



कार्टून और राजनीतिक संचार: विश्लेषणात्मक अध्ययन (बिहार विधानसभा चुनाव 2025 के संदर्भ में)

मुकेश कुमार, पी-एचडी, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग
मौलाना मजहरुल हक अरबी एवं फ़ारसी विश्वविद्यालय, पटना, बिहार, भारत

ORIGINAL ARTICLE



Author

मुकेश कुमार, पी-एचडी

E-mail : mukesh29kumar@gmail.com

shodhsamagam1@gmail.com

Received on : 27/11/2025
Revised on : 28/01/2026
Accepted on : 06/02/2026
Overall Similarity : 00% on 29/01/2026



Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

0%

Overall Similarity

Date: Jan 29, 2026 (04:55 PM)
Matches: 0 / 1569 words
Sources: 0

Remarks: No similarity found,
your document looks healthy.

Verify Report:
Scan this QR Code



शोध सार

कार्टून एक चाक्षुष माध्यम है जो पाठकों को न केवल आकर्षित करता है, बल्कि राजनीतिक विषयों पर संचार स्थापित करके जागरूक भी करता है। समाचारपत्रों में राजनीतिक कार्टूनों के चित्रणों की राजनीतिक संचार में महत्वपूर्ण भूमिका रही है। कार्टूनों के माध्यम से राजनीतिक संचार की जाती है, यह राजनीतिक जागरूकता, आलोचनात्मक सोच और सत्ता के खिलाफ चुनौती को बढ़ावा देते हैं। गैमसन और स्टुअर्ट (1992) ने अपने अध्ययन में पाया कि राजनीतिक कार्टून सार्वजनिक संवाद को आकार देते हैं। कार्टून जटिल राजनीतिक मुद्दों के सरलीकृत लेकिन प्रभावशाली चित्रण प्रस्तुत करते हैं, जिससे वे व्यापक पाठकों के लिए सुलभ हो जाते हैं। भारतीय लोकतंत्र में राजनीतिक संचार को व्यक्त करने के महत्वपूर्ण साधन के रूप में समझा जा सकता है। इसी परिदृश्य में पटना से प्रकाशित चार प्रमुख समाचारपत्रों हिन्दुस्तान, दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर और प्रभात खबर में बिहार विधानसभा चुनाव 2025 के दौरान प्रकाशित कार्टूनों का अध्ययन किया गया है। इस शोधपत्र का सैद्धांतिक आधार फ्रेमिंग सिद्धांत और एजेंडा सेटिंग सिद्धांत है। समाचारपत्रों में प्रकाशित कार्टूनों का संदर्भ, पात्र और उनकी पहचान, आकार-प्रतीक-दृश्य भाषा, पाठ-संवाद-विडंबना, हास्य-व्यंग-अतिशयोक्ति, दृश्य संरचना और शारीरिक भाषा जैसे आधार पर विश्लेषण किया गया है।

मुख्य शब्द

राजनीतिक कार्टून, राजनीतिक संचार, बिहार विधानसभा चुनाव, हिन्दी समाचारपत्र, दृश्य संचार.

प्रस्तावना

राजनीतिक संचार: संचार लोकतांत्रिक संस्कृति को प्रोत्साहित करने का केंद्रीय साधन है; यह जनता को आवश्यक सूचना प्रदान करता है (Denton and Woodward, 1990)। समाज की शासकीय संस्थाओं और जनता के बीच संचार किसी भी राजनीतिक व्यवस्था का केंद्रीय तत्व होता है, किंतु लोकतंत्र में राजनीतिक संचार को उस समाज के निर्माण के लिए अत्यंत आवश्यक माना जाता है जिसमें राज्य और जनता स्वयं को एक-दूसरे से जुड़ा हुआ महसूस करें। सामान्यतया: राजनीतिक संचार राजनीतिक क्षेत्र से निकलता है और उसका कोई राजनीतिक उद्देश्य होता है। इसमें शासकीय वर्ग अपने कार्यों को समाज तक पहुँचाता है जो अपने संदेश के द्वारा जनता को प्रभावित करने का प्रयास करते हैं जो प्रेस या मीडिया संस्थान के द्वारा किया जाता है जिसमें प्रेस राजनीति के बारे में संचार करता है तथा जनता तथा राजनीतिक क्षेत्र दोनों को प्रभावित करता है।

