

राजस्थान में जाति, समुदाय एवं मीडिया: 2023 विधानसभा चुनाव के विशेष संदर्भ में जनमत निर्माण की सामाजिक संरचना का अध्ययन

डॉ नवीन कुमार

सहायक आचार्य, राजनीति विज्ञान विभाग सेठ श्री केदारनाथ मोदी राजकीय महाविद्यालय, गुढा, झुंझुनूं, राजस्थान

शोध सार

यह शोध-पत्र राजस्थान में जाति, समुदाय और मीडिया के बीच बदलते संबंधों को समझने का प्रयास करता है। अध्ययन का विशेष संदर्भ वर्ष 2023 में हुए राजस्थान विधानसभा चुनाव को बनाया गया है। राजस्थान सामाजिक, सांस्कृतिक और भौगोलिक दृष्टि से विविध राज्य है। यहाँ राजनीतिक व्यवहार को केवल व्यक्ति के निजी निर्णय से समझना पर्याप्त नहीं है। परिवार, जाति, समुदाय, स्थानीय नेतृत्व, आर्थिक स्थिति और क्षेत्रीय पहचान जैसे कारक भी मतदाताओं की राजनीतिक सोच को प्रभावित करते हैं। डिजिटल मीडिया के विस्तार ने इस पूरी प्रक्रिया को एक नया आयाम दिया है।

राजस्थान में जाट, राजपूत, गुर्जर, मीणा, ब्राह्मण, वैश्य, अनुसूचित जाति एवं जनजाति तथा मुस्लिम समुदायों की महत्वपूर्ण सामाजिक और राजनीतिक उपस्थिति है। इन समुदायों का प्रभाव पूरे राज्य में एक जैसा नहीं है। शेखावाटी, मारवाड़, मेवाड़, हाड़ौती और डूँढ़ाड़ जैसे क्षेत्रों की अपनी विशिष्ट सामाजिक और राजनीतिक परिस्थितियाँ हैं। इसलिए राजस्थान में जनमत निर्माण को समझते समय जातीय संरचना के साथ क्षेत्रीय विविधता को भी ध्यान में रखना आवश्यक है।

इस अध्ययन में यह समझने का प्रयास किया गया है कि पारंपरिक मीडिया और सोशल मीडिया पहले से मौजूद सामाजिक नेटवर्क के साथ किस प्रकार जुड़ते हैं। विशेष रूप से यह देखा गया है कि जाति और समुदाय आधारित नेटवर्क राजनीतिक सूचनाओं को अपने संदर्भ में किस प्रकार ग्रहण, व्याख्यायित और प्रसारित करते हैं। अध्ययन का सैद्धांतिक आधार लुई डूमों, एम.एन. श्रीनिवास तथा कैटज़ और लाज़र्सफेल्ड के विचारों पर आधारित है। यह शोध मुख्यतः उपलब्ध साहित्य और द्वितीयक स्रोतों पर आधारित विश्लेषणात्मक अध्ययन है। प्राथमिक सर्वेक्षण को भावी शोध के लिए रखा गया है।

कूटशब्द: जाति, समुदाय, मीडिया, जनमत निर्माण, राजस्थान, विधानसभा चुनाव 2023, राय-नेता, क्षेत्रीय राजनीति, सामाजिक संरचना

1. प्रस्तावना

भारतीय राजनीति में जाति का महत्व कोई नई बात नहीं है। स्वतंत्रता के बाद लोकतांत्रिक राजनीति के विस्तार के साथ जाति की भूमिका समाप्त होने के बजाय कई स्तरों पर बदलती रही है। चुनावों में उम्मीदवारों का चयन, राजनीतिक नेतृत्व, सामाजिक संगठन और मतदाताओं की राजनीतिक पसंद—इन सभी में जातीय पहचान किसी न किसी रूप में दिखाई देती है। हालांकि आज जाति को केवल पारंपरिक सामाजिक व्यवस्था के रूप में देखना पर्याप्त नहीं है। लोकतंत्र और आधुनिक संचार माध्यमों के विस्तार ने जातीय पहचान को नए राजनीतिक संदर्भ भी दिए हैं।

मीडिया के क्षेत्र में भी पिछले दो दशकों में बहुत बड़ा परिवर्तन आया है। समाचार पत्र और टेलीविजन आज भी महत्वपूर्ण

