Journal Homepage: - www.journalijar.com

INTERNATIONAL JOURNAL OF ADVANCED RESEARCH (IJAR)

ISSN NO. 2320-5407

Article DOI: 10.21474/IJAR01/ 21084
DOI URL: http://dx.doi.org/10.21474/IJAR01/ 21084

RESEARCH ARTICLE

ROLE OF ELECTION SLOGANS IN UTTAR PRADESH POLITICS AND IMPACT ON YOUNG VOTER

"उत्तर प्रदेश की राजनीति में चुनावी नारों की भूमिका एवं युवा मतदाताओं पर प्रभाव"

Shyam Pratap Singh Yadav[1] and Sourabh Malviya[2]

1. Research Scholar, Department of Mass Communication and Journalism University - Lucknow University, Lucknow (Uttar Pradesh).
2. Associate Professor Department of Mass Communication and Journalism University - Lucknow University, Lucknow (Uttar Pradesh).

Manuscript Info

Manuscript History
Received: 04 April 2025
Final Accepted: 07 May 2025
Published: June 2025

Key words:-
Uttar Pradesh, Political Parties, Voters, Election Slogans, Political Communication

Abstract

The presented research paper is based on the role of election slogans in the politics of Uttar Pradesh. In elections, candidates and parties are face to face, and whose slogans have the power to change power. There is a fight for this too, in the politics of Uttar Pradesh where two parties have always dominated 'first Congress and second Bharatiya Janata Party' But in the nineties, regional parties like Bahujan Samaj Party and Samajwadi Party emerged and made their presence felt in the regional politics, which led to major social and political changes in the politics of Uttar Pradesh. Election slogans and young voters complement each other in the politics of Uttar Pradesh. While slogans attempt to address the expectations and needs of the youth, the youth work to test these slogans and their truthfulness. Slogans prepared keeping the youth in mind not only decide victory or defeat in elections, but also open new dimensions of social and political change. Election slogans play an important role in shaping the political outlook of the public. The slogans of the parties reveal their ideology and issues. The main objective of the presented research is to study the role of election slogans in the politics of Uttar Pradesh" and also to "study the popularity of election slogans in the politics of Uttar Pradesh on young voters. To study the impact of election slogans on young voters. In this research paper, mixed method has been used to comprehensively understand the role, nature, spread and impact of election slogans in the politics of Uttar Pradesh. In which both qualitative and quantitative data have been used. 93 respondents have been included in the present study through which the popularity and impact of election slogans in Uttar Pradesh politics on young voters can be ascertained.

"© 2025 by the Author(s). Published by IJAR under CC BY 4.0. Unrestricted use allowed with credit to the author."

Corresponding Author:- Shyam Pratap Singh Yadav
Address:- Researcher Department of Mass Communication and Journalism University - Lucknow University, Lucknow (Uttar Pradesh).

Introduction:-

लोकतंत्र एक संस्थागत प्रणाली है जो हमें संसाधन हासिल करने में मदद करती है। जिनसे हम अपनी पंसद और चुनाव का जीवन जीने में सक्षम और संतुष्ट होते है।[1]उत्तर प्रदेश भारतीय राजनीति का केंद्र-बिंदु रहा है,जहां चुनावों की सरगर्मी और जनमानस की भागीदारी व्यापक स्तर पर देखी जाती है। यहां की राजनीति में चुनावी नारे न केवल एक प्रचार एक माध्यम हैं, बल्कि वे सामाजिक, सांस्कृतिक और स्थानीयता को भी परिलक्षित करते हैं। चुनावी नारे जनता की आकांक्षाओं, उम्मीदों और भावनाओं को व्यक्त करने का एक प्रभावी माध्यम बन गए हैं।चुनावी नारे समाज के विभिन्न वर्गों, विशेषकर युवा मतदाताओं को प्रभावित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। युवा मतदाता अक्सर नये विचारों और बदलाव के लिए प्रेरित होते हैं, और राजनीतिक दल इस वर्ग तक पहुंचने के लिए नारों का उपयोग एक रणनीतिक उपकरण के रूप में करते हैं। सोशल मीडिया और डिजिटल प्लेटफॉर्म के युग मेंचुनावी नारे पहले से कहीं अधिक तेजी से फैलते हैं और युवा वर्ग पर सीधा प्रभाव डालते हैं।

चुनाव एक ऐसा साधन है जिसके माध्यम से एक आधुनिक राज्य अपने नागरिकों में सार्वजनिक मामलों में शिरकत एवं भागीदारी का भाव उत्पन्न करता है। एक अच्छी चुनाव-प्रणाली ही असली प्रतिनिधि सरकार की आधारशिला है। काफी कुछ इस बात पर निर्भर है कि व्यवहार में यह प्रणाली किस प्रकार चलती है। क्या राजनीतिक पूर्वाग्रहों से मुक्त सक्षम एवं संदर्भित प्रशासकगण चुनावों को कुशलतापूर्वक और निष्पक्ष रूप से करवाते हैं। मतपत्र के फैसले में व्यापक विश्वास का अभाव लोकतांत्रिक प्रक्रिया में जनता की आस्था को ध्वस्त कर सकता है। चुनाव-प्रक्रिया के महत्त्व पर जोर देते हुए पुलॉक ने पाया "जब तक कि आम चुनाव यथार्थता एवंकुशलता के साथ न कराये जाएँ, न सिर्फ लोक सेवाओं की मान-प्रतिष्ठा घटती है बल्कि पूरी लोकतांत्रिक प्रणाली खतरे में पड जाती है।"हमारा देश सरकार की संसदीय प्रणाली वाला एक संवैधानिक लोकतंत्र है, और इस प्रणाली के अंतस्तल में है- नियमित, स्वतंत्र और निष्पक्ष चुनाव कराने हेतु एक वचन। ये चुनाव सरकार की संरचना, संसद के दो सदनों, राज्य व संघ-शासित विधानसभाओं की सदस्यता, तथा राष्ट्रपति पद एवं उप-राष्ट्रपति पद का निर्धारण करते हैं।

उत्तर प्रदेश-

हिंदुस्तान का दिल और दिमाग कहे जाने वाले उत्तर प्रदेश की देश की राजनीति में हमेशा महत्वपूर्ण भूमिका रही है। पिछले करीब सत्तर सालों में देश के कुल 14 प्रधानमंत्री में से 8 उत्तर प्रदेश से ही है। लोकसभा में 80 सांसद एवं राज्यसभा में 31 सदस्य अनुपातिक प्रणाली के माध्यम से राज्यसभा में पहुंचते है। इन आंकडों से देश की राजनीति में उत्तर प्रदेश का महत्व बढ़ जाता है। उत्तर प्रदेश में विधानसभा की 403 सीटें एवं विधानसभा परिषद सदस्यों की संख्या 100 है। जो संख्या के लिहाज से संपूर्ण देश में सर्वाधिक है। 2014 के आम चुनाव से लेकर विधानसभा 2022 के चुनाव हुए। लोकसभा की तरह विधानसभा चुनाव में भाजपा को सफलता मिली। फिर दो साल बाद 2024 के चुनाव में भाजपा केंद्र में सरकार बनाने में सफल रही । इन तथ्यों से यह साफ है कि केंद्र की राजनीति में किसी राजनीतिक दल या उनके गठबंधन के लिए उत्तर प्रदेश में उनकी उपस्थिति का अत्यधिक महत्व है। [2]

राजनीतिक दल –

राजनीतिक और आर्थिक प्रश्नों पर समान विचारधारा रखने वाले व्यक्ति शासन शक्ति प्राप्त करने के उद्देश्य से जिन संगठनों का निर्माण करते है,उन्हें राजनीतिक दल कहा जाता है। विभिन्न विद्वानों द्वारा राजनीतिक दलों की अलग-अलग परिभाषाएं दी गई है। **एडमण्ड बर्क** के अनुसार राजनीतिक दल ऐसे लोगों का समूह होता है जो किसी ऐसे सिद्धांत के आधार पर जिस पर वे एकमत हो,अपने सामूहिक प्रयत्न द्वारा जनता के हित में काम करने के लिए एकता से बंधे होते है।[3]

