

കോൺഗ്രസിന്റെ മാധ്യമങ്ങളിലെ പ്രചാരണം

അരുൺ ജെയ്റ്റ്ലി, പ്രതിപക്ഷ നേതാവ് (രാജ്യസഭ)

2014 ലെ പൊതു തെരഞ്ഞെടുപ്പിന് ഇനി മൂന്നുമാസം മാത്രം. തെരഞ്ഞെടുപ്പ് പല ഘട്ടമായിട്ടാവും. ഇപ്പോഴത്തെ വിലയിരുത്തലനുസരിച്ച് വിജ്ഞാപനം വരുന്നതോടൊപ്പം മാർച്ച് അവസാനത്തോടെ പ്രചാരണം തുടങ്ങി ഏപ്രിലിലും 2014 മെയ് മാസവും അതു തുടരും. കോൺഗ്രസ് പാർട്ടിയുടെ തെരഞ്ഞെടുപ്പ് പ്രചാരണ പരസ്യങ്ങൾ അച്ചടി, ടിവി ഇതര മേഖലകളിൽ ജനുവരി മുതലേ വന്നു തുടങ്ങി. തെരഞ്ഞെടുപ്പ് പ്രചാരണം ചെലവേറിയതാണ്. സാധാരണ പരസ്യനിരക്കിന് പുറമേ വിവിധ മാധ്യമങ്ങൾ പ്രത്യേക നിരക്കുകൾ അവതരിപ്പിച്ചു കഴിഞ്ഞു. അതുകൊണ്ട് നിരക്ക് പലമടങ്ങ് വർദ്ധിച്ചു. സാധാരണ നാമനിർദ്ദേശ പത്രിക സമർപ്പിക്കുന്നതിനൊപ്പം പരസ്യം തുടങ്ങി അനുവദനീയമായ സമയത്തെ രണ്ടാഴ്ച പരമാവധിയിലെത്തുകയുമാണ് പതിവ്.

സ്വാഭാവികമായും കോൺഗ്രസ് പാർട്ടി വലിയൊരു തുക പരസ്യബജറ്റായി നീക്കിവെച്ചിട്ടുണ്ടാകും, നാലുമാസത്തെ പരസ്യപ്രവർത്തനങ്ങൾക്കായി. പരസ്യത്തിന്റെ ധാരാളിത്തത്തിന് പുറമേ അതിന്റെ സന്ദേശത്തിലെ ജിജ്ഞാസാ ഘടകം പ്രധാനമാണ്. പാർട്ടി തീരുമാനിച്ചിരിക്കുന്നത് പ്രധാനമന്ത്രി സ്ഥാനാർത്ഥി വേണ്ടെന്നാണ്. എന്നാൽ പരസ്യങ്ങളാകട്ടെ 'പാർട്ടിക്കുള്ളിലൊളിച്ചിരിക്കുന്ന സ്ഥാനാർത്ഥി' ആയ വ്യക്തിയെ കേന്ദ്രീകരിച്ചാണ്. ഇതുവരെ വന്നിരിക്കുന്ന ഒരു പരസ്യത്തിലും ഇന്നത്തെ പ്രധാനമന്ത്രിയെക്കുറിച്ചില്ല. യുപിഎ സർക്കാരിന്റെ ഭരണനേട്ടങ്ങളിലും കോൺഗ്രസ് പാർട്ടി പ്രസിഡന്റിനെപ്പറ്റിയല്ല. പ്രചാരണം മുഴുവൻ രാഹുൽ ഗാന്ധിയെ കേന്ദ്രമാക്കിയാണ്. രാഹുൽ ഗാന്ധി ഒരു പ്രധാനമന്ത്രി സ്ഥാനാർത്ഥിയല്ലാതിരിക്കെ (പാർട്ടി ഇതുവരെ ഔദ്യോഗിക സ്ഥാനാർത്ഥിയായി പ്രഖ്യാപിച്ചിട്ടില്ല) എന്തുകൊണ്ടാണ് പ്രചാരണം അദ്ദേഹത്തെ കേന്ദ്രീകരിച്ചിട്ടുള്ളത്?

ഉത്തരം ലളിതമാണ്. കോൺഗ്രസ് ഔദ്യോഗികമായ രാഹുലിനെ പ്രധാനമന്ത്രി സ്ഥാനാർത്ഥിയായി പ്രഖ്യാപിക്കാനില്ല. ഫലം മറിച്ചായാൽ അദ്ദേഹം ഉത്തരവാദിയാകും. അതുകൊണ്ട് ചട്ടപ്രകാരമുള്ള ഒരു സ്ഥാനാർത്ഥിയാകുന്നതിന് പകരം വളഞ്ഞ വഴിയിൽ ആ പദവി നേടാനുള്ള കൃതന്ത്രമാണ് പയറുന്നത്. നേട്ടമുണ്ടായാൽ രാഹുൽ ഗാന്ധിയ്ക്കും മറിച്ചായാൽ കോൺഗ്രസ് പാർട്ടിക്കും.

രാഹുൽ ഗാന്ധിയുടെ പ്രതിച്ഛായ മെച്ചപ്പെടുത്താൻ വൻ തുക നീക്കിവെച്ചിരിക്കുന്നുവെന്ന വാർത്ത കുറച്ചുദിവസം മുമ്പ് പാർട്ടി നിഷേധിച്ചു. എന്നാൽ ആ നിഷേധം തട്ടിപ്പായിരുന്നുവെന്ന് വ്യക്തമായിരുന്നു. പ്രകടനം മോശമായ ഒരു സ്ഥാനാർത്ഥിയുടെ പ്രതിച്ഛായ പ്രചാരണം കൊണ്ടുമാത്രം മെച്ചപ്പെടുത്താനാവാമോ. നന്മ ചെയ്യുന്ന നേതാക്കൾ മാത്രമേ നല്ലവരായി തിരിച്ചറിയപ്പെടൂ. മറിച്ചുള്ള സാഹചര്യത്തിൽ അവർ ചീട്ടു കൊട്ടാരം പോലെ തകരും. പരസ്യത്തിനും വിപണി സാധ്യതയുള്ള ഒരു വസ്തുവിനെയേ രക്ഷപ്പെടുത്താനാവൂ, മറിച്ച് സാധ്യമല്ല.