हैं, लेकिन सोशल मीडिया ने राजनीतिक सूचना के प्रसार को बहुत तेज कर दिया है। अब किसी चुनावी भाषण, बयान या राजनीतिक घटना की जानकारी कुछ ही मिनटों में हजारों लोगों तक पहुँच सकती है। इस सूचना को आगे बढ़ाने में केवल राजनीतिक दल ही नहीं, बल्कि स्थानीय नेता, सामाजिक संगठन, मित्र, परिवार और समुदाय के प्रभावशाली व्यक्ति भी भूमिका निभाते हैं।

राजस्थान इस संबंध को समझने के लिए विशेष रूप से उपयोगी राज्य है। यहाँ अलग-अलग क्षेत्रों में जातीय समीकरणों और राजनीतिक प्रभाव में पर्याप्त अंतर दिखाई देता है। शेखावाटी में जाट समुदाय की मजबूत सामाजिक उपस्थिति, मारवाड़ और मेवाड़ में राजपूत समुदाय का ऐतिहासिक प्रभाव तथा पूर्वी राजस्थान में गुर्जर और मीणा समुदायों की राजनीतिक सक्रियता क्षेत्रीय राजनीति को अलग-अलग स्वर देती है। दक्षिण राजस्थान में जनजातीय समुदायों की महत्वपूर्ण भूमिका है, जबकि कई शहरी क्षेत्रों में व्यापारिक समुदायों का आर्थिक प्रभाव दिखाई देता है।

2023 का विधानसभा चुनाव इस संदर्भ में महत्वपूर्ण रहा। चुनावी अभियान में पारंपरिक प्रचार के साथ डिजिटल माध्यमों का भी व्यापक प्रयोग हुआ। जाति, स्थानीय विकास, नेतृत्व, सरकार के कामकाज और क्षेत्रीय मुद्दों से जुड़ी चर्चाएँ सोशल मीडिया पर भी दिखाई दीं। ऐसे में यह प्रश्न महत्वपूर्ण हो जाता है कि क्या सोशल मीडिया जातीय राजनीति को कमजोर कर रहा है या उसे नए रूप में मजबूत कर रहा है। प्रस्तुत अध्ययन इसी प्रश्न को समझने का प्रयास करता है।

2. शोध समस्या का कथन

जाति और मीडिया पर अलग-अलग पर्याप्त साहित्य उपलब्ध है, लेकिन दोनों को एक साथ रखकर राजस्थान के विभिन्न क्षेत्रों में जनमत निर्माण की प्रक्रिया को समझने वाले अध्ययन अपेक्षाकृत कम दिखाई देते हैं। डिजिटल मीडिया के आने के बाद यह संबंध और जटिल हो गया है। पहले राजनीतिक सूचना मुख्यतः समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन और स्थानीय नेताओं के माध्यम से लोगों तक पहुँचती थी। अब वही सूचना व्हाट्सएप, फेसबुक और अन्य सोशल मीडिया मंचों पर बहुत तेजी से फैलती है।

समस्या केवल सूचना के प्रसार की नहीं है। महत्वपूर्ण बात यह है कि सूचना किस व्यक्ति तक पहुँच रही है, वह उसे किस संदर्भ में समझ रहा है और उसके बाद वह सूचना किस सामाजिक नेटवर्क में आगे जा रही है। यदि किसी व्यक्ति की सामाजिक पहचान और राजनीतिक नेटवर्क पहले से किसी विशेष समुदाय से जुड़े हैं, तो संभव है कि उसे मिलने वाली राजनीतिक सूचना भी उसी नेटवर्क से प्रभावित हो।

इसलिए इस अध्ययन की मुख्य समस्या यह है कि राजस्थान में जातीय एवं सामुदायिक सामाजिक नेटवर्क पारंपरिक तथा डिजिटल मीडिया के माध्यम से राजनीतिक जनमत निर्माण को किस प्रकार प्रभावित करते हैं और क्या यह प्रभाव अलग-अलग क्षेत्रों में अलग स्वरूप ग्रहण करता है?

