

ದಿನಾಂಕ: 29 ಏಪ್ರಿಲ್ 2014

ಪ್ರಚಾರ ದಿನಚರಿ-29/04/2014

ಅರುಣ್ ಜೇಲ್ಲ

(ವಿರೋಧ ಪಕ್ಷದ ನಾಯಕರು, ರಾಜ್ಯ ಸಭಾ)

ಏಪ್ರಿಲ್ 30ರಂದು ಜರುಗುವ ಚುನಾವಣೆಗೆ ನಿನ್ನೆ ಪ್ರಚಾರ ಅಂತ್ಯವಾಗಿದೆ. ನಾನು ನನ್ನ ಅಮೃತಸರ ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಮುಗಿಸಿದ್ದೇನೆ. ಅಭ್ಯರ್ಥಿಯ ಘೋಷಣೆಯಿಂದ ಮೊದಲುಗೊಂಡು ಪ್ರಚಾರ ಅಂತ್ಯದವರೆಗೂ, ಏಳು ವಾರಗಳ ಪ್ರಚಾರ ಕೈಗೊಂಡಿದ್ದೇನೆ. ದೀರ್ಘಾವಧಿಯ ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ನಡೆಸುವುದೇ ಒಂದು ಸವಾಲು. ನಿಷ್ಠಾವಂತ ಬೆಂಬಲಗರ ತಂಡ ಹಾಗೂ ಸುವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಚುನಾವಣಾ ಯಂತ್ರದ ಜೊತೆಗೆ ಪ್ರಚಾರದ ಮೂಲಕ ಮತದಾರರ ಆಸಕ್ತಿ ಉಳಿಸಿಕೊಳ್ಳುವ ಕ್ರಿಯಾತ್ಮಕ ವೈಖರಿಯನ್ನು ಅಭ್ಯರ್ಥಿ ಹೊಂದಿರಬೇಕು. ಏಳು ವಾರಗಳವರೆಗೂ ಒಂದೇ ವಿಚಾರವನ್ನು ಮಂಡಿಸಿದರೆ ಮತದಾರ ಆಸಕ್ತಿ ಕಳೆದುಕೊಳ್ಳುವುದು ಸಹಜ ಹಾಗೂ ಅವರ ಗಮನ ಗಳಿಸುವಲ್ಲಿ ಅಭ್ಯರ್ಥಿ ವಿಫಲನಾಗುತ್ತಾನೆ.

ಪ್ರಚಾರಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ಆಧುನಿಕ ತಂತ್ರಜ್ಞಾನದ ಬಳಕೆ ಪ್ರಭಾವಿ ಎನಿಸಿದೆ. ಪ್ರತಿದಿನ ಬೆಳಿಗ್ಗೆ ನನ್ನ ಬ್ಲಾಗ್ ಅನಿಸಿಕೆಗಳು ಪ್ರಚಾರದ ಭಾಗವಾಗಿತ್ತು. ಅಮೃತಸರದಲ್ಲೇ ಸುಮಾರು ಒಂದು ಲಕ್ಷ ಜನರನ್ನು ನಾನು ಬ್ಲಾಗ್ ಮೂಲಕ ತಲುಪುತ್ತಿದ್ದೆ. ಫೇಸ್‌ಬುಕ್‌ನಲ್ಲಿ ನನ್ನ ಹಿಂಬಾಲಕರಾಗಿ ಅಥವಾ ಅಂತರ್ಜಾಲದ ಮೂಲಕ ಬ್ಲಾಗ್ ಪಡೆಯುತ್ತಿದ್ದ ಮಂದಿ ಇಷ್ಟು. ಪ್ರತಿದಿನ ನಾನು 10 ರಿಂದ 15 ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳಲ್ಲಿ ಭಾಗವಹಿಸುತ್ತಿದ್ದೆ. ಪ್ರಮುಖ ನಾಗರಿಕರ ಮನೆಗಳಿಗೆ ಭೇಟಿ ನೀಡಿ ಅಲ್ಲಿ ಸೇರಿದ್ದ ನೂರಾರು ಜನರೊಂದಿಗೆ ಸಂವಾದ ನಡೆಸುವ ಅವಕಾಶ ಲಭಿಸುತ್ತಿತ್ತು ಹಾಗೂ ನೇರವಾಗಿ ಅವರ ವಿಶ್ವಾಸ ಗಳಿಸಬಹುದಿತ್ತು. ಹಳ್ಳಿಗಳಲ್ಲಿ ಅಕಾಲ ದಳದ ಸಂಘಟನಾತ್ಮಕ ಶಕ್ತಿ ಪ್ರಬಲವಾಗಿದ್ದು, ಅದು ಬದ್ಧತೆಯುಳ್ಳ ಕಾರ್ಯಕರ್ತರನ್ನು ಹೊಂದಿದೆ.

