*RJPP, Vol. XXIV, No.I, Oct.25-Mar.26, ISSN (P) : 0976-3635, (e) :2454-3411*
*Impact Factor 8.873*

# चुनावी कार्टूनों की भाषा, प्रतीक और दृश्य विंबः बिहार विधानसभा चुनाव 2025 का संचारशास्त्रीय अध्ययन (हिंदी समाचारपत्रों के विशेष संदर्भ में)

**डॉ0 मुकेश कुमार**
*सहायक प्रोफेसर,*
*(पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग)*
*मौलाना मजहरुल हक़ अरबी एवं*
*फारसी वि.वि., पटना (बिहार)*
*ईमेलः mukesh29kumar@gmail.com*

***सारांश***

*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। यह चित्रण केवल व्यंग्य नहीं बल्कि राजनीतिक नेताओं, नीतियों और सामाजिक मुद्दों पर आलोचना व टिप्पणी का शक्तिशाली साधन माना जाता है। चुनावी कार्टून सार्वजनिक संवाद को आकार देते हैं और जटिल राजनीतिक मुद्दों के सरलीकृत लेकिन प्रभावशाली चित्रण प्रस्तुत करते हैं, पटना से प्रकाशित चार प्रमुख समाचारपत्रों हिन्दुस्तान, दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर और प्रभात खबर में बिहार विधानसभा चुनाव 2025 के दौरान प्रकाशित राजनीतिक कार्टूनों का अध्ययन किया गया। जिसका अध्ययन काल 7.10.2025 से लेकर 22.11.2025 है। इसे फ्रेमिंग सिद्धांत और एजेंडा सेटिंग पर विकसित किया गया। राजनीतिक कार्टूनों के पात्र, प्रतीक–दृश्य भाषा, पाठ–संवाद, विंब संरचना के आधार पर विश्लेषण किया गया।*

***मुख्य शब्द***

*राजनीतिक कार्टून, राजनीतिक संचार, बिहार विधानसभा चुनाव, हिन्दी समाचारपत्र, दृश्य संचार।*

Reference to this paper should be made as follows:
**Received: 23-02-26**
**Approved: 08-03-26**

**डॉ0 मुकेश कुमार**

*चुनावी कार्टूनों की भाषा, प्रतीक और दृश्य विंबः बिहार विधानसभा चुनाव 2025 का संचारशास्त्रीय अध्ययन (हिंदी समाचारपत्रों के विशेष संदर्भ में)*

*RJPP Oct.25-Mar.26,*
*Vol. XXIV, No. I,*
*Article No. 23*
*Pg. 207-216*

**Online available at:**
https://anubooks.com/journal-volume/rjpp-mar-2026-vol-xxiv-no1--270

*https://doi.org/10.31995/rjpp.2026.v24i01.023*

## प्रस्तावना

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। राजनीतिक संचार प्रेस या मीडिया संस्थान के द्वारा किया जाता है जिसमें प्रेस राजनीति के बारे में संचार करता है, प्रेस अपने समाचार, संपादकीय और कार्टून के माध्यम से तर्क, मत, नीतियाँ, धारणाएँ या दृष्टिकोण प्रस्तुत करता है। 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। इससे होने वाले 'राजनीतिक संचार द्वारा जनता को अपने पक्ष में किया जाता है' (Moloney, 2001)।

कार्टून, राजनीतिक टिप्पणी, व्यंग्य और प्रतिरोध का रूप में भारतीय समाज और राजनीति को आकार देने और आलोचना के साधन के रूप में कार्य करते हैं। कार्टूनों सत्ता संरचनाओं की आलोचना करने की अनुमति देता है, जिससे कार्टून प्रतिरोध और सार्वजनिक संवाद का साधन बन गए हैं। संपादकीय कार्टून पारंपरिक पत्रकारिता का एक वैकल्पिक रूप हैं। जनमत को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं, जो सार्वजनिक संवाद के एक प्रभावशाली उपकरण बन गए हैं। राज्य की 243 सदस्यीय विधान सभा हेतु चुनाव 6 और 11 नवंबर 2025 को दो चरणों में हुआ। इसमें लगभग 7.45 करोड़ पंजीकृत मतदाता शामिल थे।

