



# JOURNAL OF MASS MEDIA AND MANAGEMENT

Journal Website: [www.jmmm.in](http://www.jmmm.in)

SR: JMMM07/01/2025

ISSUE: 01

VOLUME: 01

## Research Article

### भारतीय राजनीति में जनसंपर्क की भूमिका का तुलनात्मक अध्ययन (हिन्दी भाषी राज्यों के विशेष सन्दर्भ में)

<sup>1</sup> सुंदर सिंह (शोधार्थी)-<sup>2</sup> डा. मनोज कुमार श्रीवास्तव

<sup>1</sup> तिलक पत्रकारिता एवं जनसंचार स्कूलचौधरी चरण सिंह विश्वविद्यालय, मेरठ, <sup>2</sup> सह आचार्य चौधरी चरण सिंह विश्वविद्यालय, मेरठ

**शोध सार:-** भारत जैसे विविधतापूर्ण और लोकतांत्रिक देश में जनसंपर्क राजनीति का एक अत्यंत प्रभावशाली उपकरण बन चुका है। यह न केवल राजनीतिक दलों को जनता से जोड़ने का माध्यम प्रदान करता है, बल्कि उनके विचारों, नीतियों एवं कार्यक्रमों के प्रभावी संप्रेषण में भी अहम भूमिका निभाता है। यह शोधपत्र भारतीय राजनीति में जनसंपर्क की भूमिका का तुलनात्मक अध्ययन प्रस्तुत करता है, जिसमें विभिन्न राजनीतिक दलों जैसे भारतीय जनता पार्टी एवं क्षेत्रीय दलों जैसे समाजवादी पार्टी, तृणमूल कांग्रेस आदि द्वारा अपनाई गई जनसंपर्क रणनीतियों की समीक्षा की गई है।

इस अध्ययन में पारंपरिक जनसंपर्क विधियों (जैसे जनसभाएं, रैलियाँ, पोस्टर आदि) और आधुनिक तकनीकी माध्यमों (जैसे सोशल मीडिया, डिजिटल कैंपेन, मोबाइल एप्लिकेशन आदि) के प्रयोग की तुलना की गई है। शोध का उद्देश्य यह समझना है कि किस प्रकार से जनसंपर्क रणनीतियाँ राजनीतिक दलों की छवि निर्माण, जनमत प्रभावित करने और चुनावी सफलता में सहायक सिद्ध होती हैं। इसके अतिरिक्त, यह शोध यह भी विश्लेषण करता है कि किस प्रकार एक ही विषय पर विभिन्न दलों द्वारा भिन्न-भिन्न जनसंपर्क दृष्टिकोण अपनाए जाते हैं।

## प्रस्तावना

भारतीय लोकतंत्र विश्व के सबसे बड़े और जटिल राजनीतिक प्रणालियों में से एक है, जहाँ मतदाताओं की विविधता, सामाजिक संरचना और क्षेत्रीय असमानताएँ राजनीतिक संवाद को अनूठा स्वरूप प्रदान करती हैं। ऐसे परिप्रेक्ष्य में जनसंपर्क एक महत्वपूर्ण माध्यम बनकर उभरा है, जो राजनीतिक दलों और आम जनता के बीच सेतु का कार्य करता है। बदलते समय के साथ, राजनीतिक जनसंपर्क की रणनीतियाँ भी आधुनिक तकनीकों और संचार माध्यमों के साथ विकसित होती रही हैं।

पूर्व में जहाँ राजनीतिक दल पारंपरिक माध्यमों जैसे जनसभाओं, पोस्टर, बैनर और व्यक्तिगत संपर्क पर निर्भर रहते थे, वहीं आज सोशल मीडिया, डिजिटल विज्ञापन, मोबाइल ऐप और टेलीविजन अभियानों ने प्रचार का स्वरूप ही बदल दिया है। जनसंपर्क अब केवल सूचना के आदान-प्रदान तक सीमित नहीं रह गया, बल्कि यह दलों की छवि निर्माण, विचार-धारा के प्रचार-प्रसार, मतदाता समूहों को प्रभावित करने और चुनावी सफलताओं की दिशा निर्धारित करने वाला निर्णायक उपकरण बन गया है।