ನನ್ನ ಎದುರಾಳಿಯಾದ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಪಕ್ಷ ಹೊಸ ಆಲೋಚನೆಗಳ ಬರ ಎದುರಿಸುತ್ತಿತ್ತು. ತಮ್ಮ ಸಾರ್ವಜನಿಕ ಜೀವನದಲ್ಲಿ ಅಕಾಲ ದಳದ ವಿರುದ್ಧ ಅನುಸರಿಸುತ್ತ ಬಂದ ಗಡಸುತನ, ಅಸಭ್ಯನುಡಿ ಹಾಗೂ ಸುಳ್ಳು ಆರೋಪಗಳ ನಡವಳಿಕೆಯನ್ನು ಕ್ಯಾಪ್ಟನ್ ನನ್ನ ವಿರುದ್ಧವೂ ಬಳಸಿದರು-ಕೆಲವರು ಬದಲಾಗುವುದಿಲ್ಲ. ಆದರೆ ಅವರು ಈ ಬಾರಿ ಭಿನ್ನ ರೀತಿಯ ಪ್ರಚಾರವನ್ನು ಎದುರಿಸುವ ದುರಾದೃಷ್ಟಕರ ಸನ್ನಿವೇಶ ಒದಗಿಬಂತು. ರಾಷ್ಟ್ರಮಟ್ಟದಲ್ಲಿ ಹಾಗೂ ಅಮೃತಸರದಲ್ಲಿ ಸ್ಥಳೀಯವಾಗಿ ವಿಚಾರವಂತಿಕೆ ಆಧರಿಸಿದ ಪ್ರಚಾರ ನನ್ನದಾಗಿತ್ತು. ಸಜ್ಜಿನಿಕೆಯ ಪರಿಧಿಯೊಳಗೆ ಪ್ರಬಲ ಪ್ರತಿಸ್ಪರ್ಧೆಯನ್ನು ನಾನು ನೀಡಿದ್ದೇನೆ. ಹೀಗಾಗಿ ಕ್ಯಾಪ್ಟನ್ ಅವರ ನಿರ್ಲಕ್ಷ್ಯ ಪ್ರಚಾರ ವೈಖರಿ ನನ್ನ ವಿರುದ್ಧ ಯಶಸ್ಸು ಕಾಣಲಿಲ್ಲ.

ಪ್ರಚಾರದ ಕೃತ್ರಿಮ ಸೃಷ್ಟಿ ಹೇಗೆ?

