Journal of Advances and Scholarly Researches in Allied Education
Vol. 18, Issue No. 5, August-2021, ISSN 2230-7540

ग्राम पंचायत में मतदाताओं का मतदान व्यवहार: एक समाजशास्त्रीय अध्ययन

Vipin Kumar[1]* Dr. (Smt.) Alka Rani[2]

[1] Research Scholar, Department of Sociology, Janta Vedic College, Baraut, Baghpat, Uttar Pradesh

[2] Principal, Janta Vedic College, Baraut, Baghpat, Uttar Pradesh

सारांश – ***प्रस्तुत अध्ययन ग्राम पंचायत से सम्बन्धित है। इस ग्राम पंचायत में बागपत जनपद के रमाला ग्राम को अध्ययन का क्षेत्र चुना गया है। इस अध्ययन के द्वारा हम यह जानने का प्रयास कर रहे हैं कि क्या ग्राम पंचायत में मतदाताओं के मतदान व्यवहार पर प्रचार-प्रसार के साधनों टी.वी., न्यूज़ पेपर आदि का कोई प्रभाव पड़ता है या नहीं। क्या मतदाता प्रचार-प्रसार से प्रभावित होते हैं और इन सभी का अध्ययन अध्ययनकर्ता ने साक्षात्कार, अनुसूची व उद्देश्य पूर्ण निदर्शन पद्धति द्वारा किया है और इस अध्ययन में अनुसंधानकर्ता ने पाया कि प्रचार-प्रसार के साधनों जैसे- टी.वी., न्यूज़ पेपर, घोषणा-पत्रों, चुनाव-प्रचार आदि अनेक ऐसे कारण हैं जो मतदाता को प्रभावित करते हैं। परन्तु इन सभी कारणों से भी प्रत्याशी का घर-घर जाकर चुनाव प्रचार करना मतदाता के मतदान व्यवहार को ज्यादा प्रभावित करता है।***

अतः स्पष्ट रूप से यह कहा जा सकता है कि प्रत्याशी का घर-घर जाकर वोट मांगना या अपना प्रचार करना ग्रामीण क्षेत्र में सफलता हासिल करना है, इसी से ग्रामीण क्षेत्र के मतदाता प्रभावित होकर मतदान व्यवहार में भाग लेते हैं।

----------X----------

प्रत्येक राजनीतिक व्यवस्था का आधार बिन्दू लोकतान्त्रिक प्रणाली है। लोकतान्त्रिक प्रणाली में राजनैतिक संगढ़नात्मक दल के नेतृत्वकर्ता एवं सभी प्रतिनिधि एक विशाल जनसमुदाय का प्रतिनिधित्व करते है तथा जन समुदाय के प्रति उत्तर दायित्व होते है, क्योंकि सभी प्रतिनिधि जनता के जनमत द्वारा एवं जनसमूह में से निर्वाचित होते है। लोकतन्त्र में प्रतिनिधियों का चयन करने की प्रक्रिया ही चुनाव कहलाती है।

लोकतन्त्र शासन की एक ऐसी प्रणाली है जिसमें जनता का जनता के लिये तथा जनता द्वारा निर्वाचित प्रतिनिधियों का शासन है। अतः लोकतन्त्र में चुनाव एक महत्वपूर्ण प्रक्रिया है जिसमें एक उचित प्रतिनिधि का चयन होता है।

चुनावों का सम्बन्ध केवल प्रतिनिधियों के चुनाव तक ही सीमित नही है। अपितु इसके कुछ अन्य महत्वपूर्ण कार्य भी है। चुनाव न्यूनतम राजनैतिक सहभागिता प्रदान करते है और शासितो के विशाल जनसमूह के लिये राजनीति में भाग लेने के लिये एक मात्र माध्यम है। इससे सरकार के प्रति अपनेपन एवं सरकारी निर्णयों के प्रति एक सीमा तक दायित्व की भावना छिपी रहती है।