## साहित्य समीक्षा

'Cartoon war: A Political dilemma! A Semiotic analysis of political cartoons' शोधपत्र में नज़ारा जाहिद शेख, रुकसाना तारिक और डॉ. नजीब–उस–सकलैन ने सेमीओटिक अध्ययन के माध्यम से बताया है कि कार्टून संकेतों, प्रतीकों और छवियों का उपयोग करके जटिल राजनीतिक संदेशों और विचारधाराओं को व्यक्त करते हैं, खुर्रम शाहज़ाद, शमास उल दिन और फारूक अहमद ने अपने शोधपत्र ''राजनीतिक विचारधाराओं का निरूपणः पाकिस्तानी अंग्रेजी समाचार पत्र 'डॉन' में प्रकाशित राजनीतिक कार्टूनों का मल्टीमोडल विश्लेषण'' में बताया है कि कार्टूनों में चित्र, पाठ और प्रतीकों के प्रयोग से राजनीतिक विचारधाराओं का निरूपण किया जाता है।

'Political Cartoon as a Vehicle of Setting Social Agenda: The Newspaper Example' में इरो सानी, मर्दजिया हयाती अब्दुल्ला, फैज़ साठी अब्दुल्ला और अफीदा मोहम्मद अली ने पाया कि कार्टून सार्वजनिक क्षेत्रों में सामाजिक मुद्दों को उजागर करने, जागरूकता बढ़ाने और जनमत को प्रभावित करने के लिए कार्य करते हैं।

'Indian political illustrations as communicative weapon in Newspaper'में अनन्या सिंह और अंकित ने बताया कि चित्रण केवल व्यंग्य नहीं, बल्कि राजनीतिक नेताओं, नीतियों और सामाजिक मुद्दों पर आलोचना और टिप्पणी का शक्तिशाली साधन बन गए हैं। यह राजनीतिक, आलोचनात्मक सोच और सत्ता के खिलाफ चुनौती को बढ़ावा देते हैं।

वॉकर (1978) ने संपादकीय कार्टूनों के अध्ययन में 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 जनमत को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। क्लीमन (2006) ने तर्क दिया कि कार्टून एक ''दृश्य वक्तृव्य'' के रूप में कार्य करते हैं, जो जटिल विचारों को सरल और प्रभावी ढंग से प्रस्तुत करते हैं। रफाइल (2003) ने मध्य पूर्वी समाजों में राजनीतिक कार्टून सामान्यतया गुप्त प्रतिरोध के रूप में कार्य करते हैं। गैमसन और स्टुअर्ट (1992) ने अध्ययन में पाया कि राजनीतिक कार्टूनों की दृश्य अभिव्यक्ति राजनीतिक संरचनाओं को चुनौती दे सकती हैं। मेडहर्स्ट और डेलौसा (1981) ने राजनीतिक कार्टूनों को एक वक्तृव्य रूप (रिटोरिकल फॉर्म) के रूप में विश्लेषित किया। उन्होंने निष्कर्ष निकाला कि कार्टून जटिल तर्कों को दृश्य रूप में प्रस्तुत करते हैं। एडवर्ड्स और मैकडोनाल्ड ने (2010) अमेरिकी मीडिया में संपादकीय राजनीतिक कार्टूनों के अध्ययन में पाया कि कार्टून ''दृश्य शॉटहैंड'' के रूप में कार्य करते हैं, जो जटिल मुद्दों को हास्यपूर्ण संदेशों को परिवर्तित करके प्रभावशाली राजनीतिक नैरेटिव का निर्माण करते हैं।

कॉर्नर्स (2010) ने संपादकीय कार्टूनों में राजनीतिक नेताओं के चित्रण के अध्ययन में पाया कि दृश्य अतिशयोक्ति और प्रतीकात्मक प्रापकों की धारणा को प्रभावित करती हैं। राजनीतिक कार्टून आलोचना के साधन के रूप में कार्य करते हैं। हान (2006) के अध्ययन से पता चला कि पश्चिमी देशों के कार्टूनों में व्यंग्य आमतौर पर राजनीतिक नेताओं को लक्षित करता 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। ''समाचार पत्रों के राजनीतिक कार्टूनिस्टों की धारणाएं'' में विपुल तिवारी ने पाया कि कार्टूनिस्ट को जनमत को आकार देने, राजनीतिक विमर्श को प्रभावित करने और सामाजिक मुद्दों से जुड़ने के संदर्भ में काम करते हैं। "Caricature in Print Media: A Historical Study of Political Cartoons in Colonial India (1872-1947)" शोध पत्र डॉ. डाहलिया भट्टाचार्य ने बताया कि ब्रिटिश उपनिवेशी काल में राजनीतिक कार्टून एक शक्तिशाली उपकरण के रूप में उभरे थे।