ಪ್ರಚಾರ ವೈಖರಿ ಹೇಗೆ ಇರಬಾರದು ಎಂದು ತಿಳಿಸುವ ರೀತಿಯಲ್ಲಿ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಪಕ್ಷ ಪ್ರಚಾರ ಅವಧಿಯ ಕಡೆ ಎರಡು ಹಂತಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಚಾರ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮಗಳನ್ನು ರೂಪಿಸಿತ್ತು. ಸರ್ವೇಸಾಮಾನ್ಯ ವಿಚಾರಗಳು, ಅಂದರೆ ರಾಜ್ಯಗಳಿಗೆ ಕೇಂದ್ರ ಸರ್ಕಾರ ಒಡುಗಡೆ ಮಾಡುವ ಅನುದಾನ, ಆರ್‌ಟಿಐ, ಆಹಾರ ಮಸೂದೆ, ಭೂ ಮಸೂದೆಯಂತಹ ವಿಷಯಗಳನ್ನು ಪ್ರಚಾರಕಾರ್ಯಕ್ಕೆ ಬಳಸಬಹುದು ಎಂಬ ಅನಿಸಿಕೆಯನ್ನು ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ನಾಯಕರ ಭಾಷಣ ಬರಹಗಾರರು ಹೊಂದಿದ್ದರು. ಜನಪ್ರಿಯ ವಿಚಾರಗಳನ್ನು ಅವರು ಸಂಪೂರ್ಣವಾಗಿ

ಕಡೆಗಣಿಸಿದ್ದರು. ನಾಲ್ಕು ರಾಜ್ಯಗಳ ವಿಧಾನಸಭೆ ಚುನಾವಣೆಗಳ ಫಲಿತಾಂಶ ಕಳೆದ ಡಿಸೆಂಬರ್‌ನಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡಾಗಲೇ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ನಿರ್ಗಮನದ ದಾರಿ ಹಿಡಿದಿದೆ ಎಂದು ಇಡೀ ದೇಶ ಅರ್ಥ ಮಾಡಿಕೊಂಡಿತ್ತು. ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ವಿರುದ್ಧ ಜನಾಕ್ರೋಷ ಮುಂದುವರಿದಿದೆ.

ನರೇಂದ್ರ ಮೋದಿ ಅವರು ಜನಮನ್ನಣೆಗಳಿಸಿದ್ದರು, ಚಿದಂಬರಂ, ಸಿಬಲ್, ತಿವಾರಿ, ಜಯರಾಂ, ಆನಂದ್ ಶರ್ಮಾ ಹಾಗೂ ಬೇನಿ ಪ್ರಸಾದ್ ಬಳಸಿದ ಕಟುವಾದ ನುಡಿ ಹಾಗೂ ಅವಮಾನಕರ ಹೇಳಿಕೆಗಳು ಮೋದಿ ಮೋಡಿಯನ್ನು ಮಣಿಸುವ ಶಕ್ತಿ ಹೊಂದಿವೆ ಎಂದು ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಭಾವಿಸಿತ್ತು. ಆದರೆ ಅಂತಿಮವಾಗಿ ಅವರ ದರ್ಪದಿಂದ ಅವರ ಸಂಹಾರವಾಗಿದೆ. ಅವರಲ್ಲಿ ಹಲವರು ಚುನಾವಣಾ ಕಣಕ್ಕೆ ಇಳಿಯಲಿಲ್ಲ ಅಥವಾ ಕಣದಲ್ಲಿರುವವರು ಮೂರನೆ ಸ್ಥಾನಕ್ಕೆ ತಳ್ಳಲ್ಪಡುವ ಪರಿಸ್ಥಿತಿ ಎದುರಿಸುತ್ತಿದ್ದಾರೆ.