3. शोध के उद्देश्य

1. राजस्थान की जातीय एवं सामाजिक संरचना और उसके राजनीतिक जनमत निर्माण से संबंध को समझना।
2. 2023 के राजस्थान विधानसभा चुनाव में जाति एवं समुदाय आधारित मीडिया नेटवर्क की भूमिका का अध्ययन करना।
3. शेखावाटी, मारवाड़, मेवाड़, हाड़ौती और ढूँढाड़ जैसे क्षेत्रों में जाति और मीडिया के संबंधों की तुलनात्मक प्रकृति को समझना।
4. सोशल मीडिया पर बनने वाले जातीय एवं सामुदायिक नेटवर्क की राजनीतिक भूमिका का विश्लेषण करना। मीडिया के माध्यम से होने वाली जातीय गोलबंदी और संभावित राजनीतिक ध्रुवीकरण की प्रवृत्तियों की पहचान करना।

4. शोध परिकल्पनाएँ

परिकल्पना 1: राजस्थान में राजनीतिक जनमत निर्माण जाति एवं सामुदायिक सामाजिक नेटवर्क से प्रभावित होता है और इसका स्वरूप विभिन्न क्षेत्रों में अलग-अलग हो सकता है।

परिकल्पना 2: जाति एवं समुदाय आधारित सोशल मीडिया समूह चुनाव के दौरान राजनीतिक सूचना के प्रसार और सामुदायिक जनमत निर्माण में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं।

परिकल्पना 3: राजस्थान के विभिन्न क्षेत्रों में प्रमुख जातीय समूहों और स्थानीय सामाजिक संरचना में अंतर के कारण मीडिया नेटवर्क और राजनीतिक प्रभाव के स्वरूप में भी अंतर दिखाई देता है।

5. साहित्य समीक्षा

जाति की सामाजिक संरचना को समझने के लिए लुई डूमों का अध्ययन महत्वपूर्ण माना जाता है। डूमों ने भारतीय जाति-व्यवस्था को पदानुक्रम तथा शुद्धता-अशुद्धता की अवधारणाओं के संदर्भ में समझाया। हालांकि बाद के विद्वानों ने यह भी दिखाया कि आधुनिक भारत में जाति का स्वरूप स्थिर नहीं है और सामाजिक, आर्थिक तथा राजनीतिक परिस्थितियों के साथ इसमें परिवर्तन आता रहा है।

आंद्रे बेतै ने जाति, वर्ग और सत्ता के बीच संबंधों का अध्ययन करते हुए बताया कि ये तीनों भारतीय समाज में एक-दूसरे से जुड़े होने के बावजूद अलग-अलग सामाजिक आयाम रखते हैं। एम.एन. श्रीनिवास की 'प्रभु जाति' और 'संस्कृतिकरण' की अवधारणाएँ स्थानीय स्तर पर सामाजिक प्रभाव और राजनीतिक शक्ति को समझने में उपयोगी हैं। किसी क्षेत्र में संख्या, भूमि, आर्थिक संसाधन और संगठनात्मक क्षमता किसी जाति को अपेक्षाकृत अधिक प्रभावशाली बना सकती है।

चुनावी राजनीति में जाति की भूमिका पर क्रिस्टोफ जाफ़लो ने पिछड़ी जातियों के राजनीतिक उभार को 'मौन क्रांति' के रूप में समझाया। कंचन चंद्रा ने जातीय पहचान और चुनावी राजनीति के संबंध को विश्लेषित करते हुए बताया कि जातीय पहचान कई परिस्थितियों में राजनीतिक संसाधन बन सकती है। योगेंद्र यादव ने भारतीय चुनावी राजनीति में सामाजिक आधार के विस्तार और विभिन्न समूहों की बढ़ती भागीदारी को लोकतंत्र के परिवर्तनशील स्वरूप से जोड़ा।

डॉ. बी.आर. आंबेडकर का जाति संबंधी चिंतन इस विषय को सामाजिक असमानता और संरचनात्मक विभाजन के दृष्टिकोण से देखने का आधार देता है। रजनी कोठारी के कार्यों में भी जाति और राजनीति के बीच संबंधों की गहरी व्याख्या मिलती है। लॉयड एवं सूज़ैन रुडोल्फ ने यह दिखाया कि पारंपरिक सामाजिक संस्थाएँ आधुनिक लोकतांत्रिक राजनीति के साथ स्वयं को किस प्रकार बदलती हैं।

