

## ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಪಕ್ಷದ ಮಾಧ್ಯಮ ಜಾಹಿರಾತು ಭರಾಟೆ

ಅರುಣ್ ಜೇಲ್ಲ

ವಿರೋಧ ಪಕ್ಷದ ನಾಯಕರು(ರಾಜ್ಯ ಸಭಾ)

2014ರ ಸಾರ್ವತ್ರಿಕ ಚುನಾವಣೆಗಳಿಗೆ ಕೇವಲ ಮೂರು ತಿಂಗಳು ದೂರವಿದೆ. ಚುನಾವಣೆಗಳು ಹಲವಾರು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ನಡೆಯಲಿವೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಅಂದಾಜಿನ ಪ್ರಕಾರ ಚುನಾವಣಾ ಅಧಿಸೂಚನೆ ಹೊರಬಂದು ಮಾರ್ಚ್ ಅಂತ್ಯದ ವೇಳೆಗೆ ಪ್ರಚಾರಕಾರ್ಯದ ಗತಿ ತೀರ್ಪಾಗಲಿವೆ, 2014ರ ಏಪ್ರಿಲ್ ಹಾಗೂ ಮೇ ತಿಂಗಳಲ್ಲಿ ಮುಂದುವರಿಯಲಿವೆ. ದಿನಪತ್ರಿಕೆ, ದೃಷ್ಟಿ ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಹಾಗೂ ಜಾಹಿರಾತು ಫಲಕಗಳಲ್ಲಿ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಪಕ್ಷ ಜನವರಿಯಿಂದಲೇ ಚುನಾವಣಾ ಪೂರ್ವ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಪ್ರಕಟಿಸುವುದನ್ನು ಆರಂಭಿಸಿದೆ. ಚುನಾವಣಾ ಜಾಹಿರಾತುಗಳು ದುಬಾರಿ ವ್ಯವಹಾರವಾಗಿದೆ. ಜಾಹಿರಾತಿನ ಸಾಮಾನ್ಯ ವೆಚ್ಚದ ಜೊತೆಗೆ, ಹಲವಾರು ಮಾಧ್ಯಮಗಳು ಚುನಾವಣಾ ಜಾಹಿರಾತಿಗೆ ವಿಶೇಷ ದರ ನಿಗದಿ ಪಡಿಸುತ್ತವೆ. ಆದ್ದರಿಂದ ಪಾವತಿ ಆಗುವ ದರ ದುಪ್ಪಟ್ಟು ಆಗುತ್ತದೆ. ಸಾಮಾನ್ಯ ಆಚರಣೆಯಂತೆ, ನಾಮಪತ್ರ ಸಲ್ಲಿಸಿದ ನಂತರ, ಜಾಹಿರಾತು ಪ್ರಕಟಣೆ ಆರಂಭಗೊಳ್ಳುತ್ತವೆ ಹಾಗೂ ನಿಯಮದಂತೆ ಪ್ರಚಾರಾಂದೋಲನ ಅವಧಿಯ ಎರಡು ವಾರಗಳು ಇದರ ಭರಾಟೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತದೆ.

ನಾಲ್ಕು ತಿಂಗಳ ಅವಧಿಗೆ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಭರಾಟೆ ನಡೆಸಲಿರುವ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಪಕ್ಷ, ಸ್ವಾಭಾವಿಕವಾಗಿ, ಜಾಹಿರಾತಿಗಾಗಿ ಭಾರಿ ಮೊತ್ತ ತೆಗೆದಿಟ್ಟಿದೆ. ಪ್ರಸ್ತುತ ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಪ್ರಮಾಣ, ಅದರ ಸಂದೇಶ ಕುತುಹಲ ಮೂಡಿಸುತ್ತದೆ. ಮೇಲ್ನೋಟಕ್ಕೆ ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಅಭ್ಯರ್ಥಿ ಘೋಷಿಸಿದ ನಿರ್ಧಾರವನ್ನು ಪಕ್ಷ ಮಾಡಿದೆ. ಆದರೂ, ವಸ್ತುಸ್ಥಿತಿಯೆಂದರೆ ಒಬ್ಬ ವ್ಯಕ್ತಿಯ ಸುತ್ತ ಪ್ರಚಾರಾಂದೋಲನ ಕೇಂದ್ರೀಕೃತಗೊಂಡಿದೆ. ಪರದೆಯ ಹಿಂದೆ ಇರುವ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಪಕ್ಷದ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯಾರು. ಈವರೆಗೂ ಪ್ರಕಟವಾದ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ನೋಡಿದಾಗ, ಹಾಲ ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿಯ ವಿಚಾರ ಎಲ್ಲೂ ತಿಳಿಸಿಲ್ಲ. ಯುಪಿಎ ಸರ್ಕಾರದ ಸಾಧನೆಯ ಪ್ರಸ್ತಾವವಿಲ್ಲ. ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಪಕ್ಷದ ಅಧ್ಯಕ್ಷರ ಕುರಿತು ಏನೂ ಕಾಣದು. ಇಡೀ ಪ್ರಚಾರಾಂದೋಲನ ರಾಹುಲ್ ಗಾಂಧಿಯವರ ಸುತ್ತ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಿದೆ. ಆದರೂ, ರಾಹುಲ್ ಗಾಂಧಿ ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯಾಗಿಲ್ಲ(ಪಕ್ಷವು ಅಧಿಕೃತ ಅಭ್ಯರ್ಥಿ ಘೋಷಿಸಿದ ಕಾರಣ). ಅದಾಗಿಯೂ ಜಾಹಿರಾತುಗಳನ್ನು ಅವರ ಸುತ್ತ ಕೇಂದ್ರೀಕರಿಸಲು ಕಾರಣವೇನು?