मतदाता –

1947में जब भारत ब्रिटिश औपनिवेशिक शासन से आजाद हुआ तो इसकी साक्षरता दर 20 प्रतिशत से भी कम थी और महिलाओं की 10 फीसदी से भी कम थी। फिर भी लोकतांत्रिक भारत में हर वयस्क को वोट करने का अधिकार दिया गया है। *हाउ वी वोट: द फैक्टर्स दैट इन्फ्लुएंस वोटर्स*(2024) में अर्थशास्त्री सुरजीत भल्ला और अभिनव माथेरम ने लिखा है कि भारत का मतदाता यह जानता है ,कि वह क्या कर रहा है ,उसकी राजनीतिक प्राथमिकताएं होती है,कभी-कभी नैतिक भी होती है।

[1]भार्गव.आर.(2024).राष्ट्र और नैतिकता.राजकमल प्रकाशन.पृष्ठ संख्या 60-61

[2]श्रीवास्तव.प्रदीप(2022).उत्तर प्रदेश चुनाव 2022.हिन्द पाकेट बुक्स.पृष्ठ संख्या11-15

[3]जैन.पुखराज.(2021).राजनीतिक विज्ञान.साहित्य भवन पब्लिकेशन,आगरा,पृष्ठ-63

कभी व्याहारिक एवं सहज रूप से अक्सर दिल से निकलती है। लेकिन इसका मतलब ये नहीं है मतदाता ने तर्कों के बारे में नहीं सोचा है।[4]

चुनावी नारे-

नारा एक ऐसा आदर्श वाक्य या वाक्यांस का शब्द-समूह है। जिसका उपयोग एक नेता और नायक द्वारा अपने साथियों,विशाल जनसमूह या अपने दल में अथवा सामाजिक, राजनैतिक, धार्मिक उद्देश्यों और अपने लक्ष्य की प्राप्ति के लिए बारा-बार दोहराए जाते हुए अह्वान के रूप मे किया जाए। एक लोकतांत्रिक राष्ट्र में वहां की जनता की आशाओं को प्रकट करने आधुनिक काल में नारों का सहारा लिया जाता है। चुनावे नारे जनता और नेता के बीच सेतु का काम करते है। इसको कुछ ऐतिहासिक चुनावों नारों से समझा जा सकता है। आपातकाल में लोकनायक जयप्रकाश ने विपक्ष और जनता आकांक्षाओं के अनुरूप नारा दिया संपूर्ण क्रांति, तानाशाही हटाओं लोकतंत्र बचाओं। इन ऐतिहासिक नारों ने देश की तत्कालीन प्रधानमंत्री इंदिरा गांधी को सत्ता से हटा दिया था। इससे चुनावी नारे की महत्ता और बढ़ जाती है। बराक ओबामा का हां,हम कर सकते है चुनावी नारें से संपूर्ण चुनाव को उनकी ओर पलट दिया था। इसी प्रकार 2014 के लोकसभा चुनावों में सबका साथ,सबका विकास, अबकी बार,मोदी सरकार, हम मोदी जी को लाने वाले है,अच्छे दिन आने वाले हैचुनावी नारों ने भारतीय राजनीति को प्रभावित किया है । [5]

राजनीतिक संचार –

राजनीतिक संचार राजनेता, मीडिया और जनता के बीच सूचना एक प्रसारण से संबधिक एक प्रक्रिया है। राजनीतिक संचार में नीति निर्माण और चुनाव हमेशा केंद्र में रहा है।"राजनीतिक संचार वह प्रक्रिया है जिसके तहत राजनीतिनक सूचना सामान्य तक पहुंचती है। और राजनीतिक दल,नेता,मीडिया एक -दूसरे के साथ संवाद करते है।"[6]

साहित्य समीक्षा :

अमिताभ श्रीवास्तव(2023)ने अपनी किताब चुनावी नारे में प्रजातांत्रिक चुनाव प्रणाली में राजनीतिक और चुनावी नारों की बड़ी महत्वपूर्ण भूमिका के बारे में बताया है। लेखक ने विश्लेषित किया है,राजनीतिक नारे सामाज की सामूहिक सोच के शिल्पी होते है। इसके साथ-साथ नारे हमारी राष्ट्रीय पहचान और सांस्कृतिक अस्मिता की घोषणा भी होते है।लेखक ने लोकसभा 2024 और विधानसभा 2027 के लिए चुनावी नारे दिए है। मुख्यत यह किताब चुनावे नारे मुख्यत भारतीय संस्कृति,राष्ट्रवाद,राजनीतिक नारे पर केंद्रित है। एडमहोजेस (2019) हां,हम कर सकते है और राजनीतिक नारों की ताकत में बराक ओबामा के राजनीतिक नारे हां, हम कर सकते है पर केंद्रित है,लेख में यह विश्लेषित किया है नारे किस तरह काम करते है,यह उनके ऐतिहासिक उपयोग और अभियान के केंद्रीय संदेश के साथ-साथ नारों की अंतरपाठीय प्रतिध्वनि पर निर्भर करताहै।बराक ओबामा ने हां,हम कर सकते है चुनावों नारों के अपने सभी भाषणों में दोहराया और सार्वजनिक हस्तियों नेएक श्रृंखला बनाई इस नारों को सार्वजनिक चेतना में पहुंचा दिया।होजेस ने लेख में बताया है कि नारों की शक्ति केवल उनके अंतर्निहति सौंदर्यात्मक आकर्षण पर ही निर्भर नहीं होती बल्कि यह उनकी सफलता के लिए आधारभूत आवश्यकता है।

सुंशात यादव ने सामाजिकी के अपने लेख उत्तर प्रदेश में भाजपा की चुनावी राजनीति परिवर्तनीय सामाजिकी अभियांत्रिकी काविश्लेषण में उत्तर प्रदेश की राजनीति में 2017-2022 में भाजपा ने किस तरह पूर्ण बहुमत की सत्ता हासिल की है,उसके कारकों **को** बताया है। लेख में बताया है किस प्रकार भाजपा ने विकास के विशेष आर्कषण

,समानता का विश्वास और आत्मविश्वास प्रदान करने वाले नए सामूहिक अभियान के साथ -साथ सामाजिक समूहों का समावेशित किया है।

शोध उद्देश्य :

1. उत्तर प्रदेश की राजनीति में चुनावी नारों की भूमिका का अध्ययन करना।
2. युवा मतदाताओं पर उत्तर प्रदेश की राजनीति में चुनावी नारों की लोकप्रियता का अध्ययन करना।
3. युवा मतदाताओं पर चुनावी नारों के प्रभाव का अध्ययन करना।

---

[4]https://www-thehindu-com.translate.goog/opinion/how-every-adult-in-independent-india-got-the-right-to-vote-in-1947/article68170736.ece?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=hi&_x_tr_hl=hi&_x_tr_pto

[5]श्रीवास्तव.अमिताभ92023).चुनावी नारे.किताबघर प्रकाशन.पृष्ठ संख्या-128-135

[6]McNair, B. (2017). *An Introduction to Political Communication*. Routledge.

शोध प्रश्न :
1. उत्तर प्रदेश में राजनीतिक दल अपनी रणनीतियों में चुनावी नारों को कैसे शामिल करते हैं?
2. कौन से चुनावी नारे युवा मतदाताओं के बीच सबसे अधिक लोकप्रिय हैं और क्यों?
3. चुनावी नारे किस प्रकार उत्तर प्रदेश की राजनीति युवाओं को प्रभावित करते है?

शोध पद्धति (Research Methodology):-
अध्ययनमेंउत्तर प्रदेश की राजनीति में चुनावी नारों की भूमिका,प्रकृति, प्रसारऔरप्रभावकाव्यापकरूपसेपतालगाकेलिए मिश्रित विधिका प्रयोग किया गया है जिसमेंगुणात्मकऔरमात्रात्मक दोनों प्रकार के डाटा का उपयोग किया जाएगा।

गुणात्मक अनुसंधान:चुनावी नारों की भाषा, उनके संदेश, और उनके प्रभाव का गहन विश्लेषण।