संचार के क्षेत्र में कैटज़ और लाज़र्सफ़ेल्ड का द्वि-चरणीय प्रवाह सिद्धांत विशेष रूप से उपयोगी है। इस सिद्धांत के अनुसार मीडिया से प्राप्त सूचना कई बार सीधे आम लोगों तक नहीं पहुँचती, बल्कि प्रभावशाली व्यक्तियों या 'राय-नेताओं' के माध्यम से आगे जाती है। आज के सोशल मीडिया वातावरण में स्थानीय राजनीतिक कार्यकर्ता, सामाजिक कार्यकर्ता, सामुदायिक नेता और डिजिटल रूप से सक्रिय व्यक्ति ऐसी भूमिका निभा सकते हैं।

प्रदीप छिब्वर और राहुल वर्मा ने भारतीय राजनीति में विचारधारा और सामाजिक पहचान के संबंधों का अध्ययन किया है। मिलन वैष्णव ने चुनावी राजनीति में धन, शक्ति और सामाजिक नेटवर्क के संबंधों पर चर्चा की है। इन अध्ययनों से यह समझने में मदद मिलती है कि चुनाव केवल राजनीतिक दलों की प्रतिस्पर्धा नहीं है; इसके पीछे सामाजिक पहचान, संगठन और सूचना के नेटवर्क भी काम करते हैं।

फिर भी राजस्थान के विभिन्न क्षेत्रों में जाति, समुदाय और डिजिटल मीडिया की अंतःक्रिया पर केंद्रित राज्य-स्तरीय अनुभवजन्य अध्ययन सीमित हैं। प्रस्तुत अध्ययन इसी कमी को समझने और आगे के शोध के लिए एक आधार तैयार करने का प्रयास करता है।

6. शोध पद्धति

यह अध्ययन मुख्यतः गुणात्मक और विश्लेषणात्मक प्रकृति का है। इसमें उपलब्ध अकादमिक साहित्य, चुनाव संबंधी द्वितीयक आँकड़ों, सरकारी रिपोर्टों तथा मीडिया संबंधी प्रकाशित सामग्री का उपयोग किया गया है।

अध्ययन में राजस्थान के प्रमुख सांस्कृतिक-राजनीतिक क्षेत्रों—शेखावाटी, मारवाड़, मेवाड़, हाड़ौती और डूँडाड़—को विश्लेषण की इकाइयों के रूप में लिया गया है। जाति, समुदाय, क्षेत्रीय राजनीति और मीडिया के संबंधों को समझने के लिए पूर्व प्रकाशित अध्ययनों का तुलनात्मक उपयोग किया गया है।

इस प्रारूप में प्राथमिक क्षेत्र-सर्वेक्षण और साक्षात्कार शामिल नहीं हैं। इसलिए यहाँ प्रस्तुत निष्कर्षों को अंतिम सांख्यिकीय निष्कर्ष या कारणात्मक प्रमाण के रूप में नहीं देखा जाना चाहिए। भविष्य में मतदाताओं के सर्वेक्षण, राय-नेताओं के साक्षात्कार और सोशल मीडिया सामग्री के व्यवस्थित विश्लेषण के माध्यम से इन निष्कर्षों को अधिक मजबूत किया जा सकता है।

7. राजस्थान की क्षेत्रीय और जातीय सामाजिक संरचना

राजस्थान की सामाजिक संरचना को समझने के लिए राज्य को एक समान सामाजिक इकाई मानना उचित नहीं होगा। अलग-अलग क्षेत्रों में जातियों की संख्या, आर्थिक स्थिति, भूमि स्वामित्व, राजनीतिक संगठन और ऐतिहासिक पृष्ठभूमि में अंतर है। इसी कारण एक क्षेत्र में जो जातीय समीकरण महत्वपूर्ण है, वह दूसरे क्षेत्र में उतना प्रभावशाली नहीं हो सकता। शेखावाटी क्षेत्र, जिसमें झुंझुनूं, सीकर और चूरू प्रमुख जिले हैं, में जाट समुदाय की सामाजिक और राजनीतिक उपस्थिति महत्वपूर्ण रही है। मारवाड़ और मेवाड़ में राजपूत समुदाय का ऐतिहासिक प्रभाव रहा है। पूर्वी राजस्थान में गुर्जर और मीणा समुदायों की राजनीतिक सक्रियता महत्वपूर्ण है। दक्षिण राजस्थान में भील सहित विभिन्न जनजातीय समुदायों की भूमिका अलग प्रकार की है। इसके अलावा राज्य के अनेक शहरी क्षेत्रों में व्यापारिक समुदायों का आर्थिक प्रभाव राजनीतिक संबंधों को प्रभावित करता है।