प्रेस या मीडिया राज्य के सभी राजनीतिक समूहों के विचारों का संप्रेषक भी है और उनके कार्यों हेतु उत्तरदायित्व निर्धारित करने वाला प्रहरी भी है। एंटमैन ने मीडिया को अत्यधिक शक्तिशाली और ऐसा एजेंडा बढ़ाने वाला माना है जो बहुलतावादी लोकतंत्र के हितों के विपरीत है (Entman, 1996)। जबकि नोरिस ने मीडिया को लोकतंत्र और बहुलतावाद का रक्षक माना है Norris (2000), रीवेस और व्रिंग का मानना है कि मीडिया राजनीतिक नियंत्रण में आ सकता है और पक्षपातपूर्ण दृष्टिकोण प्रस्तुत कर बहुलतावाद को कमजोर कर सकता है (Reeves, 1997; Wring, 2001)। प्रेस समाचार चयन, फ्रेमिंग और एजेंडा-सेटिंग के माध्यम से वही दिखाता है जिसे वह महत्वपूर्ण मानता है, (Schlesinger, 1983; Blumler and Gurevitch, 1995; Said, 2000)। इन सभी दृष्टिकोणों में मीडिया की शक्ति पर सहमति है, जो राजनीतिक संचार हेतु प्रभावशाली उपकरण है। प्रेस राजनीतिक संचार में केंद्रीय भूमिका निभाता है।

राजनीतिक संचार में कार्टून: कार्टून सत्ता संरचनाओं की आलोचना करने, राजनीतिक मुद्दों को उजागर करने और जनधारणा को प्रभावित करने में एक प्रभावशाली संचार उपकरण के रूप में काम करते हैं। कार्टून केवल मनोरंजन का माध्यम नहीं हैं, बल्कि असहमति की शक्तिशाली अभिव्यक्ति भी हैं जो जनमत को आकार देने और प्रमुख विचारधाराओं को चुनौती देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। राजनीतिक कार्टून केवल व्यंग्य नहीं, बल्कि राजनीतिक नेताओं, नीतियों और सामाजिक मुद्दों पर आलोचना और टिपण्णी का शक्तिशाली साधन हैं। राजनीतिक कार्टून सामाजिक परिवर्तन को प्रेरित करने और दबाव वाले सामाजिक मुद्दों को संबोधित करने में एक प्रभावी और शक्तिशाली संचार उपकरण के रूप में उभरे हैं।

बिहार विधानसभा चुनाव

राज्य की 243 सदस्यीय विधान सभा हेतु चुनाव 6 और 11 नवंबर 2025 को दो चरणों में हुआ। 14 नवंबर 2025 के परिणाम में नीतीश कुमार के नेतृत्व में राष्ट्रीय जनतांत्रिक गठबंधन ने बहुमत प्राप्त की। इसमें लगभग 7.45 करोड़ पंजीकृत मतदाता शामिल थे। हेबरमास की पब्लिक स्फीयर की अवधारणा के संदर्भ में यह चुनाव महत्वपूर्ण रहा, क्योंकि चुनावी विमर्श पारंपरिक सार्वजनिक स्थलों तक सीमित न रहकर संचार प्रणालियों के माध्यम के विभिन्न माध्यमों द्वारा निर्मित हुआ। इस प्रक्रिया में मीडिया केवल सूचना का माध्यम न रहकर राजनीतिक मत निर्माण का सक्रिय मंच बनकर उभरा।

साहित्य समीक्षा

अनन्या सिंह और अंकित कुमार ने अपने शोधपत्र 'Indian political illustrations as communicative weapon in Newspaper' में बताया कि चित्रण केवल व्यंग्य नहीं बल्कि राजनीतिक नेताओं, नीतियों और सामाजिक मुद्दों पर आलोचना का शक्तिशाली साधन बन गए हैं। "राजनीतिक विचारधाराओं का निरूपणरू पाकिस्तानी अंग्रेजी समाचार पत्र 'डॉन' में प्रकाशित राजनीतिक कार्टूनों का मल्टीमोडल विश्लेषण" शोध पत्र में खुर्रम शाहजाद, शमास उल दिन और फारुक अहमद ने अपने अध्ययन में बताया है कि कार्टूनों में चित्र, पाठ और प्रतीको के प्रयोग से सामाजिक

