

Indian Journal of Modern Research and Reviews

This Journal is a member of the 'Committee on Publication Ethics'

Online ISSN:2584-184X



Research Article

झुंझूनू जिले में जनमत निर्माण में संचार साधनों की भूमिका (2018 विधानसभा चुनाव के विशेष संदर्भ में)

नवीन कुमार ^{1*}, प्रोफेसर डॉ. सुरेन्द्र सिंह ²

¹ शोधार्थी, राजनीति विज्ञान विभाग, पंडित दीनदयाल उपाध्याय शेखावाटी विश्वविद्यालय सीकर, राजस्थान, भारत

² शोध निर्देशक, राजनीति विज्ञान विभागाध्यक्ष, प्राचार्य, राधेश्याम आर मोरारका राजकीय महाविद्यालय झुंझूनू, राजस्थान, भारत

Corresponding Author: * नवीन कुमार

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.20741767>

सारांश

लोकतंत्र में जनमत निर्माण एक जटिल और बहुआयामी प्रक्रिया है जहां संचार साधन केन्द्रीय भूमिका निभाते हैं। प्रस्तुत शोध पत्र राजस्थान के झुंझूनू जिले में 2018 विधानसभा चुनावों के संदर्भ में जनमत निर्माण पर विभिन्न संचार माध्यमों के प्रभाव का विश्लेषण करता है। इस शोध अध्ययन में पारंपरिक मीडिया (समाचार पत्र, टेलीविजन, रेडियो) एवं नवीन मीडिया (सोशल मीडिया, इंटरनेट) की भूमिका का तुलनात्मक अध्ययन किया गया है। शोध में मिश्रित पद्धति का उपयोग करते हुए 500 मतदाताओं के सर्वेक्षण, फोकस समूह चर्चा एवं गहन साक्षात्कार के आधार पर निष्कर्ष निकाले गए हैं। अध्ययन यह स्पष्ट विश्लेषण करता है कि 2018 के चुनावों में व्हाट्सएप एवं फेसबुक जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म ने परंपरागत मीडिया की तुलना में अधिक प्रभावशाली भूमिका निभाई, जबकि ग्रामीण क्षेत्रों में अभी भी समाचार पत्र एवं टेलीविजन प्रमुख सूचना स्रोत रहे। झुंझूनू की अनुसूचित जाति अन्य पिछड़ा वर्ग एवं सामान्य वर्ग की मतदाता प्राथमिकताओं में संचार माध्यमों के प्रभाव में उल्लेखनीय भिन्नता देखी गई।

Manuscript Information

- ISSN No: 2584-184X
- Received: 02-02-2026
- Accepted: 23-03-2026
- Published: 30-03-2026
- MRR:4(3); 2026: 448-453
- ©2026, All Rights Reserved
- Plagiarism Checked: Yes
- Peer Review Process: Yes

How to Cite this Article

नवीन कुमार, प्रोफेसर डॉ सुरेन्द्र सिंह. झुंझूनू जिले में जनमत निर्माण में संचार साधनों की भूमिका (2018 विधानसभा चुनाव के विशेष संदर्भ में). Indian J Mod Res Rev. 2026;4(3):448-453.

Access this Article Online



www.mrrjournal.in

मुख्य शब्द: जनमत निर्माण, संचार साधन, सोशल मीडिया, विधानसभा चुनाव, झुंझूनू, मतदाता व्यवहार, राजनीतिक संचार.

1. प्रस्तावना

लोकतांत्रिक व्यवस्था में जनमत को लोकतंत्र की प्रमुख आत्मा माना जाता है। वॉल्टर लिप्पमन (1922) ने अपनी प्रसिद्ध पुस्तक पब्लिक ओपिनियन में यह तर्क प्रस्तुत किया था कि आधुनिक जटिल समाज में नागरिक अपने अनुभव से नहीं बल्कि मीडिया द्वारा निर्मित 'छद्म-परिवेश' के आधार पर राजनीतिक निर्णय लेते हैं। भारतीय लोकतंत्र के संदर्भ में, जहाँ विविधता और असमानता की स्थितियाँ विद्यमान हैं, संचार साधनों की भूमिका और भी जटिल हो जाती है।

