



# ఆ మాటలు వింటే గోవిందా!

‘ఏప్రిల్ 1 విడుదల’ సినిమా గుర్తుందిగా. అందులో దివాకరం అదేనండీ.. రాజేంద్రప్రసాద్ పాత్ర దగ్గర బాకీ వసూలు చేయడానికి వస్తాడు సాక్షి రంగారావు. అప్పుడు దివాకరం ‘అప్పు కింద నా వీడియో పార్కర్లో ఏం తీసుకుపోయినా ఫర్వాలేదు, ఈ టీవీ జోలికి మాత్రం రావద్దు’ అంటాడు. పైగా అది తన స్నేహితుడు దుబాయ్ నుంచి పంపాడని చెబుతాడు. ఆ మాటలకు బుట్టలో పడ్డ సాక్షి రంగారావు తనకు అదే కావాలంటాడు. ఇంటికి మోసుకెళ్తాడు. వీధి వీధంతా పిలిచి వేడుకగా టీవీ ఆన్ చేస్తాడు. ‘ముందుగా సౌండ్ వస్తుంది.. ఆపై బొమ్మ వస్తుంది.. అది చూసి మీరు..’ అంటుండగానే ముందుగా పొగలోచ్చి... తర్వాత టీవీ కాస్తా పేలిపోతుంది. ఆ సీను చూసిన ప్రతిసారీ నవ్వుకుంటాం కదా!

కానీ, మనల్ని చూసి ఎందరు నవ్వుకుంటున్నారో ఆలోచించారా??

## ఎదో

సినిమాలో ఓ పాత్ర మరోపాత్రకు ఇన్ ఫ్లూయెన్స్ అయితే కామెడీ పండింది. కానీ, నిజజీవితంలో సోషల్ మీడియా ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్ల మాటలు నమ్మి తప్పులో కాలేస్తే.. బోరున ఏడ్వాల్సిన పరిస్థితులు ఏర్పడతాయి. ఇటీవలి కాలంలో చాలామంది సోషల్ మీడియా ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్లు వినియోగదారులు దారి తప్పేలా చేస్తున్నారు. ఇప్పుడు స్టార్ హీరోల ప్రకటనల కన్నా.. సామాజిక మాధ్యమాల ప్రభావశీలక మాటలే వినియోగదారులను ఎక్కువగా ఆకట్టుకుంటున్నాయి. అందుకే అంతర్జాతీయ సంస్థలు కూడా తమ బ్రాండ్ల ప్రచారానికి సెలెబ్రిటీలను కాదని సోషల్ మీడియా ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్ల కాలింగ్ బెల్ కొడుతు న్నాయి. ఇంతవరకు బాగానే ఉన్నా... ఈ ప్రకటనల పర్యంతం నకిలీ ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్లు చొరబడటం వినియోగ దారులను మోసాల వాకిట నిలబెడుతున్నది. సబ్ స్ట్రైబ్లర్ల సంఖ్యను పెంచుకునేంత వరకు ఒకరకంగా, పెరిగిన తర్వాత నాణ్యత రెండోవైపు చూపిస్తున్నారు. అందుకే అసలైన ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్ల గురించి అవగాహన పెంచు కుంటే చిక్కల్లో పడే పరిస్థితి రాదు. ఏ వస్తువు గురిం చైనా పూర్తిగా తెలుసుకోకుండా, ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్లు చెప్పారు కదా అని.. అవగాహనారాహిత్యంతో కొంటే నష్టం తప్పదు.