और राजनीतिक टिप्पणी की जाती है जो जनधारणा को प्रभावित करने, राजनीतिक विमर्श के निर्माण में योगदान करते हैं। 'Cartoon war: A political dilemma! A semiotic analysis of political cartoons' शोधपत्र में नज़रा जाहद शेख, रुकसाना तारिक और डॉ. नजीब-उस-सकलैन बताया कि कार्टून संकेतों, प्रतीकों और छवियों का उपयोग करके जटिल राजनीतिक संदेशों और विचारधाराओं को व्यक्त करते हैं।

विपुल तिवारी ने अपने शोधपत्र "समाचार पत्रों के राजनीतिक कार्टूनिस्टों की धारणाएं" में पाया कि कार्टूनिस्ट अपनी भूमिका को जनमत को आकार देने, राजनीतिक विमर्श को प्रभावित करने और सामाजिक मुद्दों से जुड़ने के संदर्भ में काम करते हैं। इरो सानी, मर्दजिया हयाती अब्दुल्ला, फैज़ साठी अब्दुल्ला और अफीदा मोहम्मद अली ने अपने शोधपत्र 'Political Cartoons as a Vehicle of Setting Social Agenda: The Newspaper Example' में पाया कि कार्टून सार्वजनिक क्षेत्रों में सामाजिक मुद्दों को उजागर करने, जागरूकता बढ़ाने और जनमत को प्रभावित करने के लिए कार्य करते हैं। "Caricature in Print Media: A Historical Study of Political Cartoons in Colonial India (1872-1947)" शोध पत्र डॉ. डाहलिया ने बताया है कि राजनीतिक कार्टून एक शक्तिशाली उपकरण के रूप में उभरे जो भारतीय समाज और राजनीति को आकार देने का काम करते हैं।

प्रसून चक्रवर्ती और अनिरबन चौधरी ने अपने शोधपत्र 'Study of Acceptance of Indian Political Cartoons in Facebook Landscape' में राजनीतिक कार्टूनों के विश्लेषण के आधार पर बताया कि कार्टून सत्ता संरचनाओं की आलोचना करने, राजनीतिक मुद्दों को उजागर करने और जनधारणा को प्रभावित करने में एक प्रभावशाली संचार उपकरण के रूप में काम करते हैं। वॉकर ने संपादकीय कार्टूनों के संचार माध्यम के रूप में विकास का अध्ययन किया। उन्होंने बताया कि कार्टून, व्यंग्य, आलोचना और सार्वजनिक जुड़ाव के उपकरण के रूप में राजनीतिक संवाद को प्रभावित करते हैं। खंडूरी (2009) का मानना है कि कार्टून केवल मनोरंजन का माध्यम नहीं हैं, बल्कि असहमति की शक्तिशाली अभिव्यक्ति भी हैं। क्लीमन (2006) ने तर्क दिया कि कार्टून एक "दृश्य वक्तृत्व" के रूप में कार्य करते हैं, जो जटिल विचारों को सरल और प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करते हैं, जिससे वे जनमत को प्रभावित करने हेतु शक्तिशाली उपकरण के तौर पर काम करते हैं।

रफाइल (2003) ने मध्य पूर्वी समाजों में राजनीतिक कार्टूनों की स्वीकृति शोध करके यह पता लगाया कि राजनीतिक कार्टून सामान्यतया गुप्त प्रतिरोध के रूप में कार्य करते हैं। गैमसन और स्टुअर्ट (1992) ने अध्ययन में पाया कि राजनीतिक कार्टून, सार्वजनिक संवाद को आकार देते हैं और कार्टून जटिल राजनीतिक मुद्दों के सरलीकृत लेकिन प्रभावशाली चित्रण प्रस्तुत करते हैं। मेडहर्स्ट और डेलौसा ने निष्कर्ष निकाला कि कार्टून राजनीतिक राय को आकार देने का एक प्रभावी साधन हैं। एडवर्ड्स और मैकडोनाल्ड के अध्ययन में पाया कि कार्टून "दृश्य शॉर्टहैंड" के रूप में कार्य करते हैं, जो जटिल मुद्दों को संक्षिप्त करके प्रभावशाली राजनीतिक नैरेटिव का निर्माण करते हैं। कॉर्नर्स (2010) ने संपादकीय कार्टूनों में राजनीतिक नेताओं के चित्रण के अध्ययन में पाया कि राजनीतिक कार्टून आलोचना के साधन के रूप में कार्य करते हैं। व्होल (1996) ने कार्टूनों में हास्य को एक वक्तृत्व उपकरण के रूप में विश्लेषित किया। उन्होंने अध्ययन में पाया कि कार्टून प्रतिरोध और सार्वजनिक संवाद का साधन बन गए हैं।