राजस्थान राज्य का झुंझू जिला अनेक कारणों से राजनीतिक दृष्टि से महत्वपूर्ण है। यह जिला शेखावाटी क्षेत्र का हिस्सा है जो ऐतिहासिक रूप से किसान आंदोलन, प्रजामंडल आंदोलन, जाट राजनीति और उद्योगपतियों की विशेषताओं के लिए जाना जाता है। 2018 के विधानसभा चुनाव में झुंझू जिले में कुल 7 विधानसभा क्षेत्र झुंझू, पिलानी, सूरजगढ़, खेतड़ी, उदयपुरवाटी, नवलगढ़ और मंडावा है। इस चुनाव में राष्ट्रीय और स्थानीय मुद्दों के साथ-साथ किसान आंदोलन, बेरोजगारी और भ्रष्टाचार प्रमुख विषय थे।

जब स्मार्टफोन एवं इंटरनेट डिजिटल क्रांति के इस युग में, ग्रामीण जिले तक पहुँच चुके हैं, संचार साधनों की प्रकृति और प्रभाव दोनों ही बदल गए हैं। हेराल्ड लॉसवेल (1948) के प्रसिद्ध संचार मॉडल — 'Who says What in Which Channel to Whom with What Effect?' — के आलोक में यह अध्ययन झुंझू के संदर्भ में यह जाँचने का प्रयास करता है कि किस माध्यम ने किस वर्ग के मतदाता पर कितना प्रभाव डाला।

2. साहित्य समीक्षा

2.1 जनमत एवं लोकतंत्र: सैद्धांतिक परिप्रेक्ष्य

जनमत की अवधारणा पर विद्वानों में व्यापक मतभेद रहा है। A.V. Dicey (1905) ने अपनी पुस्तक 'Lectures on the Relation between Law and Public Opinion in England' में जनमत को कानून निर्माण का आधार माना। ब्राइस (1888) ने 'The American Commonwealth' में तर्क दिया कि लोकतंत्र में जनमत ही अंतिम शासक है। Gabriel Tarde (1901) ने समाचार पत्रों को जनमत के निर्माण का प्रमुख यंत्र बताया।

भारतीय संदर्भ में, रजनी कोठारी (1970) ने 'Politics in India' में मीडिया एवं राजनीतिक जागरूकता के संबंध को विश्लेषित किया। योगेन्द्र यादव (1999) ने 'Electoral Politics in the Time of Change: India's Third Electoral System, 1989-99' में भारतीय मतदाता की बदलती प्राथमिकताओं का अध्ययन किया। प्रदीप छिब्बर और जोहान पैट्रिक (1989) ने पाया कि भारत में मीडिया मतदाता प्राथमिकताओं को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित करती है।

2.2 संचार माध्यम एवं जनमत: सिद्धांत

मीडिया और जनमत के संबंध को समझाने के लिए अनेक सिद्धांत प्रस्तावित किए गए हैं। मैककांक्स और शॉ (1972) का 'एजेंडा-सेटिंग सिद्धांत' (यह प्रतिपादित करता है कि मीडिया हमें यह नहीं बताता कि क्या सोचें, बल्कि यह बताता है कि किस बारे में सोचें। शांतनु आयंगर और डोनाल्ड (1987) के 'प्राइमिंग सिद्धांत' के अनुसार मीडिया में

जिन मुद्दों को अधिक स्थान दिया जाता है, उनके आधार पर मतदाता नेताओं का मूल्यांकन करते हैं।

न्यूमैन (1974) का 'स्पाइरल ऑफ साइलेंस' सिद्धांत बताता है कि अल्पसंख्यक मत के लोग जन-मानस के भय से अपनी राय नहीं व्यक्त करते। पॉल लज़रफील्ड (1944) के 'टू-स्टेप फ्लो' सिद्धांत के अनुसार मीडिया संदेश पहले 'ओपिनियन लीडर्स' तक पहुँचते हैं और फिर वे इसे आम जनता में प्रसारित करते हैं। यह सिद्धांत झुंझू जैसे अर्ध-ग्रामीण क्षेत्रों में अत्यंत प्रासंगिक है जहाँ ग्राम पंचायत प्रमुख, जाट नेता एवं धार्मिक व्यक्ति 'ओपिनियन लीडर' की भूमिका निभाते हैं।

2.3 सोशल मीडिया एवं चुनावी राजनीति: नवीन परिप्रेक्ष्य

एली परिसर (2011) की 'फिल्टर बबल' अवधारणा यह बताती है कि एल्गोरिदम-आधारित सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म उपयोगकर्ताओं को केवल वही सामग्री दिखाते हैं जो उनकी पूर्व-धारणाओं की पुष्टि करती है, जिससे राजनीतिक ध्रुवीकरण बढ़ता है। Zeynep Tufekci (2018) ने 'Twitter and Tear Gas' में सोशल मीडिया की दोहरी भूमिका को रेखांकित किया। एक ओर यह राजनीतिक जागरूकता बढ़ाता है, दूसरी ओर यह नफरत और अफवाहों का भी वाहक बनता है।

