

பிரச்சார டைரி - 29/04/2014

அருண் ஜேட்லி

(எதிர்கட்சித்தலைவர், மாநிலங்களவை)

ஏப்ரல் 30 வாக்குபதிவுக்கான பிரச்சாரம் நேற்று மாலை முடிவடைந்தது. நான் அமிர்தரசஸ் பிராச்சாரத்தை நிறைவு செய்தேன். வேட்பாளராக அறிவிக்கப்பட்ட நாள் முதல் ஏழு வார காலம் பிரச்சாரம் நீடித்தது. நீண்ட பிரச்சாரம் எப்போதுமே கடினமானது. அர்பணிப்பு மிக்க தொண்டர்கள் மற்றும் திறன் வாய்ந்த தேர்தல் பிரச்சார இயந்திரத்துடன் , வாக்காளர்களின் ஆர்வத்தை தக்கவைத்துக்கொள்ள வேட்பாளருக்கு கொஞ்சம் புத்திசாலித்தனம் தேவை. ஏழு வார காலத்திற்கு ஒரே விஷயம் பற்றி பேசிக்கொண்டிருந்தால் வாக்காளர்களுக்கு அலுப்பு உண்டாகிவிடும்.

நவீன கால பிரச்சார உத்திகள் பெருமளவு கைகொடுத்துள்ளன. எனது தினசரி காலை வலைப்பதிவு எனது தேர்தல் பிரச்சாரத்தில் முக்கிய பங்கு வகித்தது. அமிர்சதரசஸ் நகரில் உள்ள லட்சகணக்கானவர்களுடன் தொடர்பு கொள்ள அது உதவியது. பேஸ்புக்கில் என்னை பின் தொடர்ந்தவர்கள் அல்லது மறுபதிவை பெற்றவர்களில் இவர்களும் இடம்பெற்றிருந்தனர். ஒவ்வொரு நாளும் நான் பத்து முதல் பதினைந்து நிகழ்ச்சிகளில் பேசினேன். முக்கிய குடிமக்களின் வீட்டிற்கு விஜயம் செய்தேன். அங்கு திரண்டிருந்த நூற்றுக்கும் மேற்பட்டவர்களுடன் கலந்துரையாடியதன் மூலம் மக்களில் ஒரு பகுதியினருடன் நேரடியாக பழக முடிந்தது. கிராமங்களில் அகாலி தளம் அமைப்பு ஈடுபாடு மிக்கதாகவும் சுறுசுறுப்பானதாகவும் இருக்கிறது.

காங்கிரஸ் கட்சியின் மந்தமான பிரச்சாரத்தை நான் எதிர்கொள்ள வேண்டியிருந்தது. தனது அரசியல் வாழ்க்கை முழுவதும் அகாலி தளத்தை அப்படி எதிர்கொண்டாரோ - அது போலவே என்னையும் எதிர்கொண்டார். பண்பாடு இல்லாமல், நாகரீகம் இல்லாத முறையில் பொய்யான குற்றசாட்டுகளை கூறி பிரச்சாரம் செய்தார். ஆனால் துரதிர்ஷ்டவசமாக அவர் வேறு வகையான பிரச்சாரத்தை எதிர்கொள்ள வேண்டியிருந்தது. தேசிய அளவில் மற்றும் அமிர்தசரசஸ் அளவில் எனது பிரச்சாரம் பிரச்சனைகள் சார்ந்ததாக இருந்தது. என்னால் அவருக்கு நாகரீகமாக ஆனால் உறுதியான பதிலடி கொடுக்க முடிந்தது.

கேப்டன் அமரீந்தர் சிங்கின் மோசமான பிரச்சார உத்தி எனக்கு எதிராக செல்லுபடியாகாது.

ஒரு பிரச்சாரத்தை உற்பத்தி செய்வது எப்படி?