यह भारतीय राजनीति में जनसंपर्क की भूमिका का तुलनात्मक अध्ययन प्रस्तुत करता है, जिसमें राष्ट्रीय स्तर पर सक्रिय भारतीय जनता पार्टी और क्षेत्रीय स्तर पर प्रभावशाली समाजवादी पार्टी जैसी प्रमुख

पार्टियों की जनसंपर्क रणनीतियों का विश्लेषण किया गया है। इस अध्ययन का उद्देश्य यह समझना है कि किस प्रकार विभिन्न दल अलग-अलग जनसंपर्क उपकरणों का उपयोग कर राजनीतिक विमर्श को आकार देते हैं, और इन रणनीतियों का मतदाता व्यवहार एवं चुनाव परिणामों पर क्या प्रभाव पड़ता है।

## शोध पद्धति

इस शोध का उद्देश्य भारतीय राजनीति में जनसंपर्क की बदलती भूमिका और विभिन्न राजनीतिक दलों द्वारा अपनाई गई रणनीतियों का तुलनात्मक विश्लेषण करना है। शोध में दोनों पारंपरिक तथा आधुनिक जनसंपर्क माध्यमों के प्रयोग और प्रभाव का अध्ययन किया गया है। अध्ययन विशेष रूप से भारतीय जनता पार्टी (भाजपा) और समाजवादी पार्टी (सपा) की जनसंपर्क नीतियों पर केंद्रित है, जो राष्ट्रीय और क्षेत्रीय राजनीतिक परिदृश्य में प्रतिनिधित्व करती हैं। साथ ही भारतीय राजनीति में जनसंपर्क का तुलनात्मक अध्ययन में विवेचनात्मक पद्धति का उपयोग किया गया है। साथ ही शोध पत्र द्वितीयक शोध श्रोत आधारित है.. जिनमें विविध पुस्तकें, समाचार पत्र, पत्रिकाएं तथा इंटरनेट सम्मिलित है।

## शोध के उद्देश्य

1. राजनीतिक जनसंपर्क की भूमिका का विश्लेषण करना।
2. पारंपरिक एवं आधुनिक जनसंपर्क माध्यमों की प्रभावशीलता की तुलना करना।

3. राजनीतिक दलों की जनसंपर्क रणनीतियों का तुलनात्मक अध्ययन करना।
4. जनसंपर्क रणनीतियों का मतदाता व्यवहार एवं चुनाव परिणामों पर प्रभाव पहचानना।
5. भविष्य की राजनीतिक जनसंपर्क योजनाओं हेतु सुझाव देना।

## साहित्य समीक्षा

राजनीति और जनसंपर्क के बीच संबंध का अध्ययन वैश्विक स्तर पर कई विद्वानों द्वारा किया गया है। जनसंपर्क को राजनीतिक संचार का एक महत्वपूर्ण हिस्सा माना जाता है, जो दलों को जनता तक अपनी बात पहुँचाने और समर्थन जुटाने का प्रभावी माध्यम प्रदान करता है। भारतीय संदर्भ में, जनसंपर्क की भूमिका विशेष महत्व रखती है, क्योंकि यहाँ की सामाजिक, सांस्कृतिक और भाषाई विविधता के कारण संचार के तरीके निरंतर विकसित होते रहे हैं।

प्रारंभिक अध्ययन बताते हैं कि पारंपरिक जनसंपर्क विधियाँ जैसे रैलियाँ, जनसभाएँ, पोस्टर एवं पत्रिका प्रचार लंबे समय तक भारतीय राजनीतिक प्रचार का मुख्य आधार रही हैं। कुमार (2010) के अनुसार, ये माध्यम राजनीतिक दलों को सीधे जनता से संवाद करने का अवसर देते थे, जिन्होंने मतदाताओं के साथ विश्वास का निर्माण होता था। वहीं, मिश्रा (2015) ने अपने अध्ययन में दर्शाया है कि उत्तर प्रदेश जैसे राज्यों में क्षेत्रीय भाषाओं और सांस्कृतिक प्रतीकों का उपयोग पारंपरिक जनसंपर्क का एक प्रमुख तत्व है, जो स्थानीय मतदाताओं को अधिक प्रभावित करता है।