चुनाव से सम्बंधित एक अन्य पहलू मतदान व्यवहार भी है। मतदान व्यवहार एक ऐसा आन्तरिक व बाहय् तत्व हैं जिससे प्रभावित होकर चुनावी प्रक्रिया में मतदाता भाग लेता है। लोकतन्त्र में प्रतिनिधि का चयन प्रक्रिया में मतदाता की पूर्व एवं स्वेच्छा से भागीदारी हो इस कारण से मतदान व्यवहार का अध्ययन अनिवार्य हो जाता है।

रामाश्रे रॉय (1965) ने फरूखाबाद चुनावी क्षेत्र में कांग्रेस पार्टी के हारने के कारण पर अध्ययन किया और यह पाया की पार्टी में अन्दरूनी एकता की परेशनिया है। जो विरोधी पार्टियों द्वारा कांग्रेस प्रत्याशी को हराने के लिये जानी गयी है। ये सभी कमियॉ चुनाव जीतने के लिये चुनावी विधियों का ज्ञान रखने के लिये देश के विभिन्न क्षेत्रों में चुनावी प्रक्रिया होने के लिये मतदाता के द्वारा मत देने में, जाति, वर्ग, धर्म आदि भी सामने आते है जिसका फायदा विरोधी पार्टिया उठा लेती है।

अग्रवाल (1971) ने ग्राम वासियों पर चुनावी प्रक्रिया के बारे में प्रभाव डालने वाले कारणों जैसे जाति धर्म वर्ग आदि और वहाँ की रीतियों का अध्ययन किया और अपने अध्ययन में पाया कि

www.ignited.in

मतदान व्यवहार पर जाति, धर्म, वर्ग, रीतियों आदि का प्रभाव पड़ता है।

ए.एस. नारंग (1998) में मतदान व्यवहार का अध्ययन किया और अपने अध्ययन में पाया किउचित शासक का निर्धारण निर्वाचन प्रक्रिया द्वारा होता है तथा मतदान प्रक्रिया द्वारा मतदाता की राजनीतिक भागीदारी देखी जाती है। मतदान व्यवहार में मतदाता लगभग 60 प्रतिशत ही मतदान करते है तथा मतदान में मतदाता चेतना भावनाओं का अनुकरण करते है। राजनितिक दल घोषणा पत्र में समाज की मुख्य आर्थिक समस्याओं के निदान पर विचार केन्द्रित करते है और इसी के माध्यम से राजनीतिक दल अपना वोट बैंक पूरा करते है।

श्री प्रकाश मणी त्रिपाठी (2007) नेमतदान व्यवहार का अध्ययन किया और अपने अध्ययन में यह पाया कि भारतीय मतदाओं का व्यवहार समय-समय पर बदलता रहता है। कभी वह जाति से प्रभावित होता है तो कभी धर्म उसके निर्णय को प्रभावित करता है। मतदाताओं के ऊपर क्षेत्रवाद के साथ-साथ भाषावाद, राष्ट्रीयता और धन का भी प्रभाव पड़ता है।

उपरोक्त अध्ययन के आधार पर हमने पाया कि मतदान व्यवहार पर जितने भी अध्ययन हुये है उनमें से ज्यादातर अध्ययन मतदान व्यवहार को प्रभावित करने वाले कारकों पर हुये है। जिसमें जाति, धर्म, भाषा, सम्प्रदाय, धन आदि का प्रभाव अधिक देखा गया है और इन सब कारकों में जाति और धर्म अधिक प्रभावी पाये गये है।

प्रस्तुत अध्ययन में शोधार्थी ने इन सब प्रभाव से हट कर कुछ नया खोंजने का प्रयास किया है। जो यह देखना चाहता है, कि प्रचार-प्रसार के साधनों जैसे टी॰वी॰, न्यूज पेपर, रेडियों आदि से मतदान के समय मतदाता के व्यवहार पर क्या प्रभाव पड़ता है।

अध्ययन समस्या का कथनः-

उपरोक्त परिप्रेक्ष्य को दृष्टिगत रखते हुये वर्तमान अध्ययन में निम्न लिखित प्रश्नों को समझने का प्रयास किया गया है।