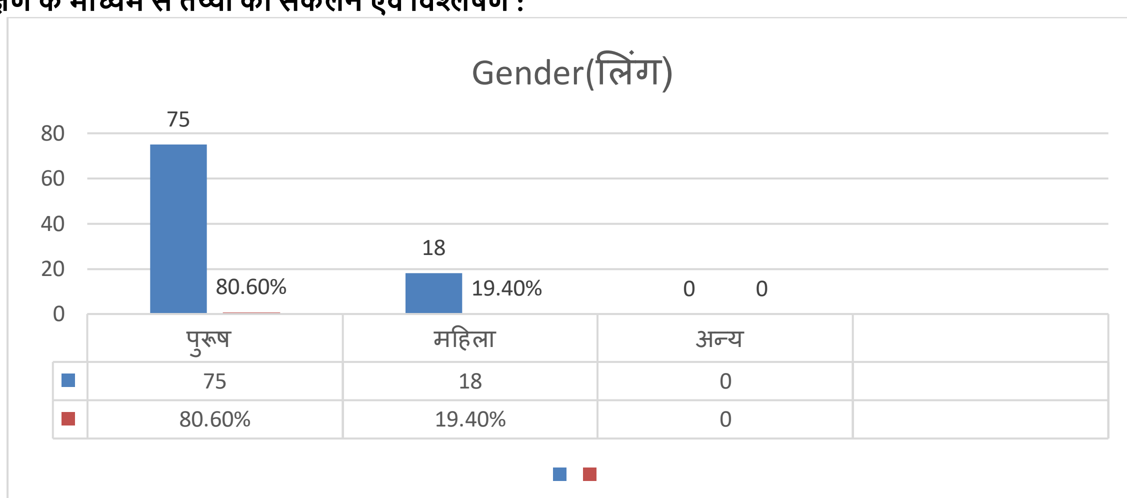
मात्रात्मक अनुसंधान:युवा मतदाताओं के बीच चुनावी नारों की लोकप्रियता और प्रभाव को मापा गया है ।

सैंपलिंग (नमूना चयन): इस अध्ययन में सैंपल चयनउद्देश्यपूर्ण सैंपलिंगविधि के माध्यम से किया गया है, जोगैर-प्रायिकता सैंपलिंग तकनीकके अंतर्गत आती है। उद्देश्यपूर्ण सैंपलिंग वह प्रक्रिया है जिसमें सैंपल का चयन जनसंख्या की विशेषताओं और अध्ययन के उद्देश्य के आधार पर किया जाता है। इस अध्ययन में सैंपल आकार 93उत्तरदाताओंका है। डेटा संग्रह शोधकर्ता द्वारा व्यक्तिगत रूप से सर्वेक्षण के माध्यम से किया गया। इस अध्ययन का ब्रह्मांड (Universe) लखनऊ के युवा मतदाताहै।
उपकरण (Tools):किसी भी अध्ययन में डेटा संग्रह के लिए एक उपयुक्त उपकरण का चयन आवश्यक होता है, ताकि डेटा को बिना किसी पूर्वाग्रहके एकत्र किया जा सके।

प्राथमिक स्रोत अध्ययन के लिए शोधकर्ता ने डेटा संग्रह के लिएसर्वेक्षण विधि का उपयोग किया। शोधकर्ता ने युवा मतदाताओं का सर्वेक्षण व्यक्तिगत रूप सेप्रश्नावली उपकरणके माध्यम से किया गया हैओ।

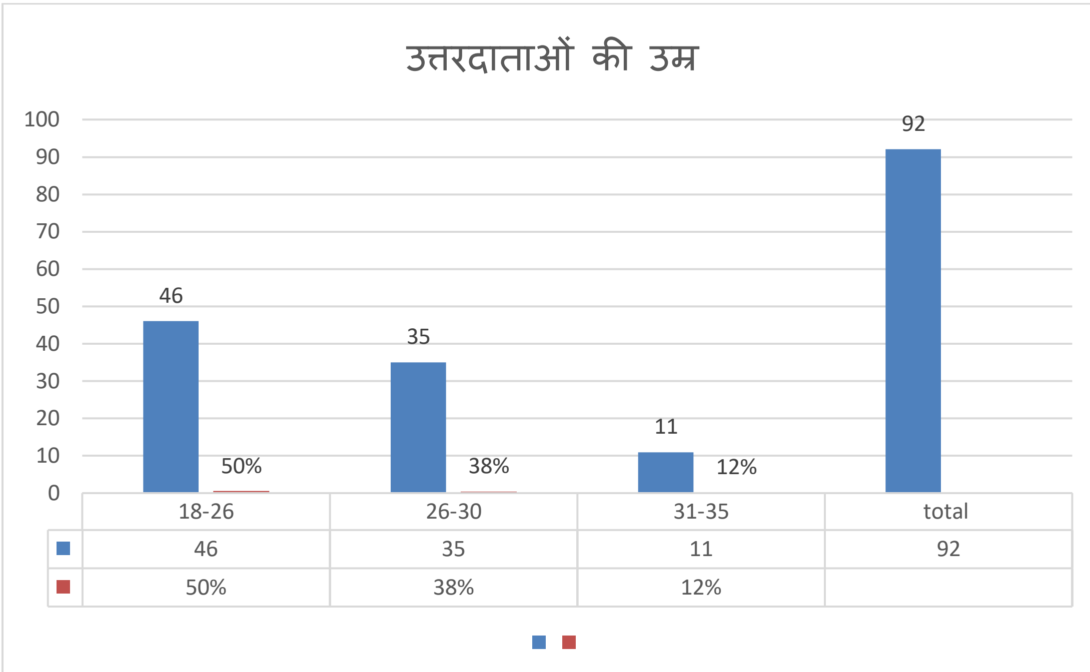
द्वितीय स्रोतइसके अंतर्गत वे सूचनाएँ व आँकड़े आते हैं, जो शोध को प्रकाशित व अप्रकाशित रिपोर्ट सांख्यकीय, पत्र डायरी, टेप, इंटरनेट से प्राप्त होते हैं। द्वितीयक स्रोत के रूप में लघु शोध प्रबंध, सरकारी रिपोर्ट, संचार पत्र-पत्रिका का अध्ययन कर तथ्यों को प्रदर्शित किया गया है।
1. **डेटा संग्रह और व्याख्या (Data Collection and Interpretation):**शोधकर्ता नेलखनऊ के युवा मतदाताओंका डेटा एकत्र करने के लिएगूगल फॉर्म सर्वेक्षण (Google Form Survey) का उपयोग किया। डेटा संग्रह के बाद, शोधकर्ता ने डेटा का विश्लेषण के लिए SPSS, Ms-excel उपकरण के माध्यम से किया। इस अध्ययन में 93उत्तरदाताओं (Respondents) को शामिल किया गया जिसके माध्यम से युवा मतदाताओं पर उत्तर प्रदेश की राजनीति में चुनावी नारों की लोकप्रियता एवं प्रभाव का पता लगाया गया है।

सर्वेक्षण के माध्यम से तथ्यों का संकलन एवं विश्लेषण :



सारणी संख्या

सर्वेक्षण के रूप में 93 उत्तरदाताओं का चयन किया गया है । जिसमें 75 पुरूष एवं 18 महिलाएं है। पुरूषों की संख्या 80.60 फीसदी है,जबकि महिलाओं की संख्या 19.40 फीसदी है ।