मुखर्जी (2013) ने पाया कि 2014 के लोकसभा चुनावों में सोशल मीडिया ने शहरी युवा मतदाताओं को व्यापक रूप से प्रभावित किया। प्रियंका वोरा विनीता पटेल (2019) के अध्ययन के अनुसार 2018 के राजस्थान विधानसभा चुनावों में व्हाट्सएप फॉरवर्ड एवं वायरल वीडियो ने ग्रामीण मतदाताओं की धारणाओं को महत्वपूर्ण रूप से प्रभावित किया।

3. शोध पद्धति

3.1 शोध उद्देश्य

इस शोध के प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं:

1. झुंझू जिले के मतदाताओं द्वारा उपयोग किए जाने वाले प्रमुख संचार साधनों की पहचान करना।
2. झुंझू जिले में विभिन्न संचार माध्यमों के जनमत निर्माण पर प्रभाव का तुलनात्मक विश्लेषण करना।
3. झुंझू जिले में सोशल मीडिया की चुनावी जनमत पर भूमिका का आकलन करना।
4. झुंझू जिले में जाति, लिंग एवं शहरी-ग्रामीण विभाजन के आधार पर मीडिया प्रभाव में भिन्नता का अध्ययन करना।
5. जिले में फर्जी खबरों एवं प्रोपेगेंडा के मतदाता व्यवहार पर प्रभाव का परीक्षण करना।

3.2 शोध परिकल्पनाएँ

H₁: 2018 के विधानसभा चुनाव में सोशल मीडिया ने पारंपरिक मीडिया की तुलना में अधिक प्रभावशाली भूमिका निभाई।

H₂: शहरी और ग्रामीण मतदाताओं के बीच संचार माध्यमों के प्रभाव में सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण अंतर है।

H₃: शिक्षित मतदाता सोशल मीडिया से अधिक प्रभावित होते हैं जबकि अशिक्षित मतदाता मौखिक संचार एवं टेलीविजन से अधिक प्रभावित होते हैं।

3.3 शोध की प्रकृति एवं दृष्टिकोण

यह शोध वर्णनात्मक-विश्लेषणात्मक प्रकृति का है। शोध में मिश्रित पद्धति का उपयोग किया गया है जिसमें मात्रात्मक और गुणात्मक दोनों दृष्टिकोणों को समाहित किया गया है। क्रिसवेल (2007) के 'अभिसरण समानांतर डिजाइन' का अनुसरण करते हुए दोनों प्रकार के डेटा एक साथ एकत्र किए गए और अंततः उनका त्रिकोणीकरण किया गया।

3.4 नमूना चयन एवं डेटा संग्रह

शोध के लिए झुंझुनू जिले की सात विधानसभाओं से स्तरीकृत यादृच्छिक प्रतिचयन पद्धति के अंतर्गत कुल 500 मतदाताओं का चयन किया गया। प्रत्येक विधानसभा क्षेत्र से 70-72 मतदाता चुने गए। शोधार्थी ने अनुमानित आधार पर जाट (35%), ब्राह्मण (12%), माली (8%), SC/ST (18%), मुस्लिम (10%) एवं अन्य OBC (17%) समुदायों को प्रतिनिधित्व दिया गया। महिला मतदाताओं को 40% प्रतिनिधित्व दिया गया। इसके अतिरिक्त 10 फोकस समूह चर्चाएँ एवं 25 गहन साक्षात्कार आयोजित किए गए।

प्राथमिक डेटा संग्रह हेतु एक संरचित प्रश्नावली विकसित की गई जिसे लिकर्ट स्केल (1-5) पर मापा गया। द्वितीयक डेटा के लिए चुनाव आयोग के आँकड़े, जिला सांख्यिकी रिपोर्ट, समाचार पत्रों के अभिलेखागार एवं पूर्व अध्ययनों का उपयोग किया गया। मात्रात्मक डेटा विश्लेषण हेतु SPSS 26.0 सॉफ्टवेयर का उपयोग किया गया जिसमें Chi-Square Test, ANOVA एवं प्रतिगामन विश्लेषण शामिल थे।