தேர்தல் பிரச்சாரம் கடைசி இரண்டு கட்டத்தை அடையும் நிலையில் காங்கிரஸ் கட்சியின் பிரச்சாரம் ஒரு பிரச்சாரம் எப்படி இருக்கக்கூடாது என்பதற்கான உதாரணமாக அமைந்துள்ளது. மாநிலங்களுக்கு நிதி உதவி வழங்குவது, ஆர்.டி.ஐ, உணவு பாதுகாப்பு மசோதா மற்றும் நில மசோதா ஆகியவை முக்கிய பிரச்சார பிரச்சனைகளாக இருக்கும் என்று காங்கிரஸ் தலைவர்களுக்கு உரை எழுதி தருபவர்கள் நினைத்துள்ளனர். மக்கள் கருத்தை அவர்கள் முற்றிலுமாக மறந்துவிட்டனர். நான்கு மாநில சட்டமன்ற தேர்தல் முடிவுகள் வெளியானவுடனேயே ,டிசம்பர் மாத்திலேயே காங்கிரஸ் பதிவியில் இருந்து தூக்கியெறியப்பட உள்ளது என ஒட்டுமொத்த தேசமும் முடிவு செய்துவிட்டது. காங்கிரஸ் ஆட்சிக்கு எதிரான உணர்வு வலுவாக உள்ளது.

நரேந்திர மோடியால் மக்கள் கவனத்தை பெருமளவு ஈர்க்க முடிந்துள்ள போதிலும் ,சிதம்பர், சிபல், திவாரி, ஜெய்ராம்,ஆனந்த் சர்மா மற்றும் பேனி பிரசாத் போன்றவர்களிடன் நாகரீகமில்லாத தாக்குதல்கள் மூலமே மோடி மாயம் என்று காங்கிரஸ் கட்சி கருதுவதை தகர்த்துவிடலாம் என அக்கட்சி நினைத்துவிட்டது. விளைவு அவர்கள் தங்களை தாங்களே அழித்துக்கொண்டுள்ளனர். அவர்களில் பலர் ஒன்று தேர்தலில் போட்டியிடவில்லை,அல்லது தங்கள் சொந்த தொகுதிகளில் முன்றாவது இடத்திற்கு தள்ளப்பட உள்ளனர்.

ஜெய்ராம் மற்றும் சிபல் போன்றவர்கள் காங்கிரஸ் கட்சிக்கு கடவுள் அளித்த கொடை. அவர்கள் ஒரு பிரச்சாரத்தை உற்பத்தி செய்ய தீர்மானித்தனர். பொய்களின் மீது உருவாக்கப்பட்டிருந்தாலும் அவர்களது சாக்லெட் பிரச்சாரம் வேலை செய்கிறது என நம்பிக்கொண்டு ஒரு குழந்தையை போல கைத்தட்டி மகிழ்ந்தனர். ராகுல், கெஜ்ரிவால் போல நடந்து கொள்ள தீர்மானித்தார். பத்தாண்டுகளாக சி.பி.ஐ-யை தவறாக பயன்படுத்தி பழகிய கபில் சிபல் இப்போது , இஷரத் ஜெஹன் வழக்கில் ஆதாரங்கள் இல்லாத போதும் மோடி மீது நடவடிக்கை எடுக்கவில்லை என்று சி.பி.ஐ மீது பாய்கிறார். மீடியாவில் பிரகாசமாக காட்சி தரும் புதிய முகமான சூரஜ்வாலா, மோடியுடன் புகைப்படத்தில் போஸ் கொடுக்கும் ஒரு கூட்டத்தை கண்டுபிடித்து அதில் ஒரு ரவுடி

இருப்பதையும் கண்டுபிடித்தார். இந்த பிரச்சனையை வைத்துக்கொண்டு காங்கிரஸ் கட்சி தேர்தலில் வெற்றிபெற்றுவிடலாம் என நம்பியது அவரது உறுதியில் தெரிந்தது. எதுவுமே கைகொடுக்காத நிலையில், இது வெற்றி தரும் என்ற நம்பிக்கையில் ஸ்நூப்கேட் விவகாரத்துக்கு உயிரூட்டப்பட்டது. ஆனால் எல்லாம் மோசமாக நடக்கும் போது எதுவுமே கை கொடுக்காது. இதுவும் கை கொடுக்கவில்லை. பிரச்சனைகளை மையமாக கொள்ளாமல், இல்லாத பிரச்சனைகளின் அடிப்படையில் பிரச்சாரத்தி உற்பத்தி செய்வதன் விளைவு இது. காங்கிரஸ் கட்சி தனது பிரச்சாரத்தின் பலனை தானே அனுபவிக்கிறது.