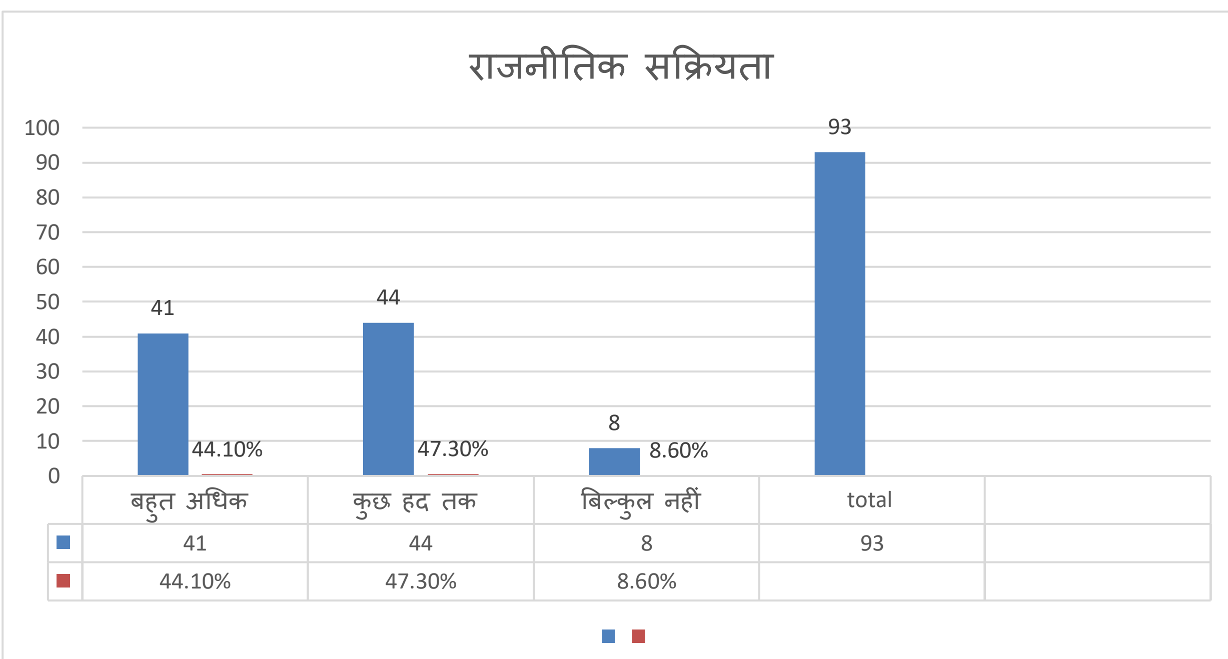


सारणी संख्या

सर्वक्षण मुख्यत युवाओं पर आधारित है। जिसमें युवाओं को तीन कैटेगरी में विभाजित किया गया है।जिनमें 18-26 की उम्र में उत्तरदाताओं की संख्या 50 फीसदी है। 26-30 की उम्र में 38 फीसदी है और 31-35 वाले उत्तरदातों की संख्या 11 फीसदी है।

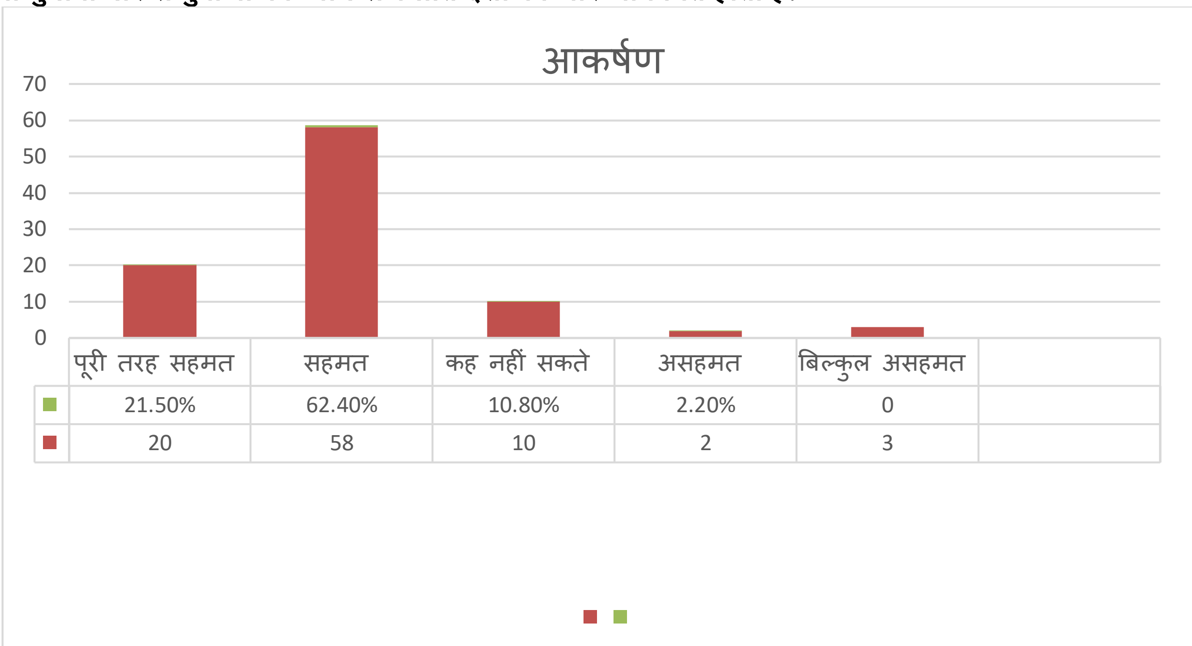
क्या आप उत्तर प्रदेश की राजनीति में सक्रिय रुचि रखते है ?

सारणी संख्या



पहले प्रश्न में उत्तर प्रदेश की राजनीतिक सक्रियता पर है,जिसमें 44.10 फीसदी युवाओं का मानना में वे राजनीतिक में अत्यधिक सक्रिय है, जबकि 47.30 फीसदी का मानना है वे कुछ हद तक राजनीतिक रूप से सक्रिय है। इसके अलावा 8.60 फीसदी उत्तरदाता राजनीति में बिल्कुल सक्रिय नहीं है।

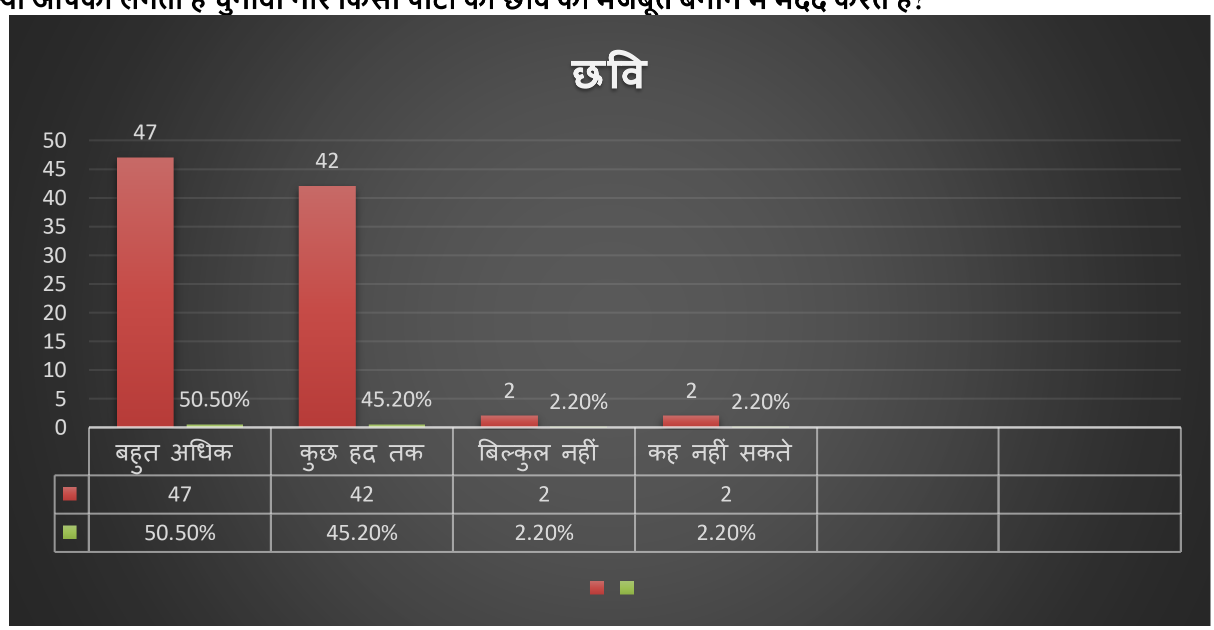
क्या चुनावी नारें से युवाओं का ध्यान राजनीति दलों की ओर आर्कषित होता है?



सारणी संख्या

चुनावी नारे और राजनीतिक दलों के आकर्षण के प्रश्न पर 21.50 फीसदी का मानना है कि वे राजनीतिक नारे से राजनीतिक पार्टी की ओर आकर्षित होते है,इसके पूरी तरह सहमत है। । इसके अलावा 62.40 फीसदी उत्तरदाता चुनावी नारे से राजनीतिक दलों के आकर्षण पर सहमत नजर आते है। 10.80 फीसदी का मानना है कह नहीं सकते। जबकि 2.20 फीसदी लोग इससे पूरी तरह असहमत है। 3 उत्तरदाता पूरी बिल्कुल असहमत है।