(क) मतदाता की सामाजिक, आर्थिक पृष्टभूमि का अध्ययन।

(ख) मतदाता पर चुनाव के समय प्रचार-प्रसार के साधनों के प्रभाव का अध्ययन।

मतदान व्यवहारः-

समाजशास्त्र में चुनाव अथवा निर्वाचन एक महत्वपूर्ण अवधारणा मानी जाती है और इसका अध्ययन करना इस विषय का महत्वपूर्ण अंग माना जाता है। प्रजातंत्रीय समाज में सभी व्यक्तियों को शासन सत्ता में समान अधिकार होता है, किन्तु सभी का शासन में भागीदार होना सम्भव नहीं है। अतः जनता द्वारा चुनाव प्रक्रिया के द्वारा उनके प्रतिनिधि शासन व सत्ता में भागीदार होते है और इस प्रकार अपने प्रतिनिधित्व का चुनाव करने के लिये जो प्रक्रिया अपनायी जाती है, उसे ही हम मतदान व्यवहार कहते है।

मतदान व्यवहार का अर्थः-

मतदान व्यवहार मतदाता का वह आचरण है। जिसके माध्यम से वह मतदान की प्रक्रिया करता है।

अतः स्पष्ट रूप से कहा जा सकता है कि मतदान व्यवहार मतदाता द्वारा किये गये मतदान का वह भाग है जो उसे राजनैतिक परिस्थिति के सन्दर्भ में किसी उम्मीदवार को हराना या जीताना होता है। मतदान व्यवहार सामूहिक निर्णय को प्रदर्शित करने की एक प्रक्रिया कही जा सकती है।

मतदान व्यवहार की परिभाषाः-

डोनाल्ड ई. स्टोक्स के अनुसार:- "मतदान व्यवहार व्यक्तिगत प्राथमिकताओं का सामूहिक निर्णयों में समाहार करने का एक साधन है।"

धर्मवीर महाजन (1966) के अनुसार:- "मतदान व्यवहार से अभिप्राय मतदाता के मत देने तथा उसे प्रभावित करने वाले कारको से है।"

डॉ. लवानियाँ (2009) के अनुसार:- मतदान व्यवहार से तात्पर्य एक मतदाता के उस चुनाव व्यवहार से हैं जिसका प्रदर्शन वह चुनाव अभियान या मतदान में करता है।"

डॉ. निशान्त सिंह एवं स्वपनिल शाशवत (2003) के अनुसार:- "मतदान व्यवहार का तात्पर्य एक मतदान के उस चुनाव व्यवहार से है जिसका प्रदर्शन वह चुनाव के दौरान एवं मतदान के समय करता है तथा मतदान प्रक्रिया में एक मतदाता सरकार अथवा उन पर निर्णय देता है।

www.ignited.in

सम्बन्धित अध्ययनः-

सोमजी (1969) ने गुजरात के एक गाँव में मतदाताओं द्वारा मतदान आचरण का अध्ययन किया। अपने अध्ययन में उन्होंने पाया कि अनेक बाह्य व आन्तरिक तत्वों से यह प्रभावित होता है और यह प्रभाव ही मतदान आचरण को प्रभावित करता है जिसके आधार पर मतदाता अपना मत देते है।

के.ए. गुप्ता (1971) ने एक छोटे से कस्बे में वहाँ की मतदान व्यवहार की प्रक्रियाओं का विश्लेषण किया। सामाजिक व आर्थिक स्थिति को देखते हुए कस्बे में ंकई चुनावी प्रदर्शन हुए जो चुनाव को चुनावी कक्ष में जीतने के लिये समुचित माने गऐ।

गोविन्द राव वर्मा (1977) ने अपनी पुस्तक "भारतीय राजनैतिक व्यवस्था" में मतदान व्यवहार पर अपने विचार व्यक्त किए है, कि भारत में धर्मो के आधार पर राजनीतिक दलों का निर्माण किया जाता है तथा चुनाव में धर्म, जाति तथा क्षेत्रियता के आधार पर मत एवं समर्थन प्राप्त किये जाते है। देहात क्षेत्र में जाति के आधार पर मतों एवं समर्थकों को एकत्रित किया जाता है। चुनाव व्यवहार में धन दल की विचार धारा एवं व्यक्तिगत प्रभाव अधिक प्रभाव डालते है।