प्रसुन चक्रवर्ती और अनिरबन चौधरी ने अपने शोधपत्र 'Study of Acceptance of Indian Political Cartoons in Facebook Landscape' में राजनीतिक कार्टूनों की सामाजिक–राजनीतिक भूमिका का विश्लेषण किया है। उन्होंने 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। कार्टून हास्य और व्यंग्य का उपयोग करके जटिल राजनीतिक संदेशों को सरल और आकर्षक बनाते हैं।

## सैद्धांतिक आधार

**फ्रेमिंग सिद्धांतः** 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। 'फ्रेमिंग सिद्धांत यह समझने में मदद करता है कि प्रेस या समाचारपत्र की प्रस्तुति जनमत को किस प्रकार प्रभावित करती है।' फ्रेमिंग सिद्धांत बताता है कि प्रेस केवल सूचना नहीं देता, बल्कि सूचना को एक विशेष दृष्टिकोण से आकार भी देता है। एंटमैन ने मीडिया को अत्यधिक शक्तिशााली माना है और ऐसा एजेंडा निर्धारक माना है (Entman, 1996)।

**एजेंडा सेटिंग सिद्धांतः** एजेंडा सेटिंग सिद्धांत जिसे मैक्सवेल मैकॉम्बस और डोनाल्ड शॉ ने प्रस्तुत किया जिसके अनुसार, '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।' प्रेस किसी मुद्दे को जितना अधिक दिखाता है, वह मुद्दा जनता के लिए उतना ही महत्वपूर्ण हो जाता है। ''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' (McCombs, M.E. & Shaw, D.L., 1972)।

**शोध प्रविधि**

शोध प्रविधि में अध्ययन के उद्देश्य, महत्व, प्रासंगिकता और शोध अभिकल्प जिसमें निदर्शन प्रक्रिया, विश्लेषण की इकाई, स्थान और कालखंड का विवरण शामिल है।

**शोध का उद्देश्य**

1. कार्टूनों के पात्र, प्रतीक–दृश्य भाषा, पाठ–संवाद, विंब संरचना के आधार पर विश्लेषण करना।

**शोध का महत्वः** 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।

**शोध की प्रासंगिकताः** 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। इस शोध के माध्यम से यह समझा जा सकता है कि कार्टून किस प्रकार लोगों की राजनीतिक सोच, चुनावी व्यवहार और लोकतांत्रिक मूल्यों को प्रभावित करती है।

**निदर्शनः** इस अध्ययन हेतु पटना से प्रकाशित हिन्दी के चार समाचारपत्रों (हिंदुस्तान, दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर और प्रभात खबर) में प्रकाशित बिहार चुनाव से संबंधित कार्टूनों का चयन किया गया।

**विश्लेषणः** कार्टूनों का विश्लेषण इन मापदंडों के आधार पर किया जाएगा। इसमें पाठ, दृश्य और प्रतीक का संयुक्त विश्लेषण किया जाएगा। प्रतीकों और संकेतों का अर्थ, कैप्शन, संवाद, व्यंग्य की भाषा पात्र संरचना विश्लेषण किया जाएगा।

**आंकड़ों का प्रकारः** द्वितीयक स्त्रोत।

**कालावधिः** 7 अक्टूबर, 2025 से 22 नवंबर, 2025 तक।

**विश्लेषण की इकाईः** 109

## आंकड़ों का प्रस्तुतिकरण और विश्लेषण

कार्टून संख्या 1 कार्टून संख्या 2 कार्टून संख्या 3

**पात्रः** कार्टून संख्या–1 में "LJP" नेता के शक्ति–केंद्र के बढ़ते स्वरूप को दिखाता है, जबकि "BJP" और "JDU" सहयोगियों की छोटा दिखाया है। कार्टून संख्या–2 में मांसल शरीर वाला ''29'' अंकित नेता (चिराग पासवान) शक्ति प्रदर्शन करता है और पीछे खड़े कमजोर नेता उपेन्द्र कुशवाहा और जीतनराम मांझी की सत्ता संघर्ष में कमजोर प्रस्थिति का प्रतीक हैं। कार्टून संख्या–3 में तीर छाप (जनता दल यूनाइटेड) मोमबत्ती युक्त हाथ दीपक (चिराग पासवान) के रूप में दिखाया गया है।