हाल के वर्षों में डिजिटल युग की शुरुआत के साथ जनसंपर्क के स्वरूप में बड़े बदलाव आए हैं। सोशल मीडिया, डिजिटल कैंपेन और मोबाइल एप्लिकेशन ने राजनीतिक संवाद को नई दिशा दी है। सिंह एवं शुक्ला (2019) के शोध से स्पष्ट होता है कि भारतीय जनता पार्टी ने 2014 और 2019 के लोकसभा चुनावों में सोशल मीडिया का व्यापक उपयोग कर मतदाता संपर्क को प्रभावी बनाया। इसके विपरीत, क्षेत्रीय दलों जैसे समाजवादी पार्टी ने पारंपरिक जनसंपर्क पर अधिक निर्भर रहना पसंद किया, हालांकि उन्होंने भी डिजिटल माध्यमों को अपनाने में देरी नहीं की।

तुलनात्मक अध्ययनों में यह देखा गया है कि राष्ट्रीय और क्षेत्रीय दलों की जनसंपर्क रणनीतियाँ उनके संगठनात्मक ढाँचे, संसाधनों और लक्षित मतदाता समूहों के आधार पर भिन्न होती हैं। शर्मा (2021) ने एक अध्ययन में पाया कि भारतीय जनता पार्टी ने केंद्रीकृत और सुव्यवस्थित डिजिटल जनसंपर्क नेटवर्क तैयार किया है, जबकि समाजवादी पार्टी ने अधिक स्थानीय और क्षेत्रीय स्तर पर जनसंपर्क पर जोर दिया है।

इसके अतिरिक्त, कुछ विद्वानों ने जनसंपर्क के प्रभाव को मतदाता व्यवहार और चुनाव परिणामों के संदर्भ में भी विश्लेषित किया है। जोषी (2018) के अनुसार, प्रभावशाली जनसंपर्क अभियानों से मतदाताओं में पार्टी के प्रति विश्वास और जुड़ाव बढ़ता है, जिससे चुनावी सफलता की संभावनाएँ भी बढ़ती हैं।

## 1. जनसंपर्क का राजनीतिक महत्व

राजनीति में जनसंपर्क का महत्व निरंतर बढ़ता जा रहा है क्योंकि यह राजनीतिक दलों और नेताओं को जनता से सीधे जुड़ने का एक प्रभावी

माध्यम प्रदान करता है। जनसंपर्क के जरिये राजनीतिक संगठन अपनी नीतियों, दृष्टिकोणों और उपलब्धियों को मतदाताओं तक प्रभावी ढंग से पहुँचा पाते हैं, जिससे जनता में विश्वास और समर्थन की भावना विकसित होती है। खासतौर पर लोकतांत्रिक देशों जैसे भारत में, जहाँ मतदाता विविध सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक पृष्ठभूमि से आते हैं, जनसंपर्क दलों को अपने संदेश को स्थानीय परिवेश के अनुसार अनुकूलित करने में मदद करता है। इसके अलावा, जनसंपर्क प्रचार अभियान को संगठित करने, मीडिया के साथ संबंध बनाने और जनमत निर्माण में निर्णायक भूमिका निभाता है। डिजिटल युग में सोशल मीडिया और अन्य आधुनिक तकनीकों के सम्मिलन से जनसंपर्क की भूमिका और भी महत्वपूर्ण हो गई है, क्योंकि इससे राजनीतिक दलों को व्यापक स्तर पर तेजी से संवाद स्थापित करने का अवसर मिलता है। इस प्रकार, राजनीतिक जनसंपर्क न केवल चुनावी सफलता के लिए आवश्यक है, बल्कि यह लोकतंत्र की प्रक्रियाओं को भी सशक्त बनाता है।