हान (2006) के अध्ययन से पता चला कि पश्चिमी देशों के कार्टूनों में व्यंग्य आमतौर पर राजनीतिक नेताओं को लक्षित करता है। एको और बर्कोविट्ज़ (2007) ने पाया कि संपादकीय कार्टून पारंपरिक पत्रकारिता का एक वैकल्पिक रूप हैं, जो राजनीतिक व्यक्तित्वों और घटनाओं की तीखी आलोचना प्रस्तुत करते हैं। डरहम (1997) ने अपने अध्ययन से निष्कर्ष प्रतिपादित किया है कि कई कार्टूनों में महिला पात्रों को निष्क्रिय या द्वितीयक भूमिकाओं में प्रस्तुत किया जाता है, जो मीडिया में लैंगिक प्रतिनिधित्व पर महत्वपूर्ण बहस को जन्म देता है। पॉसैकर (2003) ने बताया कि कार्टून वैश्विक मुद्दों पर सार्वजनिक जागरूकता को प्रेरित करने का शक्तिशाली माध्यम हो सकता है। लैम्ब (2004) ने निष्कर्ष निकाला युवाओं के बीच कार्टून जनमत को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। हकम (2009) ने निष्कर्ष निकाला कि ट्विटर और फेसबुक जैसे प्लेटफार्मों ने संपादकीय कार्टूनों की दृश्यता और प्रभाव को बढ़ाया है, जिससे वे सार्वजनिक संवाद के एक प्रभावशाली उपकरण बन गए हैं।

आदेतोला, सम्सोन आदेसेगुन (2020) का शोध नाइजीरिया में राजनीतिक कार्टूनों की भूमिका पर केंद्रित है, जिसमें यह बताया गया है कि ये कार्टून राष्ट्रीय मुद्दों, सरकारी नीतियों और सामाजिक चुनौतियों पर टिप्पणी करने के महत्वपूर्ण उपकरण हैं। कार्टूनों ने प्रतिरोध और सार्वजनिक जागरूकता को बढ़ावा दिया। इस शोध ने राजनीतिक संवाद में कार्टूनों की महत्वपूर्ण भूमिका को उजागर किया और इसे सामाजिक और राजनीतिक टिप्पणी का प्रभावी उपकरण बताया। किरण खेवरिया (2017) का शोध यह बताता है कि कार्टून समाजिक टिप्पणी, राजनीतिक आलोचना और सार्वजनिक जुड़ाव के महत्वपूर्ण उपकरण होते हैं। इनमें शासन, नेतृत्व और राष्ट्रीय पहचान पर गहरे संदेश होते हैं, जो असहमति और प्रतिरोध के लिए एक मंच प्रदान करते हैं। सेमिउ बेलो (2021) बताते हैं कि कार्टून हास्य, व्यंग्य और कैरिकेचर का संयोजन करके जटिल संदेशों को सरल और मनोरंजक तरीके से व्यक्त करते हैं, यह प्रिंट मीडिया में व्यापक दर्शकों को आकर्षित करने का एक शक्तिशाली माध्यम है।

सैद्धांतिक आधार

फ्रेमिंग सिद्धांत: फ्रेमिंग सिद्धांत यह बताता है कि प्रेस या मीडिया किसी समाचार या घटना को किस प्रकार प्रस्तुत करता है। इस सिद्धांत को एर्विंग गोफ़मैन और रॉबर्ट एंटमैन ने विकसित किया। इसके अनुसार फ्रेम का अर्थ है वह दृष्टिकोण या ढाँचा जिसके माध्यम से प्रेस किसी मुद्दे को प्रस्तुत करता है। हर समाचार या संदेश को पूरी तरह वस्तुनिष्ठ रूप में नहीं प्रस्तुत किया जा सकता, उसे हमेशा किसी "फ्रेम" के तहत दिखाया जाता है। फ्रेमिंग सिद्धांत बताता है कि प्रेस केवल सूचना नहीं देता, बल्कि सूचना को एक विशेष दृष्टिकोण से आकार भी देता है। इस सिद्धांत के माध्यम से बिहार विधानसभा चुनाव 2025 के दौरान राजनीतिक विमर्श को बेहतर तरीके से समझा जा सकता है।