यह विविधता मीडिया के उपयोग में भी दिखाई दे सकती है। किसी क्षेत्र में जाति या गोत्र आधारित समूह राजनीतिक जानकारी के प्रसार में अधिक सक्रिय हो सकते हैं, जबकि किसी अन्य क्षेत्र में स्थानीय राजनीतिक नेता या संगठन अधिक प्रभावशाली हो सकते हैं। इसलिए राजस्थान में डिजिटल राजनीति को समझते समय सामाजिक संरचना को आधार में रखना आवश्यक है।

8. मीडिया और जातीय राय-नेतृत्व

राजनीतिक सूचना के प्रसार में राय-नेताओं की भूमिका आज भी महत्वपूर्ण है, हालांकि उनके काम करने का तरीका बदल गया है। पहले स्थानीय नेता, शिक्षक, सामाजिक कार्यकर्ता या पत्रकार किसी मुद्दे पर लोगों की राय बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते थे। अब ऐसे लोग सोशल मीडिया के माध्यम से पहले की तुलना में कहीं अधिक लोगों तक अपनी बात पहुँचा सकते हैं।

किसी राजनीतिक घटना की सूचना पहले समाचार पत्र या टेलीविजन से मिल सकती है। उसके बाद वही सूचना किसी स्थानीय नेता या सामाजिक समूह द्वारा अपने संदर्भ में समझाई जाती है। सोशल मीडिया में यह प्रक्रिया और तेज हो जाती है। एक संदेश किसी समूह में साझा होने के बाद कई दूसरे समूहों में पहुँच सकता है। इस दौरान सूचना की भाषा, अर्थ और संदर्भ में बदलाव भी संभव है।

यही कारण है कि राजस्थान में मीडिया के प्रभाव का अध्ययन केवल इस आधार पर नहीं किया जा सकता कि कितने लोग समाचार देखते या पढ़ते हैं। यह भी देखना होगा कि सूचना किस नेटवर्क के माध्यम से आगे जा रही है और उस नेटवर्क में किन लोगों की बात को अधिक महत्व दिया जाता है।

9. 2023 राजस्थान विधानसभा चुनाव: एक विश्लेषणात्मक संदर्भ

2023 का राजस्थान विधानसभा चुनाव जातीय समीकरणों, क्षेत्रीय मुद्दों और डिजिटल प्रचार के संदर्भ में महत्वपूर्ण रहा। चुनावी राजनीति में उम्मीदवारों के चयन और प्रचार रणनीति बनाते समय विभिन्न सामाजिक समूहों को ध्यान में रखने की आवश्यकता राजनीतिक दलों के सामने रहती है।

पूर्वी राजस्थान में गुर्जर और मीणा समुदायों की राजनीतिक उपस्थिति, शेखावाटी में जाट समुदाय की सामाजिक भूमिका तथा मारवाड़ और मेवाड़ में राजपूत समुदाय की ऐतिहासिक उपस्थिति को क्षेत्रीय राजनीति के संदर्भ में देखा जा सकता है। हालांकि किसी पूरे क्षेत्र को एक ही जाति के राजनीतिक प्रभाव से परिभाषित करना उचित नहीं होगा, क्योंकि प्रत्येक विधानसभा क्षेत्र में स्थानीय समीकरण अलग होते हैं।

2023 के चुनाव में डिजिटल माध्यमों का प्रयोग भी व्यापक रहा। उम्मीदवारों, राजनीतिक दलों और समर्थक समूहों ने सोशल मीडिया का उपयोग चुनावी संदेशों, भाषणों, वीडियो और स्थानीय मुद्दों को प्रसारित करने के लिए किया। व्हाट्सएप जैसे माध्यमों ने संदेशों को छोटे और बंद सामाजिक नेटवर्कों में पहुँचाने की सुविधा दी। इस कारण राजनीतिक संचार पहले की तुलना में अधिक व्यक्तिगत और लक्षित हो गया है।

10. विश्लेषण: जाति और मीडिया की अंतःक्रिया के प्रमुख प्रतिमान

उपलब्ध साहित्य और द्वितीयक सामग्री के आधार पर तीन प्रमुख प्रवृत्तियाँ दिखाई देती हैं।