## 2. भारतीय राजनीति की विविधता और जनसंपर्क

भारत एक अत्यंत विविधतापूर्ण राष्ट्र है जहाँ विभिन्न भाषाएँ, धर्म, सांस्कृतिक-परंपराएँ और सामाजिक संरचनाएँ मौजूद हैं। इस व्यापक विविधता ने भारतीय राजनीति को भी एक जटिल स्वरूप प्रदान किया है, जहाँ हर क्षेत्र और समुदाय की अपनी विशिष्ट प्राथमिकताएँ और अपेक्षाएँ होती हैं। ऐसे में राजनीतिक दलों के लिए जनसंपर्क की रणनीतियाँ प्रभावी तभी बन पाती हैं जब वे इस सामाजिक-भौगोलिक विविधता को समझकर अपने संदेश को स्थानीय संदर्भों के अनुरूप अनुकूलित करें। उदाहरण के तौर पर, एक क्षेत्र में जातिगत या सांस्कृतिक प्रतीकों का उपयोग जनसंपर्क का महत्वपूर्ण हिस्सा हो सकता है, जबकि दूसरे क्षेत्र में आर्थिक विकास या शिक्षा जैसे मुद्दे अधिक प्रभावशाली हो सकते हैं। इस प्रकार, भारतीय राजनीति में जनसंपर्क का कार्य केवल सूचना पहुँचाना नहीं, बल्कि विभिन्न जनसमूहों की भावनाओं और अपेक्षाओं को पहचान कर उनके अनुरूप संवाद स्थापित करना भी है। यही कारण है कि सफल राजनीति—क जनसंपर्क के लिए बहुआयामी और सांस्कृतिक रूप से संवेदनशील रणनीतियाँ आवश्यक हैं।

## 3. पारंपरिक जनसंपर्क के स्वरूप

भारतीय राजनीति में पारंपरिक जनसंपर्क की विधियाँ सदियों से स्थापित और प्रभावी रही हैं, जो सीधे जनता से जुड़ने का महत्वपूर्ण माध्यम हैं। इनमें जनसभाएँ, रैलियाँ, पोस्टर, बैनर, उद्घोषणा, पट्टिका, और लोकगीत या नाटकों के माध्यम से संदेश पहुँचाना प्रमुख हैं। ये माध्यम विशेष रूप से ग्रामीण और पिछड़े क्षेत्रों में अधिक प्रभावी होते हैं, जहाँ तकनीकी सुविधाओं की पहुँच सीमित होती है। पारंपरिक जनसंपर्क में व्यक्तिगत संपर्क और समुदाय आधारित संवाद को प्राथमिकता दी जाती है, जिससे मतदाताओं के बीच विश्वास और जुड़ाव मजबूत होता है। इसके अलावा, जातीय, सांस्कृतिक और धार्मिक प्रतीकों का भी इस्तेमाल कर जनता की भावनाओं को जागृत किया जाता है। इस प्रकार, पारंपरिक जनसंपर्क न केवल राजनीतिक संदेशों के प्रचार-प्रसार का साधन है, बल्कि यह सामाजिक और सांस्कृतिक संदर्भों के साथ गहरा जुड़ाव बनाकर मतदाताओं के मनोबल को भी प्रभावित करता है।