डनलेवी (1983) ने मतदान व्यवहार को नऐ प्रारूप के रूप में दर्शाया। डनलेवी ने अपने अध्ययन में बताया कि उद्योग संघ के सदस्य श्रमिक वर्ग को मत देने के ज्यादा करीब होते है बजाय जो लोग संघ के सदस्य नहीं होते उनकी तुलना में।

डॉ. एम.पी. राय (1985) द्वारा लिखित "भारतीय सरकार एवं राजनीति" में भारतीय केन्द्र एवं राज्यों के चुनाव, मतदान व्यवहार और रजनीतिक व्यवस्था पर अपने विचार दिये है। उनका कहना है कि भारतीय राज्य व्यवस्था में चुनावी व्यवस्था के लिये संवैधानिक प्रावधान है। मतदान में किशोर तथा वृद्ध की सहभागिता अधिक है। युवा वर्ग में कम तथा कुल मतदान 50 प्रतिशत से 60 प्रतिशत ही होता है जो भावनात्मक हित समूह के आधार पर दिया जाता है। चुनाव में मतदान व्यवहार क्षेत्रिय समस्याओं के निराकरण के अन्तर्गत होने लगे है। भाषायी विवादों, क्षेत्रवाद की प्रवृत्ति, पूर्व सामन्तवादी व्यवस्था, आर्थिक स्थिति, विचार धारा, कार्यक्रम और नीति, साक्षरता का स्तर, जातिवाद तथा राजनीतिक स्थिरता आदि मतदान व्यवहार को प्रभावित करते है।

डॉ. सुनील कुमार श्रीवास्तव (1995) ने जनपद स्तर पर मतदान व्यवहार का अध्ययन किया, जिसमें भारतीय साम्यवादी दल के अन्तर्गत मतदान व्यवहार को विश्लेषित किया गया है। निर्वाचन लोकतान्त्रिक सरकार की एक ऐसी जीवन पद्धति है। जिसके द्वारा मतदाता प्रत्याशियों के मध्य विभिन्न तत्वों को दृष्टिगत रखते हुऐ अपने अभिमत को अभिव्यक्त करने का समान अवसर रखते है। मतदान व्यवहार के अन्तर्गत चुनाव प्रचार सैद्धान्तिक कम परन्तु पैसा, गुटबाजी, क्षेत्रियता तथा जातिगत आधार पर किया जाता है।

बी.के. बाजपेयी (2012) ने अपने अध्ययन में पाया कि उत्तर प्रदेश के चुनाव में मतदाताओं को अपने मत का प्रयोग करने के लिये तथा मत प्रक्रियाओं को जानने के लिए पेपर ही एक ऐसा माध्यम है जो इनके इस कार्य प्रणाली में मतदाताओं को मतदान देने के लिये मतदाताओं के ज्ञान उनका रवैया, उनके सोचने की शक्ति, उनका व्यवहार और कार्य करने का दृष्टिकोण उनके आचरण पर निर्भर करता है। सामाजिक-आर्थिक ढाँचे को दृष्टिगत रखते हुए मतदाताओं के सामाजिक वर्ग, सामाजिक मतभेद, कार्य करने की प्रणाली एवं परम्परा और उनके ज्ञान स्तर तथा उनके क्षेत्र में प्रतिनिधित्व एवं क्षेत्र में होने वाले कुछ विभिन्न मतभेदिक मामले में भी पेपर का महत्वूर्ण योगदान है। भविष्य में होने वाले राजनैतिक परिवर्तन, राजनैतिक उपलब्धियों के जानने का रास्ता भी पेपर ही माध्यम है तथा पेपर के द्वारा ही मतदान कार्य प्रणाली को सफलतापूर्वक सम्भावित होने के लिये महत्वपूर्ण स्तर है।