पहली, सोशल मीडिया सामाजिक रूप से पूरी तरह तटस्थ माध्यम नहीं है। लोग पहले से जिन सामाजिक और व्यक्तिगत नेटवर्क से जुड़े होते हैं, उन्हीं नेटवर्कों के माध्यम से उन्हें राजनीतिक जानकारी भी मिलती है।

दूसरी, राय-नेताओं की भूमिका खत्म नहीं हुई है। बल्कि उनके लिए मंच बदल गया है। आज कोई स्थानीय नेता या सामाजिक रूप से प्रभावशाली व्यक्ति सोशल मीडिया के माध्यम से कम समय में बड़ी संख्या में लोगों तक पहुँच सकता है।

तीसरी, डिजिटल मीडिया ने राजनीतिक सूचना को तेजी से उपलब्ध कराया है, लेकिन समान विचार रखने वाले लोगों के बीच सूचना के अधिक संकेंद्रित होने की संभावना भी बढ़ी है। इससे एक ओर राजनीतिक भागीदारी बढ़ सकती है, तो दूसरी ओर कुछ परिस्थितियों में सामाजिक दूरी और राजनीतिक ध्रुवीकरण भी बढ़ सकता है।

इस प्रकार मीडिया को केवल सूचना देने वाला माध्यम मानना पर्याप्त नहीं है। वह सामाजिक संबंधों के भीतर काम करता है और उसका प्रभाव स्थानीय सामाजिक संरचना से प्रभावित होता है।

11. चुनौतियाँ एवं सीमाएँ

इस अध्ययन की कुछ महत्वपूर्ण सीमाएँ हैं। सबसे पहली सीमा यह है कि जाति-आधारित सोशल मीडिया समूहों की वास्तविक संख्या और सदस्यता का विश्वसनीय आकलन कठिन है। विशेष रूप से व्हाट्सएप जैसे निजी समूहों में शोधकर्ता की पहुँच सीमित रहती है।

दूसरी चुनौती सोशल मीडिया पर उपलब्ध सामग्री की विश्वसनीयता है। चुनावी समय में सूचनाएँ बहुत तेजी से फैलती हैं और हर सूचना की स्वतंत्र पुष्टि संभव नहीं होती। तीसरी चुनौती यह है कि डिजिटल मीडिया तक पहुँच भी सामाजिक और क्षेत्रीय रूप से समान नहीं है। ग्रामीण और शहरी क्षेत्रों, विभिन्न आयु समूहों और अलग-अलग सामाजिक समूहों में इसके उपयोग का स्तर अलग हो सकता है।

सबसे महत्वपूर्ण सीमा प्राथमिक आँकड़ों का अभाव है। इसलिए इस अध्ययन से यह निश्चित रूप से नहीं कहा जा सकता कि किसी विशेष सोशल मीडिया नेटवर्क ने किसी व्यक्ति के मतदान निर्णय को सीधे बदल दिया। इसके लिए प्राथमिक सर्वेक्षण और साक्षात्कार आवश्यक होंगे।

12. निष्कर्ष

राजस्थान में जाति, समुदाय और मीडिया के संबंधों को समझने से यह स्पष्ट होता है कि राजनीतिक जनमत किसी एक माध्यम या एक सामाजिक कारक का परिणाम नहीं है। जातीय पहचान, स्थानीय सामाजिक संबंध, राजनीतिक नेतृत्व और मीडिया—ये सभी मिलकर जनमत निर्माण की प्रक्रिया को प्रभावित कर सकते हैं।

2023 के विधानसभा चुनाव के संदर्भ में डिजिटल मीडिया ने राजनीतिक संचार को तेज और अधिक लक्षित बनाया। लेकिन डिजिटल माध्यमों ने जातीय और सामुदायिक नेटवर्क को समाप्त नहीं किया। इसके बजाय कई मामलों में पुराने सामाजिक नेटवर्कों को नए डिजिटल मंच उपलब्ध हुए हैं। अब सामाजिक पहचान और राजनीतिक सूचना का संबंध ऑनलाइन तथा ऑफलाइन दोनों स्तरों पर दिखाई देता है।

इस प्रक्रिया का सकारात्मक पक्ष यह है कि नागरिकों को राजनीतिक सूचना और विचार व्यक्त करने के अधिक अवसर मिलते हैं। दूसरी ओर, यदि सूचना केवल सीमित सामाजिक समूहों के भीतर प्रसारित होती है, तो इससे विचारों के अलग-अलग समूह बन सकते हैं और राजनीतिक ध्रुवीकरण की संभावना बढ़ सकती है।