4. अध्ययन क्षेत्र: झुंझुनू जिले का राजनीतिक-सामाजिक परिप्रेक्ष्य

4.1 भौगोलिक एवं जनसांख्यिकीय स्वरूप

झुंझुनू जिला राजस्थान राज्य के उत्तर-पूर्वी भाग में स्थित शेखावाटी क्षेत्र का एक प्रमुख जिला है। 2011 की जनगणना के अनुसार, जिले की कुल जनसंख्या 21,39,658 है जिसमें 10,87,564 पुरुष और 10,52,094 महिलाएँ हैं। जिले की साक्षरता दर 74.13% है जो राजस्थान की औसत साक्षरता दर (66.1%) से काफी अधिक है। जिले में कुल 8 उपखंड, 11 पंचायत समितियाँ (बबाई और गोठड़ा सम्मिलित नहीं) 12 तहसीले, और 332 ग्राम पंचायत हैं।

झुंझुनू की एक विशेष पहचान उसके प्रवासी निवासियों सेना में सेवा से है। जिले के लाखों लोग देश-विदेश में कार्यरत हैं और चुनाव के समय घर लौटकर मतदान करते हैं। इससे महिला मतदाताओं की भूमिका एवं उन पर मीडिया के प्रभाव का विश्लेषण और भी महत्वपूर्ण हो जाता है।

4.2 2018 विधानसभा चुनाव: एक अवलोकन

7 दिसम्बर 2018 को हुए राजस्थान विधानसभा चुनाव में झुंझुनू जिले के सात विधानसभा क्षेत्रों में कुल मतदान प्रतिशत 71.4% रहा जो राजस्थान के औसत (74.2%) से थोड़ा कम था। भारतीय चुनाव आयोग (2018) के अनुसार, इस चुनाव में झुंझुनू जिले से कांग्रेस ने 5 सीटें, भाजपा ने 1 सीट और निर्दलीय ने 1 सीट जीती। इस विधानसभा चुनाव में झुंझुनू जिले में कांग्रेस के झुंझुनू विधानसभा क्षेत्र से बृजेंद्र

ओला नवलगढ़ से राजकुमार शर्मा, खेतड़ी विधानसभा क्षेत्र से डॉक्टर जितेंद्र सिंह, पिलानी विधानसभा क्षेत्र से जेपी चंदेलिया, मंडावा विधानसभा क्षेत्र से हालांकि चुनाव में नरेंद्र कुमार ने जीत हासिल की लेकिन बाद में नरेंद्र कुमार ने 2019 के लोकसभा चुनाव में जीत दर्ज कर लोकसभा सदस्य बने। बाद में हुए उपचुनाव में कांग्रेस की रीता चौधरी ने जीत दर्ज की, सूरजगढ़ विधानसभा क्षेत्र से बीजेपी के सुभाष पूनिया चुनाव में जीत दर्ज की। उदयपुर वाटी विधानसभा से राजेंद्र सिंह गुड्डा ने विजय प्राप्त की। इस विधानसभा चुनाव में किसान ऋण माफी, बेरोजगारी, सेना भर्ती और पानी की समस्या प्रमुख स्थानीय मुद्दे थे।

5. डेटा विश्लेषण एवं व्याख्या

5.1 मतदाताओं द्वारा संचार साधनों का उपयोग

सर्वेक्षण के परिणामों से यह स्पष्ट हुआ कि 2018 के चुनाव में व्हाट्सएप सबसे अधिक उपयोग किया जाने वाला संचार माध्यम था जिसे 68.4% मतदाताओं ने चुनावी जानकारी प्राप्त करने के लिए प्रयोग किया। इसके पश्चात् टेलीविजन (64.2%), समाचार पत्र (51.8%), फेसबुक (47.6%), रेडियो (18.4%) एवं प्रत्यक्ष संपर्क/नुकड़ सभाएँ (82.6%) का स्थान रहा। यह उल्लेखनीय है कि प्रत्यक्ष संपर्क एवं जन-सभाओं को सर्वाधिक महत्व दिया गया, जो भारतीय राजनीति संस्कृति की सामूहिक एवं व्यक्तिगत संचार की परंपरा को दर्शाता है।

तालिका 1: मतदाताओं द्वारा संचार साधनों के उपयोग का प्रतिशत (n=500)

क्रम संख्या	सूचना का माध्यम	प्रतिशत (%)
1	प्रत्यक्ष संपर्क / नुकड़ सभाएँ	82.6
2	व्हाट्सएप	68.4
3	टेलीविजन	64.2
4	समाचार पत्र	51.8
5	फेसबुक	47.6
6	यूट्यूब	38.2
7	रेडियो	18.4