अध्ययन क्षेत्रः-

इस अध्ययन के अन्तर्गत गाँव रमाला को अध्ययन हेतु चुना गया है। यह गाँव ब्लॉक छपरौली जिला बागपत (उ॰प्र॰) में स्थित है। गाँव रमाला जिला मुख्यालय से 40 किमी की दूरी पर तथा ब्लॉक छपरौली से 10 किमी की दूरी पर दक्षिण पश्चिम दिशा में स्थित गाँव की कुल जनसंख्या 6420 है। जिसमें मतदाताओं की संख्या 3125 है।

ग्राम रमाला में जातियों की स्थिति

क्र.सं.	जाति धर्म	जनसंख्या	प्रतिशत
1	जाट	3938	61-33
2	हरिजन	1537	23-94
3	ब्रहामण	214	3-33
4	सुनार	42	0-68
5	कश्यप	198	3-08
6	बढई	62	0-96
7	कुम्हार	78	2-21
8	वाल्मिकी	130	2-02
9	नाई	43	0-66
10	मुस्लिम	178	2-76
	कुल योग	**6420**	**100**

www.ignited.in

अध्ययन विधिः-

प्रस्तुत अध्ययन में सभी प्रश्नों के आंकडे एकत्रित करने के लिये साक्षात्कार अनुसूची प्रविधियों का प्रयोग किया गया है और अध्ययन के लिये गाँव के 100 सदस्यों का चयन उद्देश्य पूरक निदर्शन पद्धति द्वारा किया गया है।

प्र.1 मतदाता की सामाजिक, आर्थिक पृष्टभूमि का अध्ययन

आयु किसी भी व्यक्ति का एक महत्वपूर्ण गुण है उत्तरदाताओं को आयु के अनुसार विभाजित किया गया है। जो सारणी में निम्न प्रकार से है।

सारणी-1

उत्तरदाताओं की आयु का वर्गीकरण

क्रं० सं०	उत्तरदाताओं की आयु (वर्ष में)	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	18–28	28	28
2	29–38	27	27
3	39–48	22	22
4	49–+	23	23
	योग	**100**	**100%**

आकडों के अवलोकन, विश्लेषण व सारणीकरण के उपरान्त अनुसन्धान कर्ता ने निष्कर्ष में पाया कि (18 से 28) आयु वर्ग के मतदान व्यवहार में अधिक रूचि रखते है, जिनकी संख्या 28% है।

उत्तरदाता को वैवाहिक स्तर के आधार पर विभाजित किया गया है। जो निम्न प्रकार में विभाजित है।

सारणी-2

उत्तरतदाताओं की वैवाहिक स्थिति

क्रं० सं०	वैवाहिक स्थिति	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	विवाहित	64	64
2	अविवाहित	31	31
3	विधवा या विधुर	05	05
4	तलाक शुदा	00	00
	योग	**100**	**100%**

ऑकड़ों के अवलोकन विश्लेषण, व सारणीकरण के आधार पर अनुसन्धान कर्ता ने निष्कर्ष में पाया कि विवाहित उत्तरदाता मतदान व्यवहार में अधिक भाग लेते है, जिनकी संख्या 64% है।

परिवार किसी भी समाज के सामाजिक समस्याओं का महत्व पूर्ण भाग है जो परिवार में परिवार के सदस्यों की संख्या के आधार पर तीन भागों में बाटाँ गया है। परिवार के प्रकार के आधार पर उत्तरदाताओं को विभाजित किया गया है। जो इस प्रकार है।

सारणी-3

परिवार का प्रकार

क्रं० सं०	उत्तरदाताओं के परिवार का प्रकार	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	एकांकी परिवार	20	20
2	सयुक्त परिवार	74	74
3	विस्तृत परिवार	06	06
	योग	**100**	**100%**

ऑकड़ों के अवलोकन विश्लेषण, व सारणीकरणप के आधार पर अनुसन्धान कर्ता ने निष्कर्ष में पाया की संयुक्त परिवार के मतदाता मतदान व्यवहार में ज्यादा रूचि रखते है, जिनकी संख्या 74% है।

शिक्षा किसी भी मानव के व्यक्तित्व के विकाश का महत्वपूर्ण पक्ष है। शिक्षा किसी भी व्यक्ति के उच्च सामाजिक विकास एवं आर्थिक विकास में साहायक सिद्ध होती है। उत्तरदाताओं को शिक्षा के आधार पर विभाजित किया गया है। जो इस प्रकार से है।