एजेंडा सेटिंग सिद्धांत: एजेंडा सेटिंग सिद्धांत जिसे मैक्सवेल मैकॉम्ब्स और डोनाल्ड शॉ ने 1972 में प्रस्तुत किया। 'जनसंचार माध्यम जिस प्रकार जनता के मन में घटनाओं के महत्व को प्रभावित करने में सक्षम होते हैं, वही एजेंडा सेटिंग सिद्धांत का मुख्य बिंदु है।' यानी, प्रेस या मीडिया किसी मुद्दे को जितना अधिक दिखाता है, वह मुद्दा जनता के लिए उतना ही महत्वपूर्ण हो जाता है। एजेंडा सेटिंग का अर्थ है समाचार पत्र द्वारा उन विषयों, घटनाओं या मुद्दों को प्रमुखता देना जिन्हें वे जनता के ध्यान में लाना चाहते हैं। "मीडिया को इस रूप में देखा जाता है कि वह न केवल जनता को यह बताता है कि 'क्या सोचना है', बल्कि 'किस विषय पर सोचना है'। बिहार विधानसभा चुनाव 2025 के दौरान समाचारपत्रों ने विभिन्न मुद्दों पर कार्टून प्रकाशित करके जनता के प्राथमिक मुद्दों में शामिल करके एजेंडा निर्धारित करके राजनीतिक विमर्श को प्रभावित किया।

शोध प्रविधि

शोध का उद्देश्य

1. पटना से प्रकाशित प्रमुख हिन्दी समाचारपत्रों में बिहार विधानसभा चुनाव 2025 के दौरान प्रकाशित कार्टूनों के माध्यम से होने वाले राजनीतिक संचार की प्रकृति एवं स्वरूप का अध्ययन करना।
2. कार्टूनों में प्रयुक्त दृश्य भाषा, प्रतीकों, पात्रों, हास्य-व्यंग्य एवं अतिशयोक्ति का विश्लेषण करना।

शोध का महत्व

यह अध्ययन अत्यंत महत्वपूर्ण है क्योंकि यह बताता है कि समाचार पत्र लोकतांत्रिक चुनावों और राजनीतिक अभियानों को किस प्रकार प्रस्तुत करते हैं। इस शोध के माध्यम से यह समझा जा सकता है कि समाचार पत्रों ने बिहार विधानसभा चुनाव के दौरान प्रकाशित कार्टून को किस स्वर, दृष्टिकोण और प्राथमिकता के साथ प्रस्तुत किया। इसके माध्यम से यह पता चलता है कि कार्टून जैसे चाक्षुष माध्यम से राजनीतिक चेतना और लोकतांत्रिक भागीदारी को किस हद तक प्रभावित करता है। यह शोध न केवल मीडिया अध्ययन के क्षेत्र में योगदान देता है, बल्कि लोकतंत्र को सशक्त बनाने वाले चुनावों की कवरेज के मूल्यांकन के लिए एक महत्वपूर्ण दृष्टिकोण भी प्रस्तुत करता है।

शोध की प्रासंगिकता

वर्तमान राजनीतिक परिदृश्य में यह अत्यंत प्रासंगिक है क्योंकि समाचारपत्र की भूमिका को लोकतांत्रिक विमर्श के एक सशक्त माध्यम के रूप में देखा जाता है। बिहार विधानसभा चुनाव 2025 के दौरान प्रकाशित कार्टूनों के अध्ययन की प्रासंगिकता इसलिए भी है क्योंकि आज समाचारपत्र जनमत निर्माण का सबसे प्रभावशाली साधन बन चुका है।

शोध अभिकल्प

शोध रूपरेखा वह संगठित योजना है जो यह निर्धारित करती है कि किसी शोध अध्ययन को किस प्रकार संचालित किया जाएगा। इसमें यह स्पष्ट किया जाता है कि आंकड़ें किस प्रकार एकत्रित किया जाएगा, उसका विश्लेषण कैसे होगा, और निष्कर्ष तक पहुँचने के लिए कौन सी विधि का प्रयोग किया जाएगा।