5.2 ग्रामीण एवं शहरी मतदाताओं में संचार प्राथमिकताएँ

शहरी-ग्रामीण विभाजन के आधार पर विश्लेषण करने पर महत्वपूर्ण भिन्नताएँ सामने आईं। शहरी मतदाताओं (n=195) में सोशल मीडिया का उपयोग 78.4% था जबकि ग्रामीण मतदाताओं (n=305) में यह मात्र 54.2% था। इसके विपरीत, ग्रामीण क्षेत्रों में टेलीविजन (71.8%) एवं समाचार पत्र (58.4%) का उपयोग अधिक था। Chi-Square परीक्षण से यह स्पष्ट हुआ कि शहरी और ग्रामीण मतदाताओं की संचार माध्यम प्राथमिकताओं में सांख्यिकीय रूप से महत्वपूर्ण अंतर है ($\chi^2=34.67$, $df=6$, $p<0.001$)। अतः H_2 की पुष्टि होती है।

5.3 जाति एवं वर्ग आधारित मीडिया प्रभाव

जाति-आधारित विश्लेषण से यह स्पष्ट हुआ कि जाट समुदाय (कुल उत्तरदाताओं का 35%) ने व्हाट्सएप ग्रुप को सूचना का प्रमुख स्रोत बताया। क्रिटोफ जाफरलेट और संजय कुमार (2009) के 'Rise of the Plebeians' में उल्लिखित 'Jati Panchayat' की अवधारणा के अनुरूप, झुंझुनू में भी जाति आधारित व्हाट्सएप ग्रुप जनमत निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। अनुसूचित जाति (SC) के मतदाताओं में

टेलीविजन (दूरदर्शन सहित) का प्रभाव अधिक पाया गया, जबकि उच्च वर्ग के मतदाताओं में डिजिटल मीडिया की भूमिका अधिक देखी गई।

5.4 महिला मतदाताओं पर संचार माध्यमों का प्रभाव

महिला मतदाताओं (n=200) के संबंध में डेटा यह दर्शाता है कि उनके लिए पारिवारिक सदस्यों एवं पड़ोसियों के साथ चर्चा (77.5%) सूचना का सबसे महत्वपूर्ण स्रोत था। इसके पश्चात् टेलीविजन (68.5%) एवं व्हाट्सएप (52.0%) का स्थान था। प्रवासी पतियों द्वारा व्हाट्सएप के माध्यम से भेजे गए राजनीतिक संदेशों ने महिला मतदाताओं के निर्णयों को प्रभावित किया। यह एक नई एवं महत्वपूर्ण खोज है जो झुंझून की प्रवासी संस्कृति की विशेषता को प्रकट करती है।

5.5 फर्जी खबरें एवं चुनावी जनमत

अध्ययन में 62.4% उत्तरदाताओं ने स्वीकार किया कि उन्होंने 2018 के चुनाव के दौरान ऐसी खबरें या वीडियो साझा किए जो बाद में झूठी निकलीं। यह आँकड़ा Wardle and Derakhshan (2017) के 'Information Disorder' के ढाँचे के परिप्रेक्ष्य में अत्यंत चिंताजनक है। फर्जी खबरों के प्रमुख विषय थे: प्रतिद्वंद्वी उम्मीदवारों पर भ्रष्टाचार के आरोप (34%), जाति-विरोधी बयान (28%), धार्मिक उकसावे (21%) एवं सरकारी योजनाओं के बारे में भ्रामक जानकारी (17%)। शामिल है।

6. प्रमुख निष्कर्ष

इस शोध के प्रमुख निष्कर्ष निम्नानुसार हैं:

- हाइब्रिड मीडिया इकोसिस्टम: झुंझून के मतदाताओं ने किसी एक माध्यम पर निर्भर न रहकर 'हाइब्रिड मीडिया' का उपयोग किया। एंड्रयू चैडविक (2013) के 'The Hybrid Media System' की अवधारणा इस परिदृश्य में पूर्णतः सार्थक सिद्ध होती है।
- सोशल मीडिया की प्रधानता: H₁ की आंशिक पुष्टि हुई। सोशल मीडिया शहरी एवं शिक्षित मतदाताओं में सर्वप्रमुख माध्यम था, किंतु ग्रामीण क्षेत्रों में टेलीविजन एवं प्रत्यक्ष संपर्क अभी भी अग्रणी थे।
- टू-स्टेप फ्लो की पुष्टि: Lazarsfeld et al. (1944) के सिद्धांत की पुष्टि हुई। मीडिया 'ओपिनियन लीडर' की भूमिका में थे जो मीडिया संदेशों की व्याख्या करके उन्हें आम मतदाताओं तक पहुँचाते थे।
- एजेंडा-सेटिंग का प्रभाव: दैनिक भास्कर NDTV, Zee Rajasthan एवं Patrika जैसे मीडिया संस्थानों ने किसान कर्जमाफी, बेरोजगारी एवं जल संकट को प्रमुख चुनावी मुद्दे के रूप में स्थापित किया। मैकम्ब्स और शाँ (1972) का एजेंडा-सेटिंग सिद्धांत इस संदर्भ में पूरी तरह सत्यापित हुआ।
- डिजिटल विभाजन: H₃ पूर्णतः सत्यापित हुई। शिक्षित (स्नातक एवं उच्च) मतदाताओं में सोशल मीडिया का प्रभाव (r=0.67, p<0.001) बहुत अधिक था जबकि अशिक्षित मतदाताओं में टेलीविजन एवं मौखिक संचार का प्रभाव (r=0.71, p<0.001) सर्वाधिक था।
- प्रवासी प्रभाव: झुंझून की विशिष्ट प्रवासी संस्कृति के कारण व्हाट्सएप एक अंतर-राज्यीय जनमत निर्माण का साधन बन गया।

परिवार के प्रवासी सदस्य व्हाट्सएप के माध्यम से घर में रह रहे मतदाताओं को प्रभावित कर रहे थे।

7. विमर्श

इस अध्ययन के निष्कर्ष वैश्विक शोध प्रवृत्तियों के अनुरूप हैं। नॉरिस और कर्टिस (2008) ने यूरोपीय संदर्भ में पाया था कि इंटरनेट ने पारंपरिक मीडिया को प्रतिस्थापित नहीं किया बल्कि दोनों एक-दूसरे के पूरक बन गए। झुंझून में भी यही पैटर्न देखा गया — व्हाट्सएप वायरल होने वाली खबरें अगले दिन समाचार पत्रों में आती थीं और टेलीविजन पर प्रसारित होती थीं।

रामचंद्र गुहा (2017) ने 'Democrats and Dissenters' में भारतीय लोकतंत्र में सूचना की भूमिका पर जोर देते हुए कहा है कि 'एक सूचित मतदाता ही लोकतंत्र का वास्तविक आधार है।' झुंझून के संदर्भ में देखें तो मीडिया ने एक ओर मतदाताओं को सूचित किया तो दूसरी ओर फर्जी खबरों के माध्यम से भ्रमित भी किया। यह द्वैधता आधुनिक लोकतंत्र की सबसे बड़ी चुनौती बनकर उभरी है।

आशुतोष वार्षेय (2002) के 'Ethnic Conflict and Civic Life' की अवधारणाओं के परिप्रेक्ष्य में, झुंझून में यह देखा गया कि जब मीडिया में जाति-आधारित मुद्दों को उभारा गया, तो मतदाताओं का ध्रुवीकरण बढ़ा। व्हाट्सएप पर प्रसारित जाति-विरोधी संदेशों ने चुनावी वातावरण को विषाक्त किया, किंतु स्थानीय 'ओपिनियन लीडर्स' ने कई मामलों में इस प्रवृत्ति को काउंटर भी किया।

8. निष्कर्ष

प्रस्तुत शोध अध्ययन यह स्पष्ट करता है कि 2018 के राजस्थान विधानसभा चुनाव में झुंझून जिले में जनमत निर्माण की प्रक्रिया में संचार साधनों की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण एवं बहुआयामी रही। अध्ययन से यह भी स्पष्ट होता है कि कोई एक माध्यम जनमत निर्माण में सर्वोच्च नहीं है यह एक जटिल प्रक्रिया है जिसमें विभिन्न माध्यम परस्पर अंतःक्रिया करते हैं।

शोध यह उल्लेख करता है कि डिजिटल परिवर्तन के साथ, सोशल मीडिया विशेषकर व्हाट्सएप एक शक्तिशाली जनमत निर्माण उपकरण बन गया है, लेकिन इसके साथ फर्जी खबरों एवं राजनीतिक हेरफेर का खतरा भी बढ़ा है। झुंझून की प्रवासी संस्कृति ने इस प्रक्रिया में एक अनोखा आयाम जोड़ा। परिवार के बाहर रह रहे सदस्यों ने डिजिटल माध्यम से घर में मतदाताओं के जनमत को प्रभावित किया।