सारणी-4

उत्तरदाताओं की शिक्षा का स्तर

क्रं० सं०	शिक्षा का स्तर	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	अनपढ़	17	17
2	प्राथमिक शिक्षा	14	14
3	उच्च प्राथमिक शिक्षा	13	13
4	हाईस्कूल या इण्टरमीडिएट	23	23
5	स्नातक या अधिक	33	33
	योग	**100**	**100%**

ऑकड़ों के अवलोकन विश्लेषण, व सारणीकरण के आधार पर अनुसन्धान कर्ता ने निष्कर्ष में पाया कि ज्यादा शिक्षित मतदाता मतदान में ज्यादा भाग लेते है जो 33% है।

व्यवसाय अति आवश्यक चर है। जो किसी भी व्यक्ति के सामाजिक जीवन को ऊपर उठाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। उत्तरदाता का व्यवसाय पाँच भागों में बाँटा है। जो संख्या विवरण सारणी में है।

www.ignited.in

सारणी-5

उत्तरदाताओं का व्यवसाय

क्र० सं०	व्यवसाय	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	कृषि	27	27
2	नौकरी	25	25
3	मजदूरी	12	12
4	अपना व्यवसाय	14	14
5	अन्य	22	22
	योग	**100**	**100%**

ऑकड़ों के अवलोकन विश्लेषण, व सारणीकरण के आधार पर अनुसन्धान कर्ता ने निष्कर्ष में पाया की कृषि कार्य करने वाले उत्तरदाता सबसे ज्यादा मतदान व्यवहार में भाग लेते है, जो 27% है।

प्र.2 मतदाता पर चुनाव के समय प्रचार-प्रसार के साधनों के प्रभाव का अध्ययन।

सारणी-1

चुनाव प्रचार-प्रसार के साधन पत्र प्रत्रिकाओं का प्रभाव

क्र० सं०	क्या आपके मतदान को चुनाव प्रचार–प्रसार के साधन पत्र प्रत्रिकायें आदि प्रभावित करते है।	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	हाँ	48	48
2	नही	41	41
3	कभी–कभी	09	09
4	पता नही	02	02
	योग	**100**	**100%**

अनुसन्धान कर्ता ने अपने अध्ययन में पाया कि चुनाव प्रचार-प्रसार के साधन पत्र-पत्रिकाओं आदि का मतदान व्यवहार पर प्रभाव पड़ता है। जो 48% है।

सारणी-2

समाचार-पत्र से सम्बन्धित सूचनाओं का प्रभाव

क्र० सं०	क्या चुनाव के समय समाचार पत्र से सम्बन्धित सूचनाएँ आपके मत को प्रभातिव करती है।	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	हाँ	37	37
2	नही	34	34
3	कभी–कभी	11	11
4	पता नही	18	18
	योग	**100**	**100%**

अनुसन्धान कर्ता ने अपने अध्ययन में पाया कि ऐसे उत्तरदाता की संख्या सर्वाधिक पायी गयी है जो सामाचार पत्र से सम्बन्धित सूचनाओं से प्रभावित होकर अपना मतदान करते है।

सारणी-3

टैलीविजन का प्रभाव

क्र० सं०	क्या चुनाव के समय टेलीविजन से सम्बन्धित सुचनाऐ आपके मत को प्रभावित करती है।	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	हाँ	46	46
2	नही	36	36
3	कभी–कभी	15	15
4	पता नही	03	03
	योग	**100**	**100%**

अनुसन्धान कर्ता ने अपने अध्ययन में पाया कि टेलीविजन से सम्बन्धित सुचनाऐं उत्तरदाता के मतदान व्यवहार को प्रभावित करती है।

सारणी-4

उम्मीदवार का चुनाव प्रचार आकर्षक व प्रभावी

क्र० सं०	क्या आपका मत इसलिये उम्मीदवार के पक्ष में जाता है कि वह आकर्षक व प्रभावी होते हैं।	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	हाँ	35	35
2	नही	39	39
3	कभी–कभी	15	15
4	पता नही	11	11
	योग	**100**	**100%**