ಇದಕ್ಕೆ ಉತ್ತರ ಸ್ಪಷ್ಟವಾಗಿದೆ. ರಾಹುಲ್ ಗಾಂಧಿಯವರನ್ನು ಪ್ರಧಾನ ಮಂತ್ರಿ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯೆಂದು ಅಧಿಕೃತವಾಗಿ ಒಪ್ಪಿಕೊಳ್ಳಲು ಕಾಂಗ್ರೆಸ್‌ಗೆ ಇಷ್ಟವಿಲ್ಲ. ಪ್ರತಿಕೂಲ ಫಲಿತಾಂಶ ಬಂದಲ್ಲಿ ಅವರನ್ನು ಹೊಣೆಗಾರರಾಗಿ ಮಾಡುವುದನ್ನು ತಪ್ಪಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನ ಇದಾಗಿದೆ. ಆದ್ದರಿಂದಲೇ ಪಕ್ಷವು ಅಧಿಕೃತ ಅಭ್ಯರ್ಥಿ ಘೋಷಿಸುವ ಬದಲು ವಾಸ್ತವಿಕ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ರೂಪದಲ್ಲಿ ಅವರನ್ನು ಜಿಂಜಿಸುವ ಪರ್ಯಾಯ ರಣನೀತಿ ಹಮ್ಮಿಕೊಂಡಿದೆ. ಪರವಾದ ಫಲಿತಾಂಶ ಬಂದಲ್ಲಿ ಅದರ ಶ್ರೇಯಸ್ಸು ರಾಹುಲ್ ಗಾಂಧಿಯವರಿಗೆ ಸಲ್ಲಲು ಮತ್ತು ಪ್ರತಿಕೂಲ ಫಲಿತಾಂಶ ಬಂದಲ್ಲಿ ಅದರ ದೋಷವನ್ನು ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಪಕ್ಷಕ್ಕೆ ಸಲ್ಲಿಸುವ ಉಪಾಯ ಇದಾಗಿದೆ.

ರಾಹುಲ್ ಗಾಂಧಿಯವರ ವರ್ಚಸ್ಸು ಹೆಚ್ಚಿಸಲು ಭಾರಿ ಮೊತ್ತ ನಿಗದಿ ಪಡಿಸಿರುವ ವಿಚಾರವನ್ನು ಪಕ್ಷ ಅಲ್ಲಗಳೆದಿತ್ತು. ನಿರಾಕರಣೆ ಕೇವಲ ಹುಸಿಮಾತು ಎಂದು ಈಗ ಸಾಬೀತಾಗಿದೆ. ಮುಂದಾಳತ್ವ ವಹಿಸಲಿರುವ ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ಸಾಧನೆ ಮಾತನಾಡುವ ಬದಲು, ಜಾಹಿರಾತುಗಳ ಮೂಲಕ

ವೈಯಕ್ತಿಕ ವರ್ಚಸ್ಸು ಹೆಚ್ಚಿಸಿಕೊಳ್ಳಲು ಸಾಧ್ಯವೆ? ಎಲ್ಲವೂ ಸರಿಯದ್ದಾಗ ಮಾತ್ರ ಕೆಲವು ನಾಯಕರು ಯೋಗ್ಯರೆಂದು ಕಾಣುತ್ತಾರೆ. ಪ್ರತಿಕೂಲ ಸಂದರ್ಭಗಳಲ್ಲಿ, ಅವರು ತರಗಲೆಯಂತೆ ನೆಲಕ್ಕುರುಳುತ್ತಾರೆ. ಮಾರಾಟ ಯೋಗ್ಯ ಉತ್ಪನ್ನವನ್ನು ಮಾತ್ರ ಜಾಹಿರಾತು ಮಾರಾಟ ಮಾಡಬಲ್ಲದು, ಇಲ್ಲದಿದ್ದರೆ ಇಲ್ಲ.

\*\*\*\*\*