ಜಯರಾಂ ಹಾಗೂ ಸಿಬಲರು ಕಾಂಗ್ರೆಸ್‌ಗೆ ದೇವರಿಂದ ದೊರೆತ ವಿಶೇಷ ಉಡುಗೊರೆಯಾಗಿದ್ದಾರೆ. ಅವರು ತಮ್ಮ ಪಕ್ಷಕ್ಕೆ ವಿಶೇಷವಾದ ಕೃತ್ರಿಮವಾದ ಪ್ರಚಾರ ಕಾರ್ಯಕ್ರಮ ರೂಪಿಸಿದ್ದರು. ಹುಸಿ ಅಂಕಿಅಂಶಗಳನ್ನು ಆಧಾರಿಸಿದ ಟಾಕಿ ಪ್ರಚಾರ ಯೋಜನೆ ಫಲನೀಡುತ್ತಿದೆ ಎಂದು ಭಾವಿಸಿ ಚಿಕ್ಕಮಕ್ಕಳಂತೆ ಜಪ್ಪಾಳೆ ತಟ್ಟಿದ್ದರು. ಕೇಜ್ರಿವಾಲ್ ಮಾದರಿಯನ್ನು ಅನುಸರಿಸುವ ಪ್ರಯತ್ನವನ್ನು ರಾಹುಲ್ ಮಾಡಿದ್ದರು. ಕಳೆದ 10 ವರ್ಷಗಳವರೆಗೂ ಸಿಜಿಐ ತನಿಖಾ ಸಂಸ್ಥೆಯ ದುರ್ಬಳಕೆ ಮಾಡಿದ ನಂತರ ಇಷ್ಟು ಜಹಾನ್ ಪ್ರಕರಣದಲ್ಲಿ ಸಾಕ್ಷಾಧಾರಗಳಿಲ್ಲದೆ ಮೋದಿ ಅವರ ವಿರುದ್ಧ ಕ್ರಮ ತೆಗೆದುಕೊಳ್ಳದೆಯಿರುವ ಸಿಜಿಐ ವಿರುದ್ಧ ಸಿಬಲ್ ಹರಿಹಾಯ್ದರು. ಮಾಧ್ಯಮರಂಗದಲ್ಲಿ ಹೊಸದಾಗಿ ಕಾಣಿಸಿಕೊಳ್ಳುತ್ತಿರುವ ಬುದ್ಧಿವಂತ ನಾಯಕ ಸುಜೇವಾಲ್ ಎಂಬುವರು, ಮೋದಿ ಅವರೊಂದಿಗೆ ಚಿತ್ರ ತೆಗೆಸಿಕೊಂಡವರ ಘೋಷಣೆ ತೋರಿಸಿ, ಅದರಲ್ಲಿ ಪುಂಡರನ್ನು ಗುರುತಿಸುವ ಸಾಧನೆ ಮಾಡಿದ್ದಾರೆ. ಈ ಸಾಧನೆಯಿಂದ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್‌ಗೆ ಮತ್ತೊಮ್ಮೆ ಬಹುಮತ ಬರುವುದೆಂಬ ಮಿಥ್ಯವನ್ನು ನಂಬಿದ ಮೂಢಾತ್ಮ ಆತ. ಅವರ ಕುಚೋದ್ಯಗಳು ಫಲಿಸದೆಯಿದ್ದಾಗ, ಮಹಿಳೆಯರ ವಿರುದ್ಧ ಮೋದಿ ಅವರ ಗುಜರಾತ್ ಸರ್ಕಾರ ಕಣ್ಣಾವಲುವಹಿಸುತ್ತದೆ ಎಂಬ ಹಳೆಯ ವಿಚಾರಕ್ಕೆ ಜೀವ ನೀಡಲು ಪ್ರಯತ್ನಿಸಿದರು. ಆದರೆ ಅವರ ಲೆಖ್ವಾಚಾರಗಳೆಲ್ಲ ಬುಡಮೇಲಾದವು. ಅವರಿಗೆ ಇದರಲ್ಲೂ ಯಶಸ್ಸು ಸಿಗಲಿಲ್ಲ. ಸ್ಥೂಲ ವಿಚಾರಗಳಿಲ್ಲದೆ ಚುನಾವಣಾ ಪ್ರಚಾರ ನಡೆಸುವಲ್ಲಿ ವಿಫಲವಾದ ಕಾಂಗ್ರೆಸ್ ಪಕ್ಷ ವಿಚಾರವಂತಿಕೆ ಕೈಬಿಟ್ಟು ಕೃತಕ ಪ್ರಚಾರಕಾರ್ಯದಲ್ಲಿ ತೊಡಗಿತ್ತು. ಆದರೆ ಕಡೆಗೆ ತನ್ನ ಅಪಪ್ರಚಾರದ ಸುಳಿಗೆ ಸಿಕ್ಕ ಅದು ಪರಿತಪಿಸಿದೆ.
