിറ്റി ഷോയിലുണ്ടായ ചില റിയാലിറ്റികളാണ്. ഈ റിയാലിറ്റി ഷോയിൽ ഒന്നാം സ്ഥാനം നേടിയത് തങ്കമ്മയും കുടുംബവുമാണ്. തങ്കമ്മയൊഴികെ ബാക്കിയെല്ലാവരും അന്ധരാണ്. ഇവർ പാടി നേടിയപ്പോൾ മുൻകൂർ നിശ്ചയിച്ചതു പ്രകാരം മുഖ്യ സ്പോൺസറായ ശാന്തിമഠം ഒരു വീല്ലു നൽകും. സമാപന ചടങ്ങിലും മറ്റുമായി വീല്ലയുടെ താക്കോൽ എന്ന മട്ടിൽ ഈ കുടുംബത്തിന് തെർമോകോൾ കൊണ്ടുണ്ടാക്കിയ താക്കോൽ നൽകി. എന്നാൽ തുടർന്ന് യഥാർത്ഥ വീല്ലു നൽകിയില്ല. കൈരളി

ചാനലുമായും സ്പോൺസറുമായും ബന്ധപ്പെട്ടെങ്കിലും അവരിൽ നിന്ന് അനുകൂലമായ മറുപടി കിട്ടിയില്ല. തുടർന്ന് ഈ കുടുംബം എറണാകുളം പ്രസ് ക്ളബിൽ പത്രസമ്മേളനം നടത്തി ചാനലിനും സ്പോൺസർക്കെതിരെയുള്ള വഞ്ചനയുടെ കഥ പറഞ്ഞു. എന്നാൽ അതു കേട്ടിരുന്ന ഒരു മാധ്യമ പ്രതിനിധിയും ഈ വാർത്ത പത്രങ്ങളിലോ, ചാനലുകളിലോ നൽകിയില്ല. കൈരളി ചാനലിനേക്കാളും സ്പോൺസറായ ശാന്തിമഠം ബിൽഡേഴ്സിനെതിരെയുള്ള വാർത്ത കൂടിയായതിനാലാണ് ഈ മാധ്യമപട മൗനം പാലിച്ചത്. ഇങ്ങനെ എത്ര വാർത്തകൾ തമസ്കരിക്കപ്പെടുന്നു. ഇതിനെയും പെയ്ഡ് ന്യൂസെന്നോ മറ്റേ ഞെങ്കിലും ന്യൂസെന്നോ വിളിക്കാം.

മഹാരാഷ്ട്രയിൽ നടന്ന പെയ്ഡ് ന്യൂസെന്ന മാധ്യമങ്ങളുടെ വ്യഭിചാരം കണ്ടെത്തിയത് പി. സായ്നാഥ് എന്ന പത്രപ്രവർത്തകനായിരുന്നു. അതിങ്ങനെ, മഹാരാഷ്ട്ര നിയമസഭ തെരഞ്ഞെടുപ്പുവേളയിൽ മുഖ്യമന്ത്രി അശോക് ചവാനെക്കുറിച്ച് ലോക്മത് എന്ന പത്രത്തിൽ ഒന്നാം പേജിൽ ഫീച്ചർ വന്നു. ഊർജ്ജസ്വലനായ യുവനേതൃത്വം; അശോക് ചവാൻ എന്നായിരുന്നു തലക്കെട്ട്. ലേഖകന്റെ പേരു സഹിതം വാർത്ത. അതേ ദിവസവും തുടർന്നുള്ള ദിവസങ്ങളിലുമായി മഹാരാഷ്ട്രടൈംസ്, പുധാരി തുടങ്ങിയ പത്രങ്ങളിലും വളളി പുള്ളി തെറ്റാത്ത ഈ വാർത്ത അവരവരുടെ ലേഖകന്മാരുടെ പേരിൽ പുറത്തിറങ്ങി. ആ തിരഞ്ഞെടുപ്പിൽ ചവാൻ ഒരു ലക്ഷം വോട്ടിനു വിജയിച്ചു. ഇവിടെ നിന്നാണ് പി. സായ്നാഥെന്ന പത്രപ്രവർത്തകന്റെ അന്വേഷണം ആരംഭിച്ചത്. അശോക് ചവാൻ തെരഞ്ഞെടുപ്പ് കമ്മീഷൻ മുന്മാകെ സമർപ്പിച്ച കണക്കിൽ, പരസ്യം നൽകിയ ഇനത്തിൽ ചെലവായത് 11370 രൂപയാണെന്നും അച്ചടിമാധ്യമങ്ങൾക്ക് നൽകിയതിൽ 5379 രൂപയുമാണ് ചെലവായതെന്നും രേഖപ്പെടുത്തിയിരിക്കുന്നു. ഈ കണക്കിൽ നിന്നാണ് അശോക് ചവാനെന്മാരായ രാഷ്ട്രീയക്കാരനും മാധ്യമങ്ങളും നടത്തിയ കൂട്ടുകെട്ട് പുറത്തായത്.