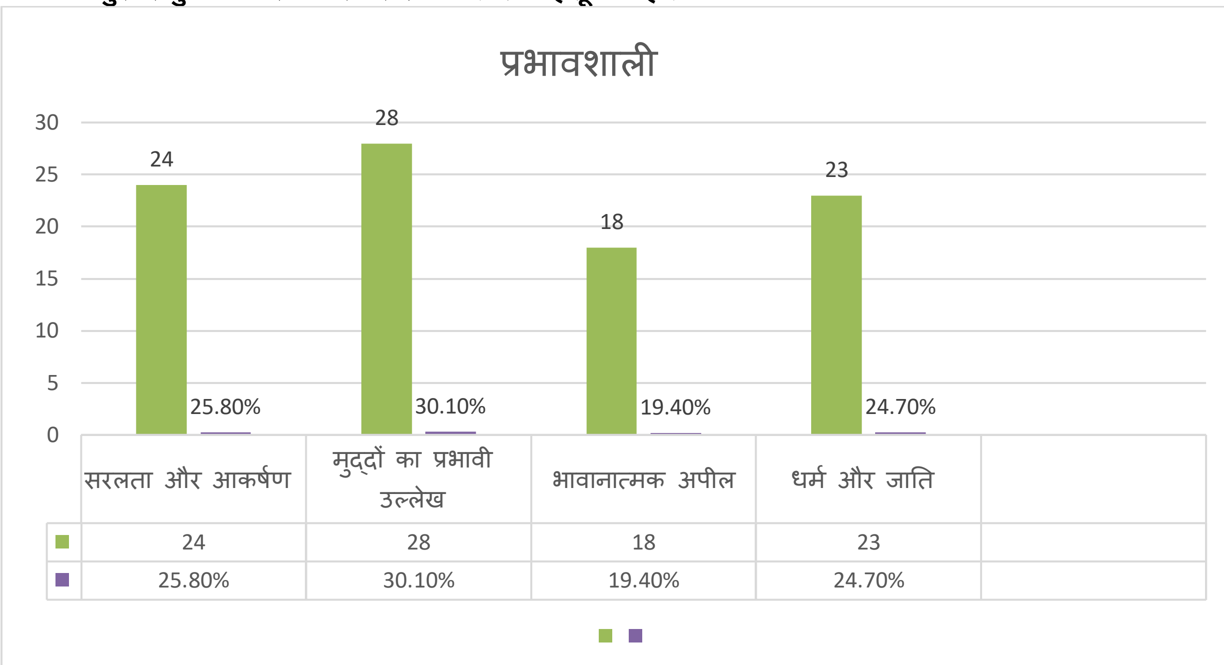
क्या आपको लगता है चुनावी नारे किसी पार्टी की छवि को मजबूत बनाने में मदद करते है?



सारणी संख्या

चुनावी नारे और राजनीतिक दलों की छवि वाले प्रश्न पर 50.50 फीसदी ये उत्तर देते है कि चुनावी नारे राजनीतिक दलों की छवि मजबूत करते है। जबकि 45.20 फीसदी का मानना है कि कुछ हद तक मजबूत करतेहै। 2.20 फीसदी बिल्कुल नहीं मानते राजनीतिक नारे राजनीतिक दलों की छवि मजबूत करते है। 2.20 फीसदी उत्तरदाता का मानना है कह नहीं सकते कि चुनावी नारे राजनीतिक दलों की छवि को मजबूत बनाने में मदद करते है।

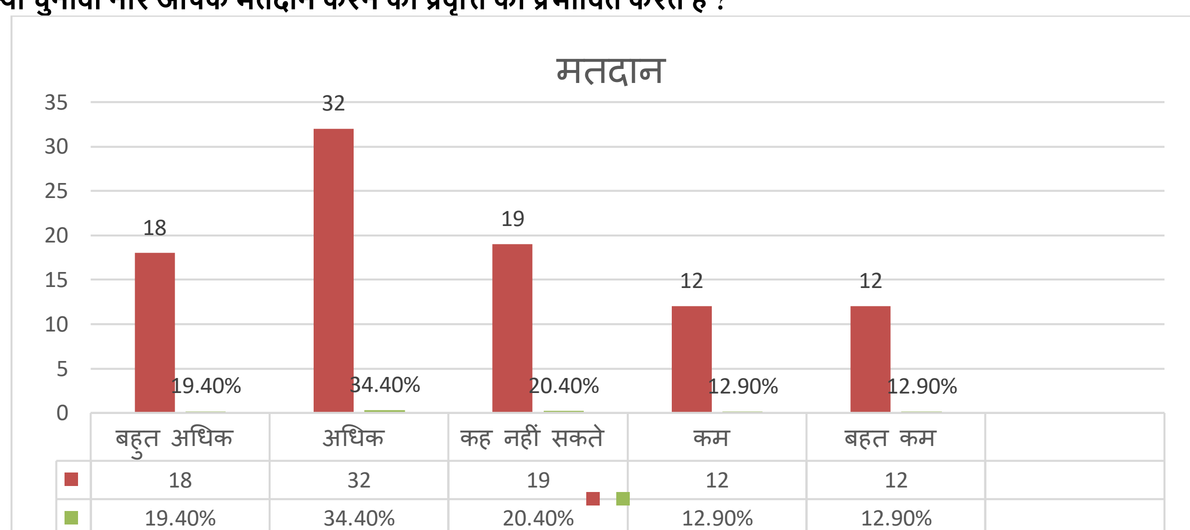
आपके अनुसार चुनावी नारों का सबसे प्रभावशाली पहलू क्या है ?



सारणी संख्या

चूनावी नारों का सबसे प्रभावशाली पहलू क्या है इसके जवाब में 25.80 फीसदी का मानना है सरलता और आर्कषण इसे प्रभावशाली बनाते है। जबकि 30.10 फीसदी का मानना है मुद्दों का प्रभावी उल्लेख और 19.40 फीसदी का मानना है भावानात्मक अपील चुनावी नारों का प्रभावशाली बनाते है। 24.70 फीसदी उत्तरदाताओं का मानना है धर्म और जाति चुनावी नारे का सबसे प्रभावशाली पहलू है।

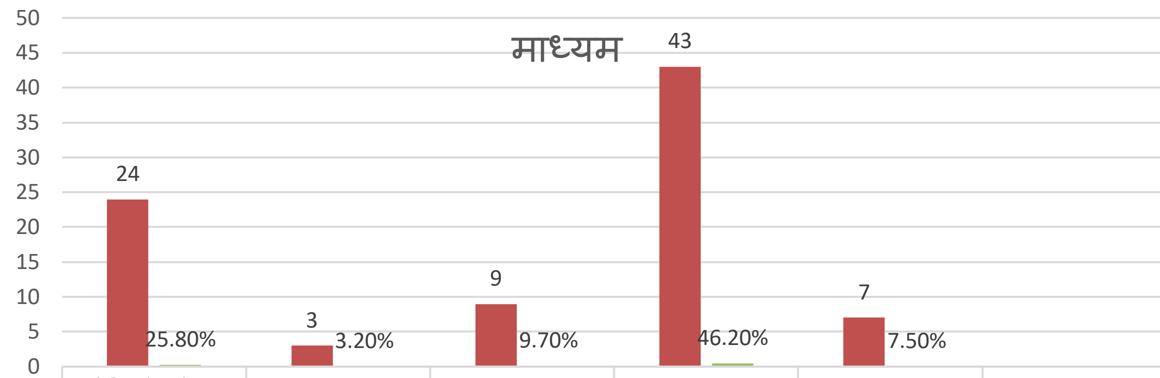
क्या चुनावी नारे आपके मतदान करने की प्रवृत्ति को प्रभावित करते है ?



सारणी संख्या

चुनावी नारों का मतदान प्रभाव से संबधित प्रश्न पर 19.40 फीसदी युवाओं का मानना है कि चुनावी नारे मतदान प्रवृत्ति को बहुत अधिक प्रभावित करते है। जबकि 34.40 फीसदी का मानना है चुनानी नारे अधिक प्रभावित करते है। 20.40 फीसदी यह मानते है मतदान प्रवृत्ति को चुनावी नारे कितना प्रभावित करते है कह नहीं सकते। इसके अलावा 12.90 फीसदी का मानना है कम प्रभावित करते है। बहुत कम वालों का प्रतिशत 12.90 फीसदी है।

आप किस माध्यम से चुनावी नारों को राजनीतिक दलों की रणनीतियों में सबसे प्रभावशाली रुप से देख पाते है?