**प्रतीक एवं दृश्य–भाषाः** ऊँचाई और मांसपेशियाँ वस्तुतः राजनीतिक प्रभुत्व आक्रामक सत्ता के रूप में रूपायित हुआ है। इसमें चिराग पासवान, दीपक प्रतीक में रेखांकित हैं, जिनकी लौ से तीर जो जनता दल यूनाइटेड पार्टी का प्रतीक है से अपनी रौशनी करते हुए प्रतीक है। जिसका तात्पर्य है कि चिराग पासवान की सीटों पर जदयू ने उमीदवार खड़ा कर दिया जबकि दोनों एक ही गठबंधन का हिस्सा थे।

**पाठ–संवादः** ''आपकी तंदुरुस्ती का राज क्या है?'' ''यह चिराग कहाँ अब तो पूरी मोमबत्ती हो गया है''! यह व्यंग्यात्क प्रश्न है; इसमें शक्ति संतुलन नहीं, बल्कि अवसरवादी गठबंधन का पता चलता है यद्यपि संवाद कम है पर परंतु इसका अर्थ बहुस्तरीय है।

**विंब संरचनाः** प्रथम दो कार्टूनों में ऊर्ध्वाधर संरचना (ऊपर–नीचे) सत्ता की असमानता दिखाती है, केंद्र में बलशाली आकृति ध्यान खींचती है। कार्टून संख्या–3 में गठबंधन के भीतर मतभेद का विंब संरचित करता है।

कार्टून लोकतंत्र में वास्तविक शक्ति–संबंधों की विडंबना को उजागर करते हैं जहाँ वैचारिक राजनीति के स्थान पर संख्यात्मक व कृत्रिम समर्थन निर्णायक बन जाता है।

कार्टून संख्या 4 कार्टून संख्या 5

कार्टून संख्या 5

कार्टून संख्या 7

**पात्रः** कार्टून संख्या 4 और 6 ''महागठबंधन'' में अलग–अलग दलों के नेता पात्र के रूप में उपस्थित हैं। कार्टून संख्या–7 में चिराग पासवान, मुकेश सहनी और आम आदमी मध्यस्थ के रूप में पात्र में मौजूद है। कार्टून संख्या–5 में कुर्सी के लिए संघर्ष करते पात्रों में तेजस्वी यादव, राहुल गांधी और मुकेश सहनी हैं।

**प्रतीक व दृश्य–भाषाः** कार्टून संख्या–4 में बड़े अक्षर महागठबंधन की कृत्रिम एकता को बताता है जिसमें कुछ शब्दों को हटाने के बाद यह ''हठबंधन'' के रूप में दिखाई देने लगता है। कार्टून संख्या–5 में ''सीट'' खींचते नेता अवसरवाद का प्रतीक हैं। कार्टून संख्या–6 में बिहार चुनाव में महागठबंधन के चुनावी तैयारी की गलत रणनीति का प्रतीक हैं। कार्टून संख्या–8 में सत्ता में अवसरवादिता और पदलोलुपता हेतु असंतोष को रूपायित किया है।

**पाठ–संवादः** ''असंतोष के मामले में दोनों पलड़े बराबर हैं'' यह व्यंग्यात्मक वाक्य बताता है कि विचारधारा नहीं, बल्कि असंतोष ही राजनीति का ईंधन है, जो दोनों गठबंधनों में समान रूप से मौजूद था। ''आक्रमण'' शब्द चुनावी बयानबाज़ी की आक्रामकता दिखाते हैं।

**विंब संरचनाः** भीड़, गति–रेखाएँ और असंतुलित आकृतियाँ राजनीतिक अस्थिरता का विंब बनती हैं, जबकि तराजू लोकतंत्र की सैद्धांतिक बराबरी को दर्शाती है।

कार्टून राजनीति को वैचारिक विमर्श नहीं बल्कि प्रतिस्पर्धी प्रदर्शन और सत्ता–संघर्ष के दृश्य–नाटक के रूप में प्रस्तुत करते हैं।