अंततः, हेबरमास (1989) के 'Public Sphere' की अवधारणा के संदर्भ में, यह कहा जा सकता है कि डिजिटल मीडिया ने एक नए सार्वजनिक क्षेत्र का निर्माण किया है जो पारंपरिक मीडिया से अधिक समावेशी एवं भागीदारी युक्त है, किंतु यह क्षेत्र अभी भी असमानताओं एवं विकृतियों से मुक्त नहीं है। भविष्य में मीडिया साक्षरता के विकास एवं चुनावी नियमों के सुदृढीकरण की आवश्यकता है।

9. सुझाव

- चुनाव आयोग को सोशल मीडिया निगरानी हेतु विशेष 'Social Media Cell' का विस्तार करना चाहिए।
- झुंझून जिले के स्कूल एवं कॉलेज पाठ्यक्रम में 'मीडिया साक्षरता' को अनिवार्य विषय के रूप में शामिल किया जाए।

3. झुंझुनू जिले के ग्रामीण मतदाताओं के लिए स्थानीय भाषा में फैक्ट-चेकिंग सेवाओं का विस्तार हो।
4. राजनीतिक दलों को 'सत्यापित जानकारी' के प्रसार के लिए आचार संहिता का पालन करना अनिवार्य किया जाए।
5. झुंझुनू जैसे उच्च-प्रवास जिलों में प्रवासी मतदाताओं के लिए डिजिटल माध्यम से सही एवं तथ्यपरक जानकारी प्रसारित करने की विशेष व्यवस्था की जाए।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. Bryce J. *The American Commonwealth*. Vol II. London: Macmillan; 1888.
2. Chadwick A. *The Hybrid Media System: Politics and Power*. Oxford: Oxford University Press; 2013.
3. Chhibber P, Petrocik JR. The puzzle of Indian politics: social cleavages and the Indian party system. *Br J Polit Sci*. 1989;19(2):191–210.
4. Creswell JW, Clark VLP. *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks (CA): SAGE Publications; 2007.
5. Dicey AV. *Lectures on the Relation between Law and Public Opinion in England during the Nineteenth Century*. London: Macmillan; 1905.
6. Election Commission of India. *Statistical Report on General Election to Legislative Assembly of Rajasthan, 2018*. New Delhi: Election Commission of India; 2018.
7. Guha R. *Democrats and Dissenters*. New Delhi: Penguin Random House India; 2017.
8. Habermas J. *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Translated by Burger T. Cambridge (MA): MIT Press; 1989. (Original work published 1962).
9. Iyengar S, Kinder DR. *News That Matters: Television and American Opinion*. Chicago: University of Chicago Press; 1987.
10. Jaffrelot C, Kumar S, editors. *Rise of the Plebeians? The Changing Face of Indian Legislative Assemblies*. London: Routledge; 2009.
11. Kothari R. *Politics in India*. New Delhi: Orient Longman; 1970.
12. Lasswell HD. The structure and function of communication in society. In: Bryson L, editor. *The Communication of Ideas*. New York: Harper & Row; 1948. p. 37–51.
13. Lazarsfeld PF, Berelson B, Gaudet H. *The People's Choice: How the Voter Makes Up His Mind in a Presidential Campaign*. New York: Duell, Sloan and Pearce; 1944.
14. Lippmann W. *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace; 1922.
15. McCombs ME, Shaw DL. The agenda-setting function of mass media. *Public Opin Q*. 1972;36(2):176–187.
16. Mukherjee R. social media and politics: the Indian experience. *Econ Polit Wkly*. 2013;48(22):34–42.
17. Noelle-Neumann E. The spiral of silence: a theory of public opinion. *J Commun*. 1974;24(2):43–51.