	रैलियां और जनसभाएं	रेडियो	समाचार पत्र	सोशल मीडिया	होर्डिंग एवं पौस्टर	
■	24	3	9	43	7	
■	25.80%	3.20%	9.70%	46.20%	7.50%	

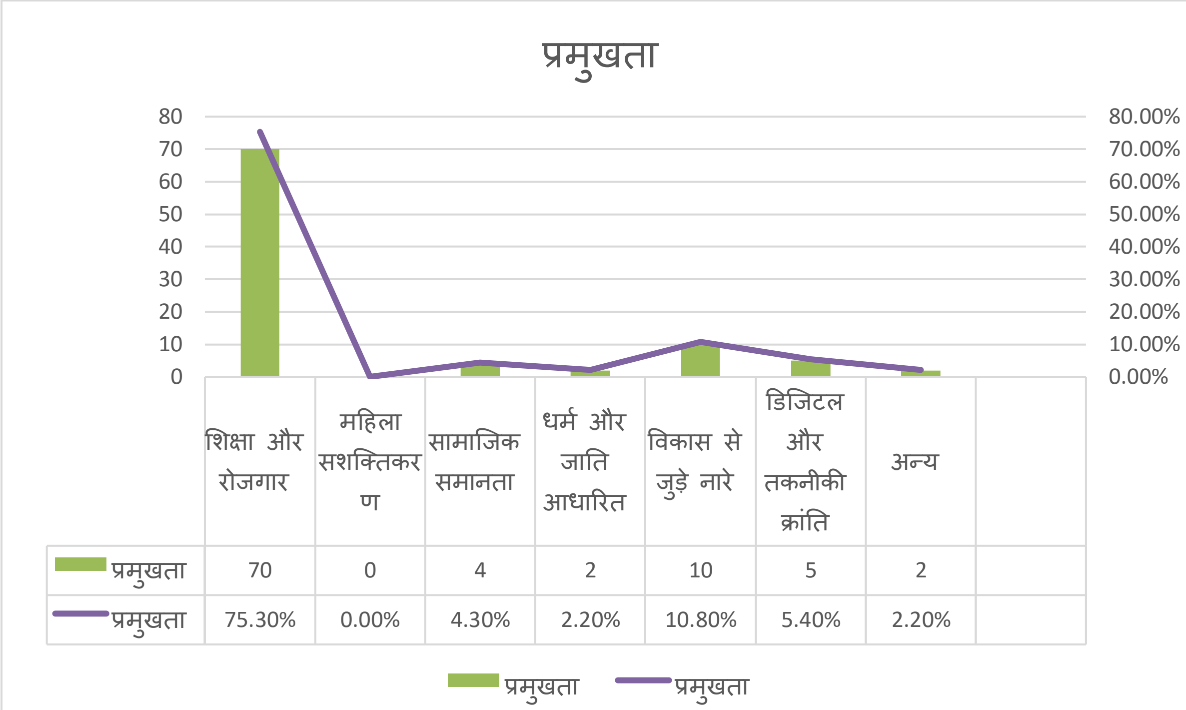
सारणी संख्या

रणनीतियों के सबसे प्रभावशाली माध्यम के रूप में सोशल मीडिया 46.20 फीसदी है। जबकि चुनावी नारों रैलियों औऱ जनसभाएं 25.80 फीसदी रणनीतिक रूप से काम आते है। होर्डिंग ओर पोस्टर से नारों का प्रसार 7.50 फीसदी है। जबकि 9.70 फीसदी उत्तरदाता का मानना समाचार पत्र चुनावी नारों के प्रसार में कारगार है। मात्र 3.20 उत्तरदाताओं रेडियों को चुनावी नारों के प्रसार में कारगर मानते है।

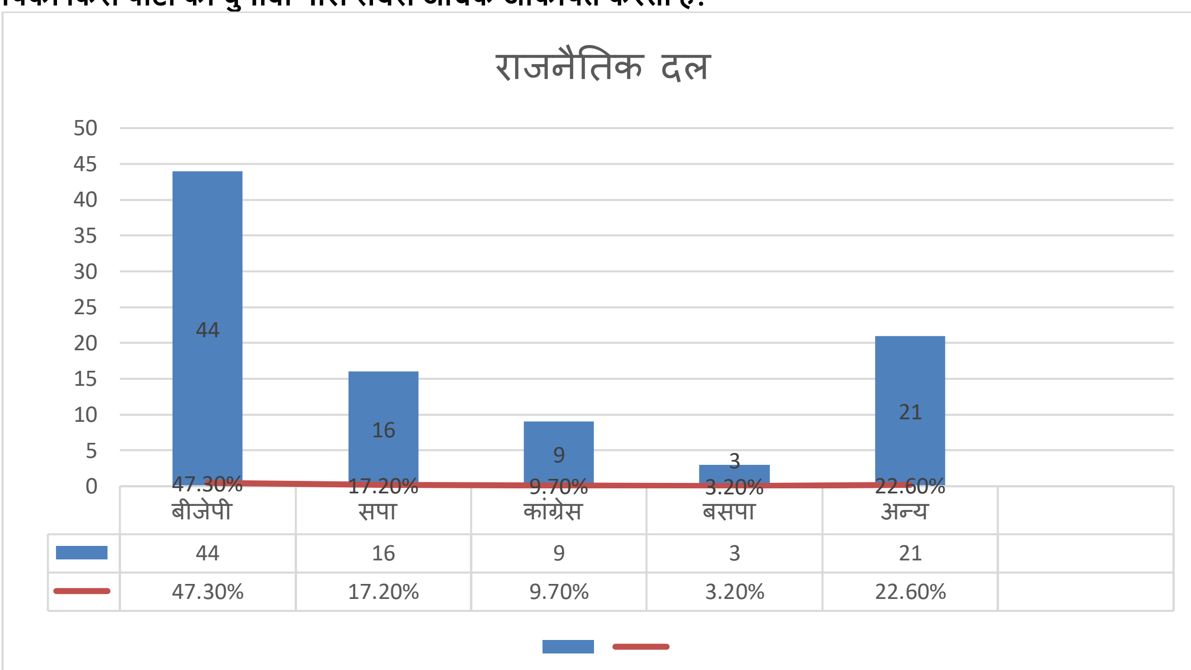
सारणी संख्या

राजनीतिक दलों किस प्रकार चुनावी नारों की प्रमुखता देनी चाहिए इस प्रश्न पर 75.30 फीसदी युवाओं का मानना है,शिक्षा और रोजगार को प्रमुखता से शामिल करना चाहिए। 10.80 फीसदी उत्तरदाता विकास से जुड़े नारों की प्रमुखता पर हामी भरते है। डिजिटल और तकनीकी पर 5.40 फीसदी उत्तरदाता सहमत नजर आते है। सामाजिक समानता पर केवल 4.30 उत्तरदाता प्रमुखता देते है। महिला सशक्तिकरण को युवा मतदाताओं ने खारिज कर दिया है। अन्य नारों के प्रमुखता प्रतिशत 2.20 फीसदी है।

आपके अनुसार चुनावी नारों में युवा मतदाताओं को ध्यान में रखकर किन विषयों को प्रमुखता देनी चाहिए?



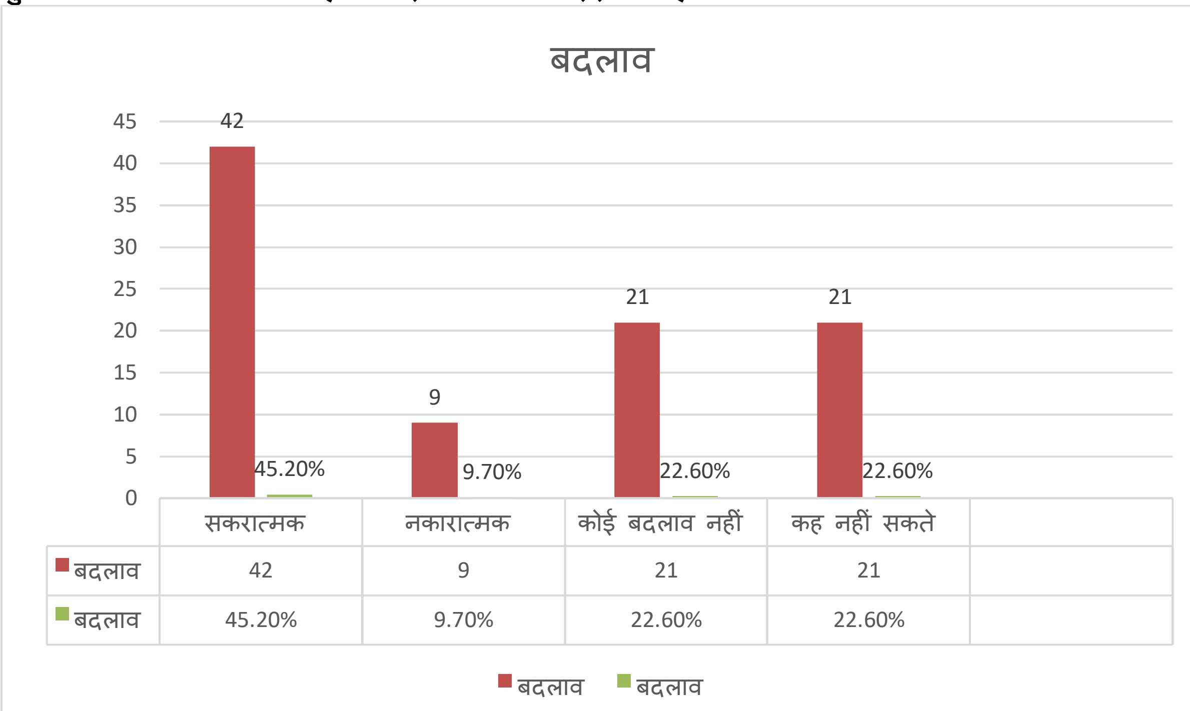
आपको किस पार्टी का चुनावी नारा सबसे अधिक आकर्षित करता है?