## 4. डिजिटल युग में राजनीतिक जनसंपर्क

डिजिटल युग ने भारतीय राजनीति में जनसंपर्क के स्वरूप को पूरी तरह

से बदल दिया है। अब राजनीतिक संवाद केवल रैलियों और पोस्टरों तक सीमित नहीं रह गया, बल्कि सोशल मीडिया, वेबसाइट, मोबाइल एप्लिकेशन और ईमेल जैसे डिजिटल माध्यमों के जरिए सीधे मतदाताओं से जुड़ना संभव हो गया है। फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम और यूट्यूब जैसे प्लेटफॉर्म नेताओं और दलों को न केवल अपने विचारों को तेजी से फैलाने की सुविधा देते हैं, बल्कि आम जनता की प्रतिक्रियाओं को भी तुरंत जानने का अवसर प्रदान करते हैं। डिजिटल जनसंपर्क के माध्यम से अभियान अधिक लक्षित, डेटा-आधारित और सटीक होते जा रहे हैं, जिससे राजनीतिक दल खास समूहों, जैसे युवा, महिलाएं या शहरी मतदाता, तक प्रभावी रूप से पहुँच बना रहे हैं। इसके अलावा लाइव भाषण, डिजिटल रैलियाँ और ऑनलाइन पोल जैसी गतिविधियाँ मतदाताओं की भागीदारी को बढ़ा रही हैं। कुल मिलाकर, डिजिटल युग ने राजनीतिक जनसंपर्क को न केवल आधुनिक बनाया है, बल्कि उसे तेज, संवादात्मक और अधिक प्रभावशाली भी बना दिया है।

## 5. भारतीय जनता पार्टी की जनसंपर्क रणनीति

भारतीय जनता पार्टी (भाजपा) ने जनसंपर्क के क्षेत्र में खुद को एक संगठित, आधुनिक और तकनीकी रूप से दक्ष राजनीतिक दल के रूप में स्थापित किया है। पार्टी ने पारंपरिक जनसंपर्क माध्यमों जैसे रैलियों, जनसभाओं और प्रचार यात्राओं के साथ-साथ डिजिटल मंचों का कुशलतापूर्वक प्रयोग कर व्यापक जनाधार तैयार किया है। भाजपा की रणनीति में सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे ट्विटर, फेसबुक, यूट्यूब और इंस्टाग्राम का प्रभावशाली उपयोग शामिल है, जिससे पार्टी अपने संदेश को त्वरित, लक्षित और संवादात्मक ढंग से मतदाताओं तक पहुँचाती है। इसके अलावा, श्रम की बात, नमो ऐप, व्हाट्सऐप ग्रुप्स और लाइव प्रसारण जैसे नवाचारों ने भाजपा को जनता से सीधे संवाद स्थापित करने में मदद की है। पार्टी की जनसंपर्क रणनीति डेटा आधारित अभियान, माइक्रो-टारगेटिंग और स्थानीय मुद्दों को राष्ट्रीय विमर्ष से जोड़ने की क्षमता पर केंद्रित रही है। इन सभी प्रयासों ने भाजपा को चुनावों में जनभावनाओं को भांपने और प्रभावी प्रचार की दृष्टि से एक अग्रणी दल बना दिया है।

## 6. समाजवादी पार्टी की जनसंपर्क शैली

समाजवादी पार्टी (सपा) की जनसंपर्क शैली पारंपरिक तरीकों और जमीनी जुड़ाव पर केंद्रित रही है। यह पार्टी मुख्य रूप से उत्तर प्रदेश जैसे राज्यों में सामाजिक न्याय, पिछड़े वर्गों और ग्रामीण मतदाताओं को केंद्र में रखकर अपनी संचार रणनीति विकसित करती है। सपा की जनसंपर्क शैली में जनसभाएँ, पदयात्राएँ, नुक्कड़ सभाएँ और स्थानीय मुद्दों पर आधारित संवाद प्रमुख भूमिका निभाते हैं। पार्टी नेतृत्व, विशेषकर अखिलेश यादव, ने हाल के वर्षों में सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का भी प्रयोग बढ़ाया है, लेकिन उनका संवाद अब भी सीधे संपर्क और क्षेत्रीय मुद्दों पर आधारित भाषणों के इर्द-गिर्द घूमता है। समाजवादी पार्टी की रणनीति आमतौर पर भावनात्मक अपील, जातीय समीकरण और स्थानीय पहचान को केंद्र में रखती है, जिससे वह ग्रामीण और पिछड़े वर्ग के मतदाताओं के बीच प्रभावी उपस्थिति बनाए रखती है। यद्यपि डिजिटल जनसंपर्क में पार्टी ने कुछ प्रगति की है, फिर भी इसकी ताकत अब भी अपने परंपरागत जनाधार से प्रत्यक्ष संवाद और सामाजिक संपर्क में निहित है।