18. Norris P, Curtice J. Getting the message out: a two-step model of the role of the Internet in campaign communication flows during the 2005 British general election. *J Inf Technol Polit*. 2008;4(4):3–13.
19. Office of the Registrar General of India. *Census of India 2011: District Census Handbook – Jhunjhunu, Rajasthan*. New Delhi: Ministry of Home Affairs, Government of India; 2011.
20. Pariser E. *The Filter Bubble: What the Internet is Hiding from You*. New York: Penguin Press; 2011.
21. Tufekci Z. *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. New Haven (CT): Yale University Press; 2018.
22. Tarde G. *L'Opinion et la foule* [Opinion and the Crowd]. Paris: Alcan; 1901.
23. Varshney A. *Ethnic Conflict and Civic Life: Hindus and Muslims in India*. New Haven (CT): Yale University Press; 2002.
24. Vora P, Patel V. Fake news and electoral outcomes: a study of Rajasthan Assembly elections 2018. *Media Watch*. 2019;10(1):15–28.
25. Wardle C, Derakhshan H. *Information Disorder: Toward an Interdisciplinary Framework for Research and Policy Making*. Strasbourg: Council of Europe; 2017. Report No.: DGI (2017)09.
26. Yadav Y. Electoral politics in the time of change: India's third electoral system, 1989–99. *Econ Polit Wkly*. 1999;34(34–35):2393–2399.

हिंदी स्रोत

- अग्रवाल, ओ. पी. (2008). जनसंचार के सिद्धांत एवं माध्यम. भारत बुक सेंटर, लखनऊ।
- चतुर्वेदी, जगदीश प्रसाद. (2015). भारतीय राजनीति में जनमत और मीडिया. राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी, जयपुर।
- जयपुरिया, मनोज. (2019). सोशल मीडिया और चुनावी राजनीति. राजस्थान पत्रिका प्रकाशन, जयपुर।
- पुरोहित, भगवती प्रसाद. (2016). शेखावाटी का राजनीतिक इतिहास. झुंझुनू जिला प्रशासन प्रकाशन।
- राजस्थान विधानसभा सचिवालय. (2018). 2018 राजस्थान विधानसभा चुनाव: सांख्यिकीय विवरण. राजस्थान सरकार, जयपुर।
- शर्मा, रामनिवास. (2014). मतदाता व्यवहार और संचार साधन: राजस्थान के विशेष संदर्भ में. राजस्थान विश्वविद्यालय शोध पत्रिका, 18(2), 45-67।
- त्रिपाठी, सुरेश चन्द्र. (2011). जनसंचार माध्यम और लोकतंत्र. केंद्रीय हिंदी निदेशालय, नई दिल्ली।

वेबसाइट एवं ऑनलाइन स्रोत

- Election Commission of India. (2018). Rajasthan Assembly Election 2018 Results. Retrieved from <https://www.eci.gov.in/statistical-report/statistical-reports/>
- Internet and Mobile Association of India (IAMAI). (2019). Digital in India 2019: Round 2 Report. Retrieved from <https://www.iamai.in>

Lokniti Programme – Centre for the Study of Developing Societies (CSDS). (2018). Post-Poll Survey of Rajasthan Assembly Elections 2018. Retrieved from <https://www.lokniti.org>

Press Council of India. (2019). Annual Report 2018-19. Retrieved from <http://www.presscouncil.nic.in>

Reuters Institute for the Study of Journalism. (2019). Digital News Report 2019: India Chapter. University of Oxford. Retrieved from <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk>

Creative Commons License

This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution–Non-commercial–No Derivatives 4.0 International (CC BY-NC-ND 4.0) License. This license permits users to copy and redistribute the material in any medium or format for non-commercial purposes only, provided that appropriate credit is given to the original author(s) and the source. No modifications, adaptations, or derivative works are permitted.

About the Author



नवीन कुमार राजनीति विज्ञान विभाग, पंडित दीनदयाल उपाध्याय शेखावाटी विश्वविद्यालय, सीकर, राजस्थान में शोधार्थी हैं। उनकी शोध रुचि भारतीय राजनीति, लोक प्रशासन, लोकतांत्रिक संस्थाएँ, सार्वजनिक नीति तथा समकालीन राजनीतिक मुद्दों में है। वे शोध, अकादमिक लेखन एवं राष्ट्रीय संगोष्ठियों में सक्रिय सहभागिता रखते हैं।



प्रोफेसर डॉ. सुरेन्द्र सिंह राजनीति विज्ञान विभागाध्यक्ष, शोध निर्देशक एवं प्राचार्य के रूप में राधेश्याम आर. मोरारका राजकीय महाविद्यालय, झंझनू, राजस्थान में कार्यरत हैं। उनका विशेषज्ञता क्षेत्र भारतीय राजनीति, शासन, लोक प्रशासन तथा उच्च शिक्षा है। वे शोध निर्देशन, अकादमिक प्रकाशनों और संस्थागत नेतृत्व में सक्रिय योगदान दे रहे हैं।