सारणी संख्या

राजनैतिक पार्टी और उसके सबसे आर्षित नारों के जवाब में भारतीय जनता पार्टी के राजनीतिक नारों सबसे अधिक 47.30 फीसदी उत्तरदाता आकर्षित मानते है। इसके बाद समाजवादी पार्टी को जिसका प्रतिशत 17.20 फीसदी है । कांग्रेस के नारों प्रति युवाओं रूझान 9.70 फीसदी है। सबसे कम बहुजन समाज पार्टी के नारों को युवाओं पंसद करते है। जिनका प्रतिशत 3.20 फीसदी है। अन्य राजनीतिक दलों में 22.60 राजनीतिक नारों का युवा पंसद करते है।

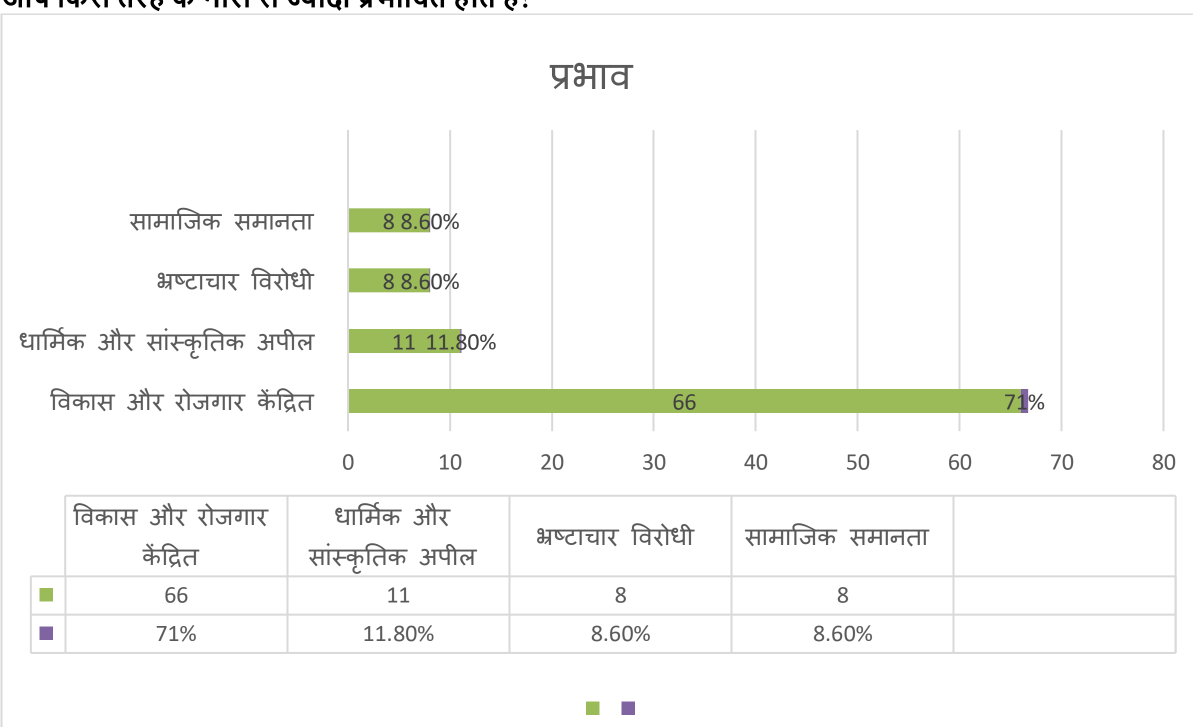
चुनावी नारे समाज में किस तरह का बदलाव लाने में मदद करते है?



सारणी संख्या

चुनावी नारे और बदलाव वाले प्रश्न पर 45.20 फीसदी मतदाताओं का मानना है कि सकरात्मक बदलाव होता है। जबकि 9.70 फीसदी ने उत्तर दिया कि समाज पर नकारात्मक प्रभाव पड़ता है। 22.60 फीसदी मानते है कोई बदलाव नहीं होता है। जबकि 22.60 फीसदी युवा मानते है नारों के सामाजिक बदलाव में क्या भूमिका होती है कह नहीं सकते है।

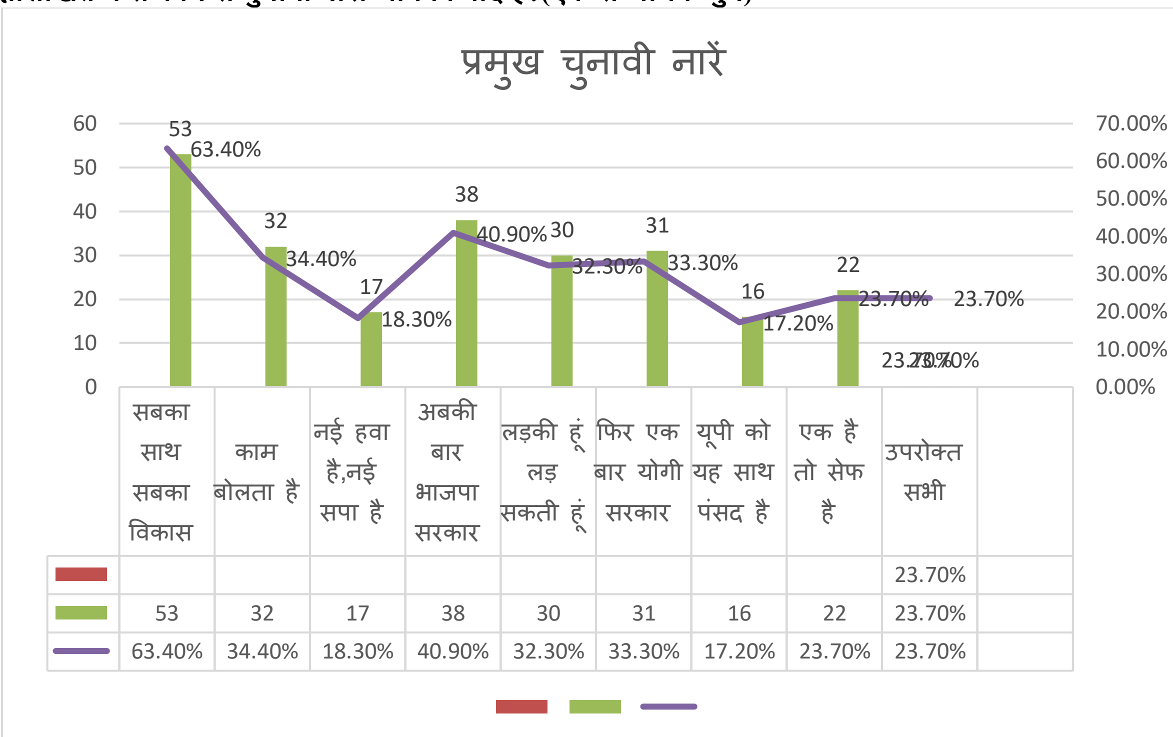
आप किस तरह के नारों से ज्यादा प्रभावित होते है?