निदर्शन

इस अध्ययन हेतु पटना से प्रकाशित हिन्दी के चार समाचारपत्र (हिंदुस्तान, दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर और प्रभात खबर) का चयन किया गया।

विश्लेषण

अंतर्वस्तु विश्लेषण: कोल के अनुसार अंतर्वस्तु विश्लेषण 'सामाजिक विज्ञान में एक लोकप्रिय शोध पद्धति है, जिसका प्रयोग मुख्य रूप से किसी भी संचार माध्यम में लिखित, मौखिक या दृश्य संदेशों के विश्लेषण के लिए किया जाता है। इसे सामान्य रूप से इस प्रकार परिभाषित किया गया है 'एक ऐसी शोध तकनीक जो किसी अर्थपूर्ण सामग्री से उनके उपयोग के संदर्भों के लिए पुनरावृत्त और वैध निष्कर्ष निकालने में सक्षम बनाती है'। शोध पद्धति के रूप में यह 'घटनाओं का वर्णन और मात्रात्मक विश्लेषण करने का एक व्यवस्थित और वस्तुनिष्ठ साधन है'।

आंकड़ों का प्रकार

द्वितीयक स्रोत

कालावधि: 7 अक्टूबर, 2025 से 22 नवंबर, 2025 तक। (चुनाव अधिसूचना होने के अगले दिन से नए मुख्यमंत्री के शपथ से अगले दिन तक)

स्थान: पटना।

विश्लेषण की इकाई: 134

आंकड़ों का प्रस्तुतिकरण और विश्लेषण

कार्टूनों के माध्यम से होने वाले राजनीतिक संचार की प्रकृति एवं स्वरूप का अध्ययन हेतु प्रकाशित कार्टूनों के विश्लेषण के आधार पर कहा जा सकता है कि बिहार विधानसभा चुनाव के दौरान प्रकाशित कार्टून राजनीतिक संचार की व्यंग्यात्मक, प्रतीकात्मक और आलोचनात्मक प्रकृति को स्पष्ट रूप से उजागर किया है। इन कार्टूनों का केंद्रीय विषय चुनाव, गठबंधन राजनीति, वोटिंग प्रक्रिया, आदर्श आचार संहिता, जाति, धर्म आधारित ध्रुवीकरण और सत्ता-संघर्ष है। कार्टून यह दिखाते हैं कि आधुनिक लोकतंत्र में राजनीतिक संचार केवल भाषणों और घोषणापत्रों तक सीमित नहीं रह गया है, बल्कि वह दृश्य व्यंग्य के माध्यम से प्रापकों को प्रभावित करता है। दीपक, कुर्सी, उंगली पर लगी स्याही जैसे प्रतीक लोकतंत्र, सत्ता और नैतिकता के संघर्ष को रूपायित करते हैं। कार्टून सत्ता से सीधे टकराव के बजाय व्यंग्य के माध्यम से प्रतिरोध दर्ज करते हैं कार्टून यह प्रमाणित करते हैं कि राजनीतिक कार्टून लोकतांत्रिक समाज में एक वैकल्पिक राजनीतिक संवाद मंच हैं। वे सत्ता, चुनाव और जनता के संबंधों को उजागर करते हुए राजनीतिक संचार को तीव्र और सुलभ बनाते हैं।

कार्टूनों का विश्लेषण यह स्पष्ट करता है कि कार्टूनों की दृश्य भाषा सामाजिक-राजनीतिक यथार्थ को अत्यंत संक्षिप्त, प्रभावशाली और व्यंग्यात्मक रूप में व्यक्त करने का सशक्त माध्यम है। शब्दों की सीमित उपस्थिति के बावजूद चित्र, हाव-भाव, प्रतीक और संवाद मिलकर एक गहन अर्थ-संरचना निर्मित करते हैं। दृश्य भाषा के विश्लेषणात्मक