इसलिए राजस्थान में जनमत निर्माण का अध्ययन करते समय जाति और मीडिया को दो अलग-अलग विषयों के रूप में देखने के बजाय उनके बीच की अंतःक्रिया पर ध्यान देना अधिक उपयोगी होगा। 2023 का विधानसभा चुनाव इस बदलती हुई राजनीतिक संचार व्यवस्था को समझने का एक महत्वपूर्ण संदर्भ प्रदान करता है।

13. भविष्य के अध्ययन की संभावनाएँ

भविष्य में राजस्थान के अलग-अलग क्षेत्रों में प्राथमिक सर्वेक्षण के आधार पर इस विषय का अधिक विस्तृत अध्ययन किया जा सकता है। सर्वेक्षण में जाति, आयु, शिक्षा, ग्रामीण-शहरी निवास, राजनीतिक भागीदारी और सोशल मीडिया उपयोग जैसे चर शामिल किए जा सकते हैं।

इसके अतिरिक्त विभिन्न जातीय और सामुदायिक सोशल मीडिया समूहों की सामग्री का व्यवस्थित अध्ययन किया जा सकता है। यह देखा जा सकता है कि चुनावी समय में किन मुद्दों को अधिक महत्व दिया जाता है, किस प्रकार की भाषा का प्रयोग किया जाता है और कौन से व्यक्ति या संगठन सूचना के प्रमुख स्रोत बनते हैं।

राय-नेताओं, राजनीतिक कार्यकर्ताओं और मतदाताओं के साक्षात्कार भी इस अध्ययन को अधिक अनुभवजन्य आधार दे सकते हैं। इस प्रकार भविष्य का शोध यह अधिक स्पष्ट कर सकता है कि सोशल मीडिया केवल राजनीतिक सूचना का माध्यम है या वास्तव में मतदाताओं के राजनीतिक दृष्टिकोण और मतदान व्यवहार को बदलने में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

संदर्भ सूची

1. Ambedkar, B. R. (2014). *Annihilation of caste* (S. Anand, Ed.). Navayana. (Original work published 1936).
2. Béteille, A. (1965). *Caste, class, and power: Changing patterns of stratification in a Tanjore village*. University of California Press.
3. Chandra, K. (2004). *Why ethnic parties succeed: Patronage and ethnic head counts in India*. Cambridge University Press.
4. Chhibber, P. K., & Verma, R. (2018). *Ideology and identity: The changing party systems of India*. Oxford University Press.
5. Dumont, L. (1970). *Homo hierarchicus: The caste system and its implications*. University of Chicago Press.
6. Gupta, D. (2000). *Interrogating caste: Understanding hierarchy and difference in Indian society*. Penguin Books.

7. Jaffrelot, C. (2003). India's silent revolution: The rise of the low castes in North Indian politics. Permanent Black.
8. Jodhka, S. S. (2012). Caste. Oxford University Press.
9. Katz, E., & Lazarsfeld, P. F. (1955). Personal influence: The part played by people in the flow of mass communications. Free Press.
10. Kothari, R. (Ed.). (1970). Caste in Indian politics. Orient Longman.
11. Michelutti, L. (2008). The vernacularisation of democracy: Politics, caste and religion in India. Routledge.
12. Rudolph, L. I., & Rudolph, S. H. (1967). The modernity of tradition: Political development in India. University of Chicago Press.
13. Srinivas, M. N. (1962). Caste in modern India and other essays. Asia Publishing House.
14. Vaishnav, M. (2017). When crime pays: Money and muscle in Indian politics. Yale University Press.
15. Weiner, M. (1967). Party building in a new nation: The Indian National Congress. University of Chicago Press.
16. Yadav, Y. (1999). Electoral politics in the time of change: India's third electoral system, 1989–99. *Economic and Political Weekly*, 34(34/35), 2393–2399.
17. भारत निर्वाचन आयोग। (2023). राजस्थान विधानसभा चुनाव 2023: परिणाम एवं सांख्यिकी प्रतिवेदन। भारत निर्वाचन आयोग।
18. भारत की जनगणना। (2011). राजस्थान: जनसांख्यिकीय एवं सामाजिक संरचना संबंधी आँकड़े। भारत सरकार, गृह मंत्रालय।