अनुसन्धान कर्ता ने अपने अध्ययन में पाया कि उम्मीदवार का चुनाव प्रचार आकर्षक व प्रभावी होने का उत्तरदाता पर कोई प्रभाव नहीं पड़ता है। वह अपनी मर्जी से मतदान करता है।

सारणी-5

घर-घर जाकर चुनाव प्रचार करने का तरीका

क्र० सं०	क्या चुनाव प्रत्याशी का घर–घर जाकर चुनाव प्रचार करने का तरीका आपके मतदान व्यवहार पर प्रभाव डालता है।	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	हाँ	61	61
2	नही	22	22
3	कभी–कभी	17	17
4	पता नही	00	00
	योग	**100**	**100%**

www.ignited.in

अनुसंधान कर्ता ने अपने निष्कर्ष में यह पाया कि चुनाव प्रत्याशी का घर-घर जाकर चुनाव प्रचार करने का तरीका मतदान व्यवहार को प्रभावित करता है।

सारणी-6

घोषणा पत्र का प्रभाव

क्र० सं०	क्या प्रत्याशी के चुनावी घोषणा पत्र का प्रभाव आपके मतदान व्यवहार पर पड़ता है।	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	हाँ	39	39
2	नही	31	31
3	कभी–कभी	17	17
4	पता नही	13	13
	योग	**100**	**100%**

अनुसन्धान कर्ता ने अपने अध्ययन में पाया कि प्रत्याशी के चुनावी धोषणा पत्र का प्रभाव मतदान व्यवहार पर पड़ता है।

सारणी-7

ओडियों माध्यम द्वारा गली-गली में प्रचार का प्रभाव

क्र० सं०	क्या चुनाव प्रत्याशी का ओडियो माध्यम द्वारा गली–गली में चुनाव प्रचार करने का तरीका आपके मतदान व्यवहार पर प्रभाव डालता है।	उत्तरदाताओं की संख्या	प्रतिशत
1	हाँ	39	39
2	नही	32	32
3	कभी–कभी	20	20
4	पता नही	09	09
	योग	**100**	**100%**

अनुसन्धान कर्ता ने अपने अध्ययन में पाया कि प्रत्याशी का ओडियों माध्यम द्वारा गली-गली में प्रचार करना भी मतदान व्यवहार को प्रभावित करता है।

निष्कर्षः-

आंकड़ों के आधार पर यह स्पष्ट होता है कि अधिकतर सूचनादाता 18-25 आयु वर्ग, विवाहित, पुरूष, संयुक्त परिवार से है और ये सभी उत्तरदाता कृषि व्यवसाय से सम्बन्धित है, जिसके आधार पर यह कहा जा सकता है कि गाँव में आज भी कृषि-कार्य की प्रधानता है और जिनके मतदान व्यवहार पर प्रत्याशी द्वारा चुनाव प्रचार-प्रसार के साधनों- टी॰वी॰, न्यूज़ पेपर, ओडियो, विडियो माध्यम द्वारा गली-गली में प्रचार करना तथा मतदाता के घर-घर जाना और अपना प्रचार करना और घोषणा पक्ष (अजेन्डा) का निर्माण करना मतदाता को प्रभावित करता है। परन्तु सबसे ज्यादा प्रभाव मतदाता पर प्रत्याशी का घर-घर जाकर अपना चुनाव प्रचार करना डालता है। जिससे मतदाता ज्यादा प्रभावित होता है और अपना मत प्रत्याशी के पक्ष में डालता है।

अतः स्पष्ट रूप से हम कह सकते हैं कि जो प्रत्याशी अपना चुनाव प्रचार मतदाता के घर-घर जाकर करता है वह प्रत्याशी सफलता हासिल करता है और उसके सामने अन्य प्रत्याशी द्वारा अपनाये गये सभी प्रचार-प्रसार के साधन कमजोर पड़ जाते हैं।