**నకిలీలతో జాగ్రత్త..**  
మొబైల్ బెటింగ్, ఆన్ లైన్ గేమింగ్, ఆన్ లైన్ పెట్టు బడి, ఆన్ లైన్ మట్టి లెవల్ మార్కెటింగ్, క్రిప్టో కరెన్సీ

వంటి చాలా నకిలీ కంపెనీలు సోషల్ మీడియా ఇన్ ఫ్లూ యెన్సర్ల సాయంతో ఇంటర్నెట్లో అనామకంగా పనిచే స్తాయి. సగటు మధ్యతరగతి వర్గాలను ప్రలోభాలకు గురిచేయడమే లక్ష్యంగా ప్రచారం సాగిస్తాయి. ఇన్ స్టిట్యూట్ ఆఫ్ కాంటెంపరరీ మ్యూజిక్ పెర్ఫార్మెన్స్ నిర్వహించిన సర్వే ప్రకారం.. ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్లలో 50 శాతం నకిలీలే అని తేలింది. వీరిలో సెలెబ్రిటీలు కూడా ఉండటం గమనార్హం. ఇలాంటి వ్యక్తుల ప్రకటనలకు సమయం వెచ్చించడం, వాటిలో డబ్బు పెట్టుబడి పెట్టడం శ్రేయస్కరం కాదు. ఆపిల్ స్టోర్, షే స్టోర్ నుంచి డౌన్ లోడ్ చేయకుండా లింకల ద్వారా వినియోగదారుల మొబైల్లోకి వచ్చిపడే కంపెనీల అప్లికేషన్లు చట్టబద్ధమైనవి కాదన్న ఎరుకతో మనుషులకో వాలి. డబ్బు సంపాదన ఆకాంక్ష ఈ కంపెనీలేవీ పోలీసు, న్యాయపరమైన గుర్తింపు పొందవు. ఇలాంటి వ్యవహారాల్లో సోషల్ మీడియా ప్రభావాన్ని నిరోధించ దానికి సదరు పోస్ట్ డిస్మిస్సాన్ని ప్రశ్నించడం, విమర్శనా త్మక మనస్తత్వం పెంపొందించుకోవడం ఉత్తమం. చివరిగా ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్ల మాటల్లోపడి వాస్తవాన్ని గుర్తిం చకపోతే.. ‘ఏప్రిల్ 1...’లో సాక్షి రంగారావు పరిస్థితే మీకూ ఎదురవొచ్చు!



**ఇలా గుర్తిద్దాం..**  
నకిలీ ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్లను గుర్తించడం పెద్ద కష్టమేం కాదు. సదరు ప్రభావశీలక అకౌంట్ నిశితంగా గమనిస్తే.. గుర్తించడం తేలికే!  
■ ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్ అకౌంట్ను ఫాలో అయ్యేవారి సంఖ్య రాత్రికి రాత్రే ఇబ్బడిముబ్బడిగా పెరిగిపోతుంది. అలా ఫాలోవర్ల సంఖ్య అకస్మాత్తుగా వందల్లో, వేలల్లో పెరి గిందంటే ఏదో మతలబు ఉన్నట్టే అని గమనించాలి.  
■ కచ్చితమైన ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్లు పోస్టుల విషయంలో సమయ పొలన పాటిస్తారు. తాము ప్రమోట్ చేస్తున్న వస్తువుల బ్రాండ్ వాల్యూ తగ్గకుండా చూసుకుం టారు. కానీ, నకిలీరాయుళ్లు అమాసపున్నానికి వేలం వెర్రిగా ప్రకటనలు గుప్పిస్తుంటారు. బ్రాండ్ ఎంపికలో ప్రత్యేకత ఉండదు. దేన్ని పడతే దాన్ని ప్రమోట్ చేస్తుంటారు.  
■ డౌంగ్ ఇన్ ఫ్లూయెన్సర్ల ప్రకటనలకు వ్యాయర్లు వేల సంఖ్యలో ఉంటే.. లైకులకు వచ్చేసరికి వందలకు పడి పోతుంది. ఇక కామెంట్స్ విషయానికి వస్తే నాలుగైదు దాటవు. ప్యూయర్ షిప్, లైక్స్, కామెంట్స్ వీటి మధ్య ఇంత భారీ వ్యత్యాసం ఉండదంటే... సదరు ఇన్ ఫ్లూ యెన్సర్ని నకిలీ కింద జమకట్టాలి. ■



**అనిల్ రాచమల్ల**  
వ్యవస్థాపకులు  
ఎండ్ సా ఫౌండేషన్