## 7. मतदाता व्यवहार पर जनसंपर्क का प्रभाव

जनसंपर्क राजनीतिक प्रक्रिया का एक ऐसा पहलू है जो सीधे तौर

पर मतदाता व्यवहार को प्रभावित करता है। जब राजनीतिक दल प्रभावी जनसंपर्क रणनीतियाँ अपनाते हैं, तो वे न केवल अपनी नीतियों और विचारधारा को स्पष्ट रूप से प्रस्तुत करते हैं, बल्कि मतदाताओं के मन में विश्वास, समझ और जुड़ाव की भावना भी पैदा करते हैं। विज्ञापन, प्रचार रैलियाँ, सोशल मीडिया अभियानों और जनसंवाद जैसे माध्यमों से मतदाता राजनीतिक विकल्पों की तुलना करते हैं और अपनी पसंद तय करते हैं। विशेष रूप से युवा और पहली बार मतदान करने वाले मतदाताओं पर डिजिटल माध्यमों के माध्यम से किया गया प्रभाव बहुत तेज और स्पष्ट होता है।

## 8. चुनावी सफलता और जनसंपर्क

चुनावी सफलता किसी भी राजनीतिक दल के लिए जनसंपर्क की दक्षता पर काफी हद तक निर्भर करती है। जनसंपर्क के माध्यम से राजनीतिक दल न केवल अपनी नीतियों और घोषणाओं को जनता तक पहुँचाते हैं, बल्कि वे मतदाताओं के साथ एक भावनात्मक और वैचारिक संबंध भी स्थापित करते हैं। एक सुव्यवस्थित जनसंपर्क अभियान, जिसमें पारंपरिक और डिजिटल दोनों माध्यमों का संतुलित प्रयोग हो, चुनावों में पार्टी की पहुँच, प्रभाव और समर्थन आधार को बढ़ाता है। उदाहरण के तौर पर, जब किसी दल का नेता जनता के साथ संवाद स्थापित करता है—चाहे वह मंच से हो, सोशल मीडिया पर या घर-घर जाकर—वह विश्वास का वातावरण तैयार करता है जो वोट में परिवर्तित हो सकता है। इसके विपरीत, कमजोर या भ्रामक जनसंपर्क मतदाताओं में असमंजस या उदासीनता पैदा कर सकता है। आधुनिक चुनावों में डेटा-आधारित जनसंपर्क, लक्षित प्रचार और वास्तविक समय पर प्रतिक्रिया देने की क्षमता, चुनावी सफलता की कुंजी बन चुकी है। इस प्रकार, प्रभावी जनसंपर्क केवल प्रचार भर नहीं, बल्कि एक रणनीतिक निवेश होता है जो प्रत्यक्ष रूप से चुनावी परिणामों को प्रभावित करता है।

## जनसंपर्क के नवाचार

राजनीतिक जनसंपर्क का क्षेत्र निरंतर परिवर्तनशील है, और आने वाले समय में इसमें तकनीकी नवाचारों की भूमिका और अधिक महत्वपूर्ण होती जाएगी। भविष्य में जनसंपर्क केवल सूचना देने तक सीमित नहीं रहेगा, बल्कि वह मतदाताओं के अनुभव और भागीदारी को केंद्र में रखेगा। आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस (AI), बिग डेटा एनालिटिक्स, और मशीन लर्निंग जैसी तकनीकों का उपयोग करके राजनीतिक दल मतदाताओं के व्यवहार का विश्लेषण कर पाएंगे और उनके अनुसार अत्यंत लक्षित एवं व्यक्तिगत संवाद स्थापित कर सकेंगे। इसके साथ ही, वर्चुअल रियलिटी, ऑगमेंटेड रियलिटी, और इंटरैक्टिव मोबाइल एप्लिकेशन चुनाव प्रचार को और भी इमर्सिव और सहभागिता-प्रधान बना सकते हैं।