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची

1. शिल्स, एडवर्ड (1969): "पॉलिटिकल डेवलपमेंट इन दि न्यू स्टेट्स", 'ग्रावनहेग, लन्दन, पृ॰ 381
2. मैकेंजी, डब्ल्यू॰जे॰एम॰ (1967): "इलेक्शन, इन डेविड सिल्स", लन्दन, वाल्यूम-5, पृ॰ 1-6
3. वर्मा, गोविन्दराम (1977): "भारतीय राजनीतिक व्यवस्था", भरतपुर (राजस्थान), पृ॰ 404-407
4. शर्मा, हरिशचन्द्र (1998): "भारत में राज्यों की राजनीति", जयपुर, पृ॰ 354-357
5. डॉ॰ धर्मवीर (1996): "राजनीतिक समाजशास्त्र", जयपुर, पृ॰ 205
6. कश्यप, सुभाष (1970): "दल बदल और राज्यों की राजनीति", मीनाक्षी प्रकाशन, मेरठ
7. नारंग, ए॰एस॰ (1998): "भारतीय शासन और राजनीति", गीतान्जली पब्लिशिंग हाऊस, नई दिल्ली
8. स्टोक्स, डोनाल्ड ई॰ 'वोटिंग' इन डेविड सिल्स (सम्पादित), वाल्यूम 16, पृ॰ 387
9. कोठारी, रजनी (1960): "डायरेक्ट एक्शन: ए पैटर्न ऑफ पॉलिटिकल बिहेवियर", जनवरी-मार्च
10. चक्रवर्ती, रॉबी (1962): "स्टडीज इन वोटिंग बिहेवियर फोत्थ्-दि डिक्लाइन ऑफ दि लेफ्टइन कैलकटाः मछीपारा कान्स्टीट्यूऐन्सी", इकॉनामिक वीकली, वाल्यूम 14 (34), पृ॰ 1381-86
11. झॉ, श्री नागेश (1966): "बाय-इलेक्शन इन ए बिहार असेम्बली कान्सटीट्यूऐन्सीस्टडी इनवोटिंग बिहेवियर", इकॉनोमिक एण्ड पालिलिटक्ल वीकली, पृ॰ (10), पृ॰ 417-20

www.ignited.in

12. सिंह निशान्त एवं शाश्वत स्वप्निल, (2003): "लोकतंत्र और चुनाव सुधार", राधा पब्लिकेशन, नई दिल्ली, पृ॰ 24

13. प्रो॰ श्री प्रकाश मणि त्रिपाठी (2007): "राजनीतिक अवधारणाएँ एवं प्रवृत्तियाँ", ज्ञानदा प्रकाशन, नई दिल्ली, पृ॰ 137

14. चक्रवर्ती, मानस एण्ड तमंग, विनिता रबैका (2006): "केरला-ए स्टडी ऑफ इलेक्टोरल डाइनामिक्स एण्ड वोटिंग बिहेवियर, 1957-2004", द इण्डियन जर्नन ऑफ पॉलिटिकल साइन्स, वोल्यूम 1, जनवरी-मार्च।

15. बाजपेयी, बी॰के॰ (2012): "नॉलिज, एटिट्यूड, बिहेवियर एण्ड इलेक्टोरल प्रेक्टिसिस ऑफ वोटर्स इन उत्तर प्रदेश" द इण्डियन जर्नल ऑफ पॉलिटिकलसाइन्स, वाल्यूम नं॰ 4, (अक्टूबर-दिसम्बर) पृ॰ 763-786,

16. हिरोनिम कुबैक (1998): "जीनियस 'लॉसी' एण्ड वोटिंग बिहेवियर", पॉलिश सोश्योलॉजिकल रिव्यू, वाल्यूम नं॰ 4, नं॰ 124, पृ॰ 357-373

17. बर्नहार्ड बुकमैन (2006): "पार्टिसिपेशन एण्ड वोटिंग इन कमेटीस: एविडेन्स फ्रॉम दि ILO", पब्लिक च्वाइस, मार्च, पृ॰ 405-427

Corresponding Author

Vipin Kumar*

Research Scholar, Department of Sociology, Janta Vedic College, Baraut, Baghpat, Uttar Pradesh