कार्टून संख्या 8

कार्टून संख्या 9

**पात्रः** कार्टून संख्या–8 में ''बम्पर वोटिंग'' में उंगली पर स्याही का निशान लिए आम मतदाता को नायक बनाया गया है। कार्टून संख्या–9 में विशाल मुँह और जीभ को दिखाया है जिसमें नेताओं की बयानबाजी को पात्र बनाया है।

**प्रतीक एवं दृश्य–भाषाः** कार्टून संख्या–8 में स्याही लगी उंगली, लोकतांत्रिक अधिकार को दर्शाता है जिसमें मतदाताओं को प्रसन्न मुद्रा में दिखाया गया है। कार्टून संख्या–9 में खुला मुँह चुनाव प्रचार के दौरान नेताओं के द्वारा एक दूसरे पर आरोप–प्रत्यारोप का प्रतीक है।

**पाठ–संवादः** कार्टून संख्या–8 में ''अबकी बार 65% पार'' संक्षिप्त संवाद व्यंग्य को तीखा बनाते हैं, जैसे जनादेश का उत्सव वास्तव में सत्ता–लालसा में बदल जाता है। कार्टून संख्या–9 में ''अब जाके आया मेरे बैचेन दिल को करार'' में चुनाव प्रचार ख़त्म होने बाद आरोप–प्रत्यारोप की गिरते स्तर की समाप्ति से संबंधित है।

**विंब–संरचनाः** बड़े केंद्रीय प्रतीक (उंगली) पाठकों का ध्यान सीधे मुद्दे पर ले जाते हैं, जबकि किनारों पर खड़े छोटे पात्र हाशिये के नागरिक हैं। खुला बड़े मुंह और जीभ के द्वारा चुनाव के दौरान नेताओं की बदजुबानी का विंब संरचित करता है।

कार्टून लोकतंत्र में मताधिकार पर मतदाताओं के लिए आशा की किरण के रूप में प्रस्तुत करते हैं।

कार्टून संख्या 10 कार्टून संख्या 11 कार्टून संख्या 12

**पात्रः** कार्टून संख्या–10 में नए मंत्री के रूप में दीपक प्रकाश उपस्थित हैं। कार्टून संख्या–11 में नागरिकों को पात्र बनाया गया। कार्टून संख्या–12 में मतदाताओं को पात्र के रूप में दिखाया गया है।

**प्रतीक एवं दृश्य–भाषाः** कार्टून संख्या–10 वंशवादी राजनीति का प्रतीक है। इसमें स्वयं निर्णय लेने में असमर्थता को भी दिखाया गया है। कार्टून संख्या–11 में रसोई का उबलता बर्तन महँगाई की गर्मी, खाली बर्तन और पसीना, रोज़मर्रा का संघर्ष, फटी धोती में रसोई के सामने खड़ा है, जबकि पीछे सामान्य जीवन चलता दिखता है, इसमें मोबाइल पकड़ा व्यक्ति के रूप में मूकदर्शक समाज को प्रतीक बनाया गया है। कार्टून संख्या–12 में मतदाताओं की बदहाली और आर्थिक कंगाली को दिखाया गया।

**पाठ–संवादः** ''महँगाई काहे कोई मुद्दा न हुई हो'' यह व्यंग्य है, क्योंकि चित्र में भूख ही मुख्य समस्या है। ''पिताजी से पूछिए'' लोकतंत्र में स्वायत्तता की कमी पर टिप्पणी करता है। संवाद छोटे हैं पर अर्थ गहरा और आलोचनात्मक है।

**विंब संरचनाः** इन कार्टूनों में गरीबी का विराट विंब संरचित है, जिसके माध्यम से यह बताया गया कि चुनाव में जनसरोकारों के मुद्दों को स्थान नहीं दी जाती है।

कार्टून दिखाते हैं कि चुनावी विमर्श में वास्तविक जनसमस्याएँ हाशिए पर चली जाती हैं और प्रतीकात्मक राजनीति प्रमुख बन जाती है। मतदाता–मनोविज्ञान की विडंबना स्पष्ट होती है।

## निष्कर्ष

इस अध्ययन से स्पष्ट होता है कि बिहार विधानसभा चुनाव 2025 के दौरान हिन्दी समाचारपत्रों में प्रकाशित राजनीतिक कार्टून केवल हास्य या मनोरंजन का माध्यम नहीं थे, बल्कि वे प्रभावशाली राजनीतिक संचार उपकरण के रूप में कार्य कर रहे थे। प्रतीकों, दृश्य–भाषा, संवाद और विंब संरचना के माध्यम से कार्टूनों ने सत्ता संघर्ष, अवसरवाद, गठबंधन की राजनीति, मतदाता मनोविज्ञान तथा जनसमस्याओं की उपेक्षा को उजागर किया। फ्रेमिंग और एजेंडा सेटिंग की दृष्टि से कार्टून जनमत निर्माण में सक्रिय भूमिका निभाते प्रतीत होते हैं। अध्ययन बताता है कि चुनावी विमर्श में वास्तविक सामाजिक और आर्थिक मुद्दे गौण हो जाते हैं और प्रतीकात्मक राजनीति प्रमुख बन जाती है।

## संदर्भ

1. Bhattacharya, D. (2012). Caricature in print media: A historical study of political cartoons in colonial India (1872–1947). *Karatoya: NBU Journal of History, 12*, Pg. **63–78**.
2. 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), Pg. **137–142**. https://doi.org/10.35940/ijitee.J9450.08101021
3. Conners, Joan L. (2010). Brack Versus Hillary: Race, Gender and Political Cartoon Imagery of the 2008 Presidential Primaries. American Behavioral Scientist, 54: Pg. **298-312.**
4. Denton, R.E. and Woodward, G.C. (1990) Political Communication in America. New York: Praeger.
5. Edwards, J. L. Mc Donald II, C.A. (2010). Reading Hillary and Sarah: Contradictions of Feminism and Representation in 2008 Campaign Political Cartoons, American Behavioral Scientist November 2010 54:313-329
6. Entman, R. (1996) 'Reporting environmental policy debate: the real media biases', Harvard International Journal of Press/Politics, 2 (4): Pg. **32–51**.

7. Gamson A. Williams, Stuart David. (1992). Media Discourse as Symbolic as Symbolic Contest: The Bomb in Political Cartoons: Sociological Forum Vol.7, No.1, Spacial Issue: Needed Sociolocial Research on Issues of War and Peace Pg. **55-86**
8. Hakam, Jamaila. (2009). 'The Caroon Controversy': A Critical Discourse Analysis of English Language Arab Newspaper Discourse, Discourse & Society: Pg. **33-57**
9. Han, Jung-Sun, N. (2006). Empire of Comic Visions: Japanese Cartoon Journalism and its Pictorial Statements on Korea, Japaness Studies, Vol. 26, 1876-1910.
10. Khanduri, R.G. (2009). Vernacular Punches: Catroons and Politics in Colonial India. History and Anthropology, 20(4): Pg. **459-486**
11. Kleeman, G. (2006), 'Not Just for Fun: Using Cartoons to Investigate Geographic Issues', New Zealand Geographer 62: Pg. **144-51**.
12. Lamb, C (2004). Drawn to Extremes: A Journalistic Format and their authors. In encyclopedia of political communication, Vol. 1, London: Sage
13. McCombs, M.E. & Shaw, D. L. . (1972). The Agenda-Setting Function of Mass Media. *Public Opinion Quarterly, 36*, Pg. **176-187**.
14. Medhurst, M. J., & DeSousa, M. A. (1981). Political Cartoons as Rhetorical Form: A Taxonomy of Graphic Discourse. Communication Monographs, 48(3), Pg. **197–236.**
15. Moloney, K. (2001) 'The rise and fall of spin: Changes of fashion in the presentation of UK politics', Journal of Public Affairs, 1 (2): Pg. **124–35**.
16. Refaile, EL, Elisabeth. (2003). Understanding Visual Metaphor. The Example of Newspaper Cartoon. Visual Communication, 2: 75
17. 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), Pg. **156–164**. https://doi.org/10.5539/ass.v8n6p156
18. 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.
19. 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), Pg. **74–92**.
20. Singh, A., & Ozarkar, A. (n.d.). *Indian political illustrations as communicative weapon in newspaper*. In *Proceedings of the 10th Academic International Conference on Social Sciences and Humanities* (Pg. **xx–xx**). St Anne's College,

University of Oxford, United Kingdom.

21. 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
22. Walker, M. (1978) Daily Sketches: A cart oon History of Twentieth Century Britain. London: Frederick Muller