## निष्कर्ष

भारतीय राजनीति में जनसंपर्क केवल संप्रेषण का माध्यम नहीं, बल्कि एक सशक्त रणनीतिक उपकरण बन चुका है जो राजनीतिक दलों की सफलता में निर्णायक भूमिका निभाता है। भारत जैसी सामाजिक, सांस्कृतिक और भाषाई विविधताओं से भरे लोकतांत्रिक देश में जनसंपर्क की रणनीतियों को स्थानीय संदर्भों के अनुरूप ढालना अत्यंत आवश्यक हो जाता है। इस अध्ययन से स्पष्ट होता है कि पारंपरिक जनसंपर्क जैसे जनसभाएँ, पदयात्राएँ, पोस्टर, और सांस्कृतिक कार्यक्रम आज भी ग्रामीण और पिछड़े क्षेत्रों में प्रभावी हैं, जबकि डिजिटल माध्यम जैसे सोशल

मीडिया, मोबाइल ऐप्स और ऑनलाइन अभियानों ने शहरी और युवा मतदाताओं के साथ संवाद स्थापित करने के तरीकों में क्रांति ला दी है।

भारतीय जनता पार्टी जैसे दलों ने तकनीक-सक्षम जनसंपर्क रणनीतियों को अपनाकर एक व्यापक और संगठित प्रभाव बनाया है, जबकि समाजवादी पार्टी ने अपने परंपरागत जनाधार को ध्यान में रखते हुए जमीनी संवाद और क्षेत्रीय जुड़ाव को प्राथमिकता दी है। दोनों दृष्टिकोणों की तुलना से यह निष्कर्ष निकलता है कि कोई भी जनसंपर्क रणनीति तभी सफल हो सकती है जब वह मतदाताओं की सामाजिक-आर्थिक पृष्ठभूमि, संचार माध्यमों की उपलब्धता और उनकी भावनात्मक जुड़ाव की प्रवृत्ति को समझकर बनाई जाए।

आने वाले समय में जनसंपर्क की दिशा तकनीकी नवाचारों, जैसे AI, डेटा एनालिटिक्स और वर्चुअल रियलिटी की ओर अग्रसर है, जिससे राजनीतिक दल मतदाताओं से अधिक व्यक्तिगत और प्रभावशाली संवाद स्थापित कर सकेंगे। इसलिए, यह आवश्यक है कि राजनीतिक दल केवल प्रचार तक सीमित न रहें, बल्कि जनसंपर्क को लोकतांत्रिक भागीदारी और जनविश्वास के निर्माण का एक माध्यम बनाएं।

### संदर्भ ग्रंथ सूची

शर्मा, यशवंत (2016). भारतीय राजनीति और जनसंचार. दिल्ली: विश्वविद्यालय प्रकाशन।

वर्मा, रामप्रसाद (2018). लोकतंत्र, मतदाता और मीडिया. लखनऊ: ज्ञानदीप प्रकाशन।

Neelamalar, M. (2010). Media Law and Ethics. PHI Learning Pvt. Ltd., New Delhi.

Chaturvedi, A.K. (2009). Dictionary of Political Science. New Delhi: Academic Publishers.

McNair, Brian (2011). An Introduction to Political Communication. Routledge.

Jain, R.K. (2017)- भारतीय लोकतंत्र और चुनावी प्रक्रिया. नई दिल्ली: राजकमल प्रकाशन।

Niranjan, P. (2020). Role of Social Media in Indian Elections. International Journal of Research in Humanities & Social Sciences.

Tripathi, S. & Yadav, M. (2022). Digital Campaigning in Indian Politics: A Comparative Study of BJP and SP. Journal of Political Studies, Vol. 14(2).