अध्ययन से यह पता चलता है कि मोटे रेखांकन, अतिरंजित चेहरे, उभरी आँखें, पसीना, खाली जेब, उखड़े कपड़े और झुकी हुई देह आम आदमी की आर्थिक पीड़ा को प्रत्यक्ष करते हैं। हास्य-व्यंग्य इन कार्टूनों में केवल मनोरंजन नहीं, बल्कि आलोचना के उपकरण है। "पहले आ के बैठिए" या "अब डर कैसा है?" जैसे संवाद विडंबना रचते हैं, जहाँ राजनीतिक तर्क आम जीवन की कठिनाइयों से कटे हुए दिखते हैं। पाठक हँसते हुए असहज भी होता है, जो व्यंग्य की सफलता है। अतिशयोक्ति कार्टूनों को धार देती है। चेहरे की विकृतियाँ, असामान्य मुद्राएँ और असंभव स्थितियाँ यथार्थ को विकृत नहीं, बल्कि अधिक स्पष्ट करती हैं। इस प्रकार ये कार्टून दृश्य भाषा के माध्यम से सत्ता, व्यवस्था और आम आदमी के बीच के तनाव को रूपात्मक तौर पर प्रदर्शित करती है।

चित्र संख्या 1-2: हिंदुस्तान समाचारपत्र में प्रकाशित कार्टून



भाषा विश्लेषण के आधार पर यह कहा जा सकता है कि हिंदुस्तान समाचारपत्र के कार्टूनों में भाषा में स्थानीयता के तत्वों का समावेश अधिक है जैसे "आप इहां बइठल हैं, चच्चा जी?", "जइसे दउडल आया है वइसहीं दउडल निकल", "बइठिए" "जादे सीट हैं ए में"।

चित्र संख्या 3-4: दैनिक जागरण समाचारपत्र में प्रकाशित कार्टून



जबकि दैनिक जागरण में भाषा का स्तर मानकीकृत है।

चित्र संख्या 5-6: दैनिक जागरण समाचारपत्र में प्रकाशित कार्टून



यद्यपि यह कहा जा सकता है कि इन कार्टूनों में महिलाओं का प्रतिनिधित्व अनुपातिक दृष्टिकोण से कम है, इससे डरहम की शोध को समर्थन मिलता है जिसमें उन्होंने पाया कि कई कार्टूनों में महिला पात्रों को निष्क्रिय या द्वितीयक भूमिकाओं में प्रस्तुत किया जाता है।

चित्र संख्या 7-8: दैनिक जागरण समाचारपत्र में प्रकाशित कार्टून



निष्कर्ष

यह अध्ययन राजनीतिक कार्टूनों के माध्यम से दृश्य संचार की भूमिका का विश्लेषण करता है। कार्टूनों में प्रयुक्त दृश्य भाषा, प्रतीक, पात्र-निर्माण, हास्य-व्यंग्य और अतिशयोक्ति समकालीन सामाजिक-राजनीतिक यथार्थ को तीव्र रूप में अभिव्यक्त करते हैं। आम नागरिक की आर्थिक पीड़ा, महँगाई, चुनावी वादों और सत्ता-व्यवस्था के बीच अंतर्विरोध को चूल्हा, हांडी, खाली जेब, मोबाइल और अतिरंजित शारीरिक हाव-भाव जैसे प्रतीकों द्वारा उभारा गया है। हास्य यहाँ मनोरंजन से आगे बढ़कर आलोचनात्मक हस्तक्षेप का माध्यम बनता है। इस प्रकार राजनीतिक कार्टून जनचेतना के निर्माण में प्रभावी दृश्य-पाठ के रूप में कार्य करते हैं।

संदर्भ सूची

1. Ball-Rokeach, Sd Jd (1998) A theory of media power and a theory of media use: Different stories, questions, and ways of thinkingd, *Mass Communication & Society*, 1(1-2), 1998, 5-40? <https://doi.org/10.1080/15205436.1998.9676394>.