सारणी संख्या

किस तरह के नारे सबसे ज्यादा प्रभावशाली होते है,इसके जवाब में 71 फीसदी उत्तरदाता विकास और रोजगार केंद्रित नारों को प्रमुख मानते है। धार्मिक और सांस्कृतिक अपील को 11.80 फीसदी उत्तरदाता प्रभावशाली मानते है। 8.60 भ्रष्टाचार विरोधी नारों को प्रमुख मानते है।जबकि 8.60 फीसदी सामाजिक समानता को प्रमुखता देते है।

निम्नलिखित में से कौन से चुनावी नारों आपको याद है?(एक से अधिक चुने)



सारणी संख्या

उत्तर प्रदेश के प्रमुख चुनावी नारों में सबका साथ -सबका विकास पर सबसे ज्यादा 63.40 उत्तरदाताओं ने सहमति जताई है। जबकि कि अबकी बार भाजपा सरकार वाले चुनावी नारे 40.90 फीसदी उत्तरदाताओं ने चुना है। काम बोलता है के नारों 34.40 फीसदी युवाओं ने चुना है। फिर एक बार योगी सरकार वालों नारे को 33.30 फीसदी लोगों ने चुना है । एक है तो सेफ है 23.फीसदी उत्तरदाताओं ने चुना है।जबकि 23.70 फीसदी उपरोक्त सभी नारों का चयन किया है।

शोध परिणाम एवं निष्कर्ष :

सर्वेक्षण से प्राप्त निष्कर्ष

प्रस्तुत सर्वेक्षण मूलत: लखनऊ के युवाओं पर किया गया है जिसका उद्देश्य यह है कि चुनावी नारों की राजनीतिक लोकप्रियता क्या है और युवा मतदाताओं पर इसका क्या प्रभाव पड़ता है। राजनीतिक दल किस प्रकार के चुनावी नारों को अपनी रणनीतियों में प्रमुखता देते है।

उद्देश्य के आधार पर निष्कर्ष

उत्तर प्रदेश में राजनीतिक दल अपनी रणनीतियों में चुनावी नारों को कैसे शामिल करते हैं

इस शोध प्रश्न के जवाब में मुद्दों के प्रभावी उल्लेख को उत्तरदातओं ने सबसे प्रमुख माना है जिसमें 30.10 फीसदी मुद्दों को प्रमुखता देते है। इससे यह प्रदर्शित होता है कि राजनीतिक नारों में क्षेत्रीय मुद्दों की बड़ी भूमिका होती है। जबकि उत्तर प्रदेश की राजनीति में धर्म और जाति की प्रमुख भूमिका है। जो कि चुनावी नारों में भी परिलक्षित होती है। 24.70 फीसदी लोग मानते है कि चुनावी नारों की रणनीतियों में धर्म और जाति की भूमिका प्रमुख होती है। इसके अलावा नारों को सीधा और सरल तरीका भी रणनीतियों में कारगर सिद्ध होता है क्योंकि चुनावी नारों का सामान्य जन में अगर पहुंचना है तो बेहद जटिल और तकनीकी शब्द कारगार नहीं हो सकते है। इन सबके ऊपर पब्लिक का इमोशन सबसे अत्यधिक महत्वपूर्ण है। इसलिए राजैनितक दलों में

भावानाओं को आधार बनाकर राजनीतिक नारों का प्रयोग करते है। इसी के साथ 19.40 फीसदी उत्तरदाता यह मानते है कि भावानात्मक नारों की राजनीतिक, दलों की रणनीतियों में महत्वपूर्ण भूमिका होती है।

युवा मतदाताओं पर उत्तर प्रदेश की राजनीति में चुनावी नारों की लोकप्रियता का अध्ययन करना।

प्रस्तुत शोध में कौन से चुनावी नारे युवा मतदाताओं में सबसे अधिक लोकप्रिय है इसमें सबसे अधिक "सबका साथ-सबकाविकास" शामिल है। जिसे 63.40 फीसदी उत्तरदाताओं ने सहमति जताई है।इसके अलावा33.30 फीसदी उत्तरदाताओं नेअबकी बार योगी सरकार" जैसे नारे का चुनाव किया है। वहीं 34.40 फीसदी लोगों मानना है कि "काम बोलता है" चुनावी नारा अधिक लोकप्रिय है। मुख्यत: यही नारे यूपी चुनावों की परिधि में रहे है। इनकी लोकप्रियता शीर्ष नेतृत्व से जुड़ी हुई है। इसी के साथ-साथ नारों की सरलता भी इन्हें जनता की पंसद बनाती है। जिसके फलस्वरूप विकास केंद्रित नारे जनता को अपनी ओर आकर्षित करते है। दूसरी ओर है जिन नारों में विकास,साथ,समानता,धार्मिक सद्भाव शामिल है। जनता उन नारों को सबसे ज्यादा पंसद कर रही है।

युवा मतदाताओं पर चुनावी नारों के प्रभाव का अध्ययन करना।

प्रस्तुत शोध उद्देश्य के आधार पर 44.10 फीसदी युवा उत्तर प्रदेश की राजनीति में बहुत अधिक सक्रियता से भाग लेते है। 47.30 फीसदी युवा मतदता कुछ हद तक राजनीति में भाग लेते है।इसके अलावा 8.60 फीसदी युवा बिल्कुल राजनीति में सक्रिया नहीं है ।प्रस्तुत शोध उद्देश्य में माध्यम के सवाल पर 46.20 फीसदी युवा सोशल मीडिया के माध्यम से चुनाव नारों एवं अन्य रणनीतियों को देखता है। इंटरनेट के दौर में सोशल मीडिया की भूमिका राजनीति में अत्यधिक प्रभावशाली होती जा रही है ऐसे शोध परिणामों से पता चलता है। राजनीतिक दल सोशल मीडिया और युवाओं को ध्यान में रखकर राजनीतिक नारों को निर्माण कर रहे है। जिससे उनकी पहुंच ज्यादा से ज्यादा युवाओं तक हो।

संदर्भ सूची :-

1.भार्गव.आर.(2024).राष्ट्र और नैतिकता.राजकमल प्रकाशन.पृष्ठ संख्या 60-61
2.श्रीवास्तव.प्रदीप(2022).उत्तर प्रदेश चुनाव 2022.हिन्द पाकेट बुक्स.पृष्ठ संख्या11-15
3.जैन.पुखराज.(2021).राजनीतिक विज्ञान.साहित्य भवन पब्लिकेशन,आगरा,पृष्ठ-63
4.https://www-thehindu-com.translate.goog/opinion/how-every-adult-in-independent-india-got-the-right-to-vote-in-1947/article68170736.ece?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=hi&_x_tr_hl=hi&_x_tr_pto
5.श्रीवास्तव.अमिताभ92023).चुनावीनारे.किताबघरप्रकाशन.पृष्ठ संख्या-128-135
6.McNair, B. (2017). An Introduction to Political Communication. Routledge.
7.यादव.सु.(2022-2023).उत्तरर प्रदेश में भाजपा की चुनावी राजनीति:परिवर्तनीय सामाजिक अभियांत्रिकी का विश्लेषण. राजकमल प्रकाशन. पृष्ठ संख्या 54-55
8.सिंहा.एस.(2018).सत्ता का नया सम्प्रेषण.अक्षर प्रकाशन.पृष्ठ संख्या 94-95
9.लाल.ए.(2017).इंडिया सोशल हाऊ सोशल मीडिया इज लीडिंग द चार्ज ऐंड चेंजिंग द कंट्री.
10.श्रीवास्तव,ए. (2024). नई नियति नए नियंता.आउटलुक. पृष्ठ संख्या18-20.
11.आर्ची,एस. (2016). लुक अप सोशल मीडिया ऐंड दि एडिक्शन नो वन इज टॉकिंग अबाउट. हेहाउस पब्लिशर्स इंडिया, नई दिल्ली
12.नारायण.एस. (2016). इंडिया कनेक्टेड मैपिंग दि इम्पैक्ट ऑफ न्यू इंडिया. सेज पब्लिकेशंस. नई दिल्ली.
13.सुमन.स. (2019). सोशल मीडिया के माध्यम से राजनीतिक संचार उत्तर प्रदेश विधान सभा चुनाव का एक अध्ययन 2017
14. चतुर्वेदी, एस.(2016). आय ऐम अ ट्रोल इनसाइड द सीक्रेट वलर्ड ऑफ भाजपा डिजिटल आर्मी. नई दिल्ली.
15. डोरॉन, आ. जेफ्री,रा. (2013). हाउ मोबाइल फोन्स हैव रिवोलूशनाइज्ड बिजनेस, पॉलिटिक्स एंड आर्डिनरी लाइफ इन इंडिया. हैचेट इंडिया.
16.कुमार,आर.(2018). कैम्पस के लेटेस्ट शिकंजे. अक्षर प्रकाशन. पृष्ठ संख्या. 114-117.