2. Barker, M. (1989) *Comics: Ideology, Power and the Critics*. Manchester University Press, Manchester, United Kingdom.
3. Bhattacharya, D. (2012) Caricature in print media: A historical study of political cartoons in colonial India (1872–1947) *Karatoya: NBU Journal of History*, 12, 63–78.
4. Blumler, J. and Gurevitch, M. (1995) *The Crisis of Public Communication*. Routledge, London..
5. Chakraborty, P. & Chowdhury, A. (2021) Study of acceptance of Indian political cartoons in Facebook landscape. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 10(10), 137–142. <https://doi.org/10.35940/ijitee.J9450.08101021>
6. Chandramohand Rd; Kothari (2004) *Research methodology: Methods and techniques* (2nd edd) New Age International Publishersd, New Delhi.
7. Davies, C. (2007) Humor and Protest: Jokes under Authoritarianism. *International Journal of Communication*, 1(1), 22–46.
8. Denton, R.E. and Woodward, G.C. (1990) *Political Communication in America*. Praeger, New York.
9. Durham, M. G. (1999) Girls, Media, and the Negotiation of Adolescence. *Journal of Communication*, 49(1), 86–100.
10. Edwards, J. L. (1997) Political Cartoons in the American Press: A Semiotic Analysis. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 74(2), 318–328.
11. Entman, R. (1996) Reporting environmental policy debate: the real media biases, *Harvard International Journal of Press/Politics*, 2 (4): 32–51.
12. F.L., Cole (1998) Content analysis: process and applicationd, *Clinical Nurse Specialist*, 2(1) , 1988, Page- 53-57.
13. James, W. Drisko and Tina, Maschi (2016) *Content analysis*, Oxford University Press, New York, p. 3.
14. K. W.; Phiddian R. & Stewart, R. (2017) Towards a discipline of political cartoon studies: Mapping the field. In J. Milner Davis (Ed.), *Satire and politics*, p. 125–149. Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-56774-7_5, London.
15. Kimberly, A.; Neuendorf, (2017) *Defining content analysisd In Defining Content Analysis* (Second edd), SAGE Publications, California, p. 1-35 <https://doid.org/10d.4135/9781071802878>.
16. Kuipers, G. (2011) The Politics of Humor in the Public Sphere: Cartoons, Power, and Modernity. *European Journal of Cultural Studies*, 14(1), 63–80.
17. Lilleker, D. G. (2012) *Key concepts in political communication*. SAGE, Publications, California, <https://doi.org/10.4135/9781446212943>
18. M.E, McCombs & Dd, Ld Shaw (1972) The agenda setting function of mass media, *Public Opinion Quarterly*, 36(2), p. 176-187.
19. Medhurst, M. J. & DeSousa, M. A. (1981) Political Cartoons as Rhetorical Form: A Taxonomy of Graphic Discourse. *Communication Monographs*, 48(3), 197–236.
20. Moloney, K. (2001) The rise and fall of spin: Changes of fashion in the presentation of UK politics, *Journal of Public Affairs*, 1 (2): 124–35.

21. Norris, P. (2000) *A Virtuous Circle: Political Communications in Postindustrial Societies*. Cambridge University Press, Cambridge.
22. Reeves, R. (1997) The question of media bias, in S.Iyengar and R.Reeves, *Do the Media Govern? Politicians, Voters and Reporters in America*. Sage, London.
23. Robert Md, Entman (1993) Framing: Toward Clarification of a Fractured Paradigm, *Journal of Communication*, Volume 43, Issue 4, December 1993, p. 51–58, <https://doid.org/10d.1111/jd.1460-2466d.1993d.tb01304>.
24. Baran, S.J. & Davis, D.K. (2009) *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future*, (5th edd) Wadsworth Cengage Learning, Belmont CA, p. 287.
25. Said, E. (2000) *Apocalypse now*, Index on Censorship, 5: 49–53.
26. Sani, I.; Abdullah, M. H.; Abdullah, F. S. & Ali, A. M. (2012) Political cartoons as a vehicle of setting social agenda: The newspaper example. *Asian Social Science*, 8(6), 156–164. <https://doi.org/10.5539/ass.v8n6p156>
27. Shahzad, K.; Ul Din, S. & Ahmad, F. (2023) Representation of political ideologies: A multimodal analysis of political cartoons published in Pakistani English newspaper Dawn. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt/Egyptology*, 20(2), 1190–1209.
28. Shaikh, N. Z.; Tariq, R. & Saqlain, N.-u. (2016) Cartoon war. A political dilemma! A semiotic analysis of political cartoons. *Journal of Media Studies*, 31(1), 74–92.
29. Sorensen, R. (2002) *The Political Cartoon: An Introduction to Graphic Persuasion*. University Press of America, Lanham, Maryland, USA.
30. Tiwari, V. (2022) Perception of political cartoonists of the newspapers. *International Journal of Early Childhood Special Education*, 14(2), 9517–9526. <https://doi.org/10.48047/INTJECSE/V14I2.1033>
31. Wring, D. (2001) The 'Tony' press: Media coverage of the election campaign, in A.P.Geddes and J.Tonge, *Labour's Second Landslide: The British General Election*. Manchester